



randstad employer brand research 2024.

onderzoek naar de kwaliteit
van de employer brands van de
grootste Belgische bedrijven.

24ste editie


randstad

partner for talent.

inhoud

1. belang van een sterke employer brand
2. aanpak
3. instrumentele criteria die de aantrekkelijkheid van een bedrijf als werkgever bepalen
4. welke sectoren zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?
5. welke bedrijven zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?
6. welke lokale overheden zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?

bijlagen

belang van een sterke employer brand.

Als grootste hr-dienstverlener in België en in de wereld en als grootste werkgever in dit land, ervaart Randstad al heel wat decennia hoe belangrijk een sterke employer brand is.

Dankzij een sterk werkgeversmerk trekken bedrijven niet alleen gemakkelijker mensen aan. Ze behouden ze ook langer. Bovendien heeft een sterke employer brand een positieve invloed op de betrokkenheid van de werknemers. Die identificeren zich namelijk gemakkelijker met een bedrijf dat een sterk werkgeversimago heeft, waardoor ze sneller geneigd zijn om extra inspanningen te leveren voor hun werkgever.

Een werkgeversmerk ontwikkelen is een werk van lange adem. Een goede naam en faam opbouwen kost jaren. Het is dan ook geen goed idee om alleen aan uw identiteit en imago als werkgever te werken wanneer het uw bedrijf voor de wind gaat. Integendeel: een goed onderhouden werkgeversmerk dient als buffer en biedt uw onderneming een competitief voordeel op de arbeidsmarkt. In goede én slechte tijden.

Een werkzaamheidsgraad van 80% zal de krapte niet oplossen, hoe hoger de werkzaamheidsgraad, hoe groter de krapte. Bij een

werkzaamheidsgraad van 80% en een werkloosheidsgraad van 3 à 5% spreekt men overigens van 'full employment'. Vlaanderen zit vandaag op bijna 77% (tov 60% in '90) en 3%. Nooit eerder in de geschiedenis was de uitdaging van het vinden en binden van medewerkers zo uitgesproken. Het is niet alleen moeilijker om mensen aan te trekken, de kans dat werknemers het bedrijf verlaten, ligt ook hoger. Wie nu nog moet beginnen met het investeren in zijn merk, komt te laat. Want daarmee vul je de huidige vacatures niet in, maar misschien wel deze binnen twee of drie jaar.

Toen Randstad 24 jaar geleden begon om de employer brands van de grootste Belgische bedrijven te onderzoeken, was er heel wat scepsis in hr-middens. De vraag werd gesteld of dit überhaupt een hr-thema was. Op zich was dit vreemd, want in 1997 publiceerde McKinsey reeds de studie *The War for Talent*. Er is geen hr-thema dat zo lang voordien werd voorspeld. De aanvankelijke scepsis is intussen helemaal verdwenen. Niemand trekt het belang van een sterke employer brand nog in twijfel. En elke hr-professional weet dat dit tot zijn brede takenpakket behoort, al of niet gedeeld met andere afdelingen in het bedrijf.

De manier waarop potentiële werknemers naar een bedrijf kijken, hangt niet af van enkele toevalligheden. Een lovend krantenartikel en een hippe, inspirerende CEO zijn mooi meegenomen. Maar het beeld dat de betrokkenen op de arbeidsmarkt van uw onderneming als werkgever hebben, is grotendeels gebaseerd op feitelijke en duurzame ontwikkelingen in het bedrijf. Communicatie speelt uiteraard een rol, maar de opinie van het grote publiek wordt in de eerste plaats beïnvloed door de feiten, handelingen en initiatieven van een bedrijf. Met andere woorden: door de manier waarop de onderneming doet wat ze doet. Elk bedrijf heeft dus, binnen bepaalde grenzen, invloed op zijn eigen employer brand. Wel zijn de omgevingsfactoren veranderd. Bedrijven zijn door de opkomst van de social media glazen huizen geworden. Er is geen structureel verschil meer tussen interne en externe communicatie. En elk bedrijf kan op elk moment meegesleurd worden in een mediastorm, soms door gewoon op het verkeerde moment op de verkeerde plaats te zijn.

Randstad wil bedrijven ondersteunen om hun employer brand te verbeteren. Daarom onderzoeken we elk jaar - en dit jaar dus voor de 24ste keer - de aantrekkelijkheid van de grootste werkgevers in België. Het Randstad Employer Brand Research en de bijbehorende Randstad Award zijn uitgegroeid tot een vaste waarde op de arbeidsmarkt. Sinds vijf jaar doet Randstad ook méér dan de informatie van het onderzoek ter beschikking stellen. We ontwikkelden ook dienstverlening voor bedrijven die actief met hun merk aan de slag willen gaan.

In dit onderzoek komen, zoals steeds, alle grote privéwerkgevers met meer dan 1.000 werknemers aan bod. We hebben alle grote bedrijven die in België actief zijn, opgenomen in de studie. Dit jaar gaat het om 179 bedrijven.

wat mag u verwachten?

In dit rapport vindt u het antwoord op de volgende vragen:

- op basis van welke criteria kiezen mensen een werkgever?
- welke sectoren zijn de meest aantrekkelijke en waarom?
- welke bedrijven zijn de meest aantrekkelijke en waarom?
- hoe beoordelen de respondenten de eigen werkgever?
- welke bedrijven/organisaties in de privésector zijn de meest aantrekkelijke en waarom?

We wensen u veel leesplezier.



1.

2. aanpak

3.

4.

5.

6.



aanpak.

Tijdens de maand januari 2024 verzamelde Randstad, in samenwerking met Kantar, voor de 24ste keer op rij de mening van respondenten (studenten, werknemers, werkzoekenden, huismannen en -vrouwen, ...) tussen 18 en 65 jaar. Net zoals de voorbije elf jaar vulden de respondenten de vragenlijst online in.

Randstad vroeg hen om hun mening te geven over de aantrekkelijkheid van de employer brands van de belangrijkste werkgevers in België. Op basis van een aantal selectiecriteria kwamen hiervoor 179 bedrijven uit de private sector in aanmerking. Het gaat om ondernemingen die op het Belgisch grondgebied actief zijn en meer dan 1.000 mensen tewerkstellen onder éénzelfde naam (of een deel van een naam). Als bijlage vindt u de lijst van de werkgevers die voor dit onderzoek weerhouden werden.

Deze studie heeft twee doelen.

Ten eerste willen we achterhalen welke bedrijven beschouwd worden als de meest aantrekkelijke werkgevers in België. Daartoe vragen we aan de respondenten om voor die bedrijven die ze kennen, aan te geven of ze er al dan niet graag zouden werken. Op die manier krijgen we een beeld van de globale aantrekkelijkheid van een bedrijf als werkgever.

Ten tweede focust deze studie op wat deze bedrijven aantrekkelijk maakt. Heeft het te maken met de aantrekkelijke lonen? Of is de aangename werksfeer doorslaggevend?

In de praktijk gaat het altijd om een mix van factoren. We noemen dit de 'drivers' of de 'criteria' van een employer brand. We onderscheiden er zestien. Voor het eerst wordt 'het bieden van gelijke kansen' meegenomen als apart criterium, ter vervanging van 'diversiteit en inclusie'.

- aantrekkelijk loon en voordelen
- werkzekerheid
- financiële gezondheid
- prettige werksfeer
- interessante jobinhoud
- toekomstperspectieven
- goede opleidingen
- sterk management & leiderschap
- goede balans tussen werk-privé
- locatie van het bedrijf
- aandacht voor milieu en samenleving (CSR)
- gelijke kansen bieden
- nieuwste technologieën
- goede reputatie
- mogelijkheid om vanop afstand/ van thuis te werken (thuiswerk)
- kwaliteitsvolle producten en diensten

Daarnaast geven de respondenten voor elk van de weerhouden bedrijven nog eens een score voor tien van deze zestien drivers afzonderlijk.

- toekomstperspectieven
- werksfeer
- werkzekerheid
- financiële gezondheid
- jobinhoud
- goede reputatie
- balans werk-privé
- CSR
- goede balans tussen werk-privé
- loon en voordelen
- locatie van het bedrijf

Op die manier komen bedrijven niet alleen te weten hoe aantrekkelijk ze zijn als werkgever, maar ook waarom.

tabel 1

de respondenten

de verdeling van de respondenten volgens achtergrondkenmerken is als volgt (in %)

man	49
vrouw	51
nederlandstalig	58
franstalig	42
18-24 jaar	22
25-34 jaar	22
35-54 jaar	38
55-64 jaar	18
lager onderwijs	6
middelbaar onderwijs	43
hoger onderwijs	51

100% = 12.060





1.

2. aanpak

3.

4.

5.

6.

resultaten





1.

2.

3. Instrumentele criteria

4.

5.

6.



instrumentele criteria die de aantrekkelijkheid van een bedrijf als werkgever bepalen.

3.1. algemeen

Wat maakt een bedrijf aantrekkelijk in de ogen van de buitenwereld? Op basis van welke criteria beslist iemand naar eigen zeggen, of hij/zij al dan niet voor een bedrijf wil werken? Om dit te achterhalen gaan we zoals elk jaar dieper in op de drivers of de criteria van een employer brand.

In het verleden stelden we vast dat het belang van die verschillende criteria van een employer brand al bij al heel stabiel blijft. Wel treden er in de loop van de jaren soms veranderingen

op. Die beperkte wijzigingen hebben meestal te maken met de conjunctuur. Zo hebben we gemerkt dat de bouwsteen 'werkzekerheid' belangrijker wordt in jaren waarin de economie onder druk staat. Het loonpakket wint dan weer als de conjunctuur positief is.

De respondenten krijgen zestien criteria voorgesteld en dienen telkens aan te geven of ze deze al dan niet belangrijk vinden voor hun keuze. Hun antwoorden zijn, in tegenstelling tot enkele jaren geleden, dus niet meer beperkt tot vijf criteria.

tabel 2

welke criteria zijn belangrijk bij de keuze voor een werkgever? (in %) evolutie '23-'24 (meerdere keuzes mogelijk)

	2023	2024
1. aantrekkelijk loon en voordelen	66	65
2. goede balans werk-privé	59	57
3. prettige werksfeer	59	57
4. werkzekerheid	59	56
5. gelijke kansen bieden	-	44
6. toekomstperspectieven	43	43
7. financiële gezondheid	45	43
8. interessante jobinhoud	45	42
9. locatie van het bedrijf	46	39
10. goede opleidingen	40	36
11. thuiswerk	36	36
12. goede reputatie	30	29
13. kwaliteitsvolle producten en diensten	29	27
14. CSR	29	27
15. sterk management & leiderschap	24	24
16. diversiteit & inclusie	23	-
17. nieuwste technologieën	17	16

Welke zijn anno 2024 de belangrijkste criteria om voor een bedrijf of organisatie te kiezen? Traditioneel zijn er weinig verrassingen. Twee jaar geleden werd het kenmerk 'thuiswerk' toegevoegd en dat blijft met een elfde plaats ver achter de traditionele sterkhouders 'loon en voordelen', 'balans werk-privé', 'werksfeer' en 'werkzekerheid'.

Globaal is er een afname in de scores, wat betekent dat respondenten gemiddeld iets minder criteria hebben aangeduid dan vorig jaar. Ondanks de grote krapte op de arbeidsmarkt nemen de eisen die men stelt aan werk(gevers) dus niet toe.

Vorig jaar scoorde 'locatie van het bedrijf' - ietwat verrassend - een vijfde plaats. Door de opkomst van thuiswerk was de verwachting dat dit kenmerk wat aan belang zou verliezen. Dit gebeurt nu met een jaar vertraging. Het zakt naar een negende plaats.

De opvallendste wijziging komt door een verandering aan de vraagstelling. Het criterium 'diversiteit & inclusie' werd vervangen door 'het bieden van gelijke kansen'. Deze nieuwkomer komt onmiddellijk binnen op een vijfde plaats. Dit terwijl diversiteit & inclusie steeds onderaan de lijst bungelde. Dit is een belangrijke les voor hr en bedrijven. Om een breed draagvlak te creëren moeten bedrijven het misschien meer hebben over het bieden van gelijke kansen in plaats van 'diversiteit en inclusie'. De inhoud is dezelfde maar de verpakking is anders.

om een breed draagvlak te creëren moeten bedrijven het misschien meer hebben over het bieden van gelijke kansen in plaats van 'diversiteit en inclusie'. De inhoud is dezelfde maar de verpakking is anders.

Dat werkzekerheid wat daalt (nu de minst aantrekkelijke van de top vier) is in lijn met de toenemende krapte. In tijden van crisis staat werkzekerheid op nummer een.



1.

2.

3.

4. welke sectoren zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?

5.

6.



welke sectoren zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?

4.1. farma en luchtvaart meest aantrekkelijke privésectoren

De farmaceutische sector is nog maar eens de winnaar. Voor de 23ste keer in 24 edities. Al moeten ze dit jaar de overwinning delen met de sector 'luchtvaart'.

De algemene trend is stijgend. 16 van de 21 sectoren gaan erop vooruit. De sterkste stijger is de sector 'telecom & contactcenters'. Met een stijging van maar liefst 9,2 pp. stijgen ze maar liefst dertien plaatsen en komen ze in de top vijf binnen. Er kwamen enkele nieuwe bedrijven bij in deze categorie. We zijn benieuwd of deze sector volgend jaar kan bevestigen.

'Media' en 'IT & consultancy' vervolledigen de top 5. Het is de sector 'automotive (productie)' die zijn plaats verliest. Hoewel de sector er 1,7 pp. op vooruit gaat, zakt hij maar liefst drie plaatsen naar een achtste plaats.

Verderop in de rangschikking valt de sector 'banken & verzekeringen' helemaal terug na de remonte van de afgelopen jaren. De sector valt met een daling van 0,5 pp. opnieuw uit de top 10 en zakt terug naar een zestiende plaats.

tabel 3

rangschikking sectoren volgens aantrekkelijkheid 2023-2024 (in %)

	2023	2024
1. farmaceutica	47,8	48,5
2. luchtvaart	44,2	48,5
3. media	43,5	44,8
4. telecom & contactcenters	33,9	43,1
5. it & consultancy	40,8	42,3
6. bouw & installatie	35,4	41,1
7. hightech	38,8	41,0
8. automotive (productie)	38,8	40,5
9. niet-metaal	35,1	39,2
10. industriële reiniging, milieu, veiligheid	33,7	38,0
11. voeding	37,6	37,5
12. energie	37,4	37,2
13. chemie	35,4	36,3
14. automotive (retail/diensten)	35,8	36,2
15. horeca & toerisme	35,6	36,2
16. bank & verzekeringen	36,3	35,8
17. metaal	31,6	35,4
18. retail (textiel, meubelen)	34,0	33,5
19. transport (goederen)	31,4	32,6
20. transport (mensen)	30,9	30,3
21. distributie	28,5	29,6

*de aantrekkelijkheidsscore van 48,5% van farma is het gemiddelde van alle (relatieve) aantrekkelijkheidsscores van de bedrijven die onder deze sector ressorteren. De aantrekkelijkheidsscore van een bedrijf slaat op het aandeel respondenten die een score van 4 of 5 gaven (op een schaal van 1 tot 5) op de vraag 'zou u graag voor dit bedrijf werken'. Aandeel is berekend op zij die het bedrijf kennen.

4.2 waarom zijn de privésectoren (on)aantrekkelijk?

Hoe aantrekkelijk een werkgever overkomt, heeft te maken met een combinatie van verschillende criteria. Het volstaat niet om sterk te scoren op een criterium om hoge toppen te scheren in de rangschikking. Het verbaast dan ook niet dat de meest aantrekkelijke sectoren niet alleen de hoogste punten krijgen voor een welbepaald criterium, maar dat ze het meestal ook erg goed doen voor een meerderheid van de criteria. Traditioneel scoort de farmasector in deze rangschikkingen het best. Gezien de sterke stijging inzake algemene aantrekkelijkheid lag het voor de hand dat dit deze keer niet anders zou zijn.

Dit is inderdaad het geval. De farmasector is inzake zes criteria de best scorende sector ('werksfeer', 'werkzekerheid', 'financiële gezondheid', 'jobinhoud', 'reputatie' en 'loon en voordelen'). Daarmee doet de sector het even goed als vorig jaar. Opvallend: luchtvaart komt amper voor in dit lijstje. Hij scoort maar één keer een tweede plaats: 'jobinhoud'.

De luchtvaartsector doet het dus beter inzake algemene aantrekkelijkheid dan bij de aparte criteria. De voorbije jaren was dit ook al zo.

Na de farmasector is de it & consultancy-sector de meest aantrekkelijke bij de diverse criteria. De sector staat in de top 3 van zes criteria (t.o.v. vier vorig jaar). De sector ontthoont wel 'farma' voor het criterium 'toekomstmogelijkheden'.

'Bank & verzekeringen' verliest zijn enige nummer 1 plek bij 'balans werk-privé' aan de sector 'telecom & contactcenters'. Die sector wist trouwens ook een derde plaats te bemachtigen bij het criterium 'locatie'. Misschien heeft de mogelijkheid tot thuiswerk dat de sector biedt een grote impact op beide scores. Al stelt de vraag zich waarom dit zich niet eerder manifesteerde in de resultaten.

tabel 4

top 3 van aantrekkelijkste privésectoren per criterium

	1	2	3
toekomstmogelijkheden	it & consultancy	farma	bouw
werksfeer	farma	it & consultancy	media
werkzekerheid	farma	bouw	it & consultancy
balans werk-privé	telecom & contactcenters	farma	bank & verzekeringen
financiële gezondheid	farma	it & consultancy	bank & verzekeringen
jobinhoud	farma	luchtvaart	media
CSR	industriële reiniging*	farma	bouw
goede reputatie	farma	bouw	it & consultancy
loon en voordelen	farma	it & consultancy	bouw
locatie	retail	distributie	telecom & contactcenters

*industriële reiniging, milieu, veiligheid

na de farmasector is it & consultancy de meest aantrekkelijke sector bij de diverse criteria. De sector staat in de top 3 van zes criteria (t.o.v. vier vorig jaar).

4.3 aantrekkelijkheid van de privésectoren volgens de subgroepen

De sterke leiderspositie van ‘farma’ inzake algemene aantrekkelijkheid en aantrekkelijkheid op de verschillende criteria betekent niet dat de leiderspositie zich automatisch doorvertaalt naar de tien weerhouden subgroepen. ‘Farma’ komt als aantrekkelijkste uit de bus bij vijf subgroepen: vrouwen, Nederlandstaligen, personen die hoger onderwijs genoten, 31-50 jarigen en werkenden. Vorig jaar werd winst behaald in vijf subgroepen. ‘Farma’ scoort net als vorig jaar niet in de top 3 bij de jongeren maar ook bij de personen die middelbaar onderwijs genoten hebben, verliest het zijn top 3-positie.

Ook de luchtvaartsector scoort uitstekend met zeven noteringen in de top drie van alle subgroepen.

‘Media’ haalt een top 3-notering in zes subgroepen (vrouwen, middelbaar, jongeren, 50+, Franstaligen en werkenden). Enkel bij de jongeren komt ‘media’ nog als winnaar uit de bus. Vorig jaar was dat nog het geval bij personen die middelbaar onderwijs genoten en vrouwen het geval.

‘It & consultancy’ verliest drie top 3-noteringen (Franstaligen, hoger onderwijs en 50+). Enkel bij de jongeren en de 31-50 jarigen wist ‘it & consultancy’ nog een plaats in de top 3 te veroveren.

De sector ‘telecom en contactcenters’ was één van de sterkste stijgers algemeen en eindigt driemaal op een derde plaats bij de subgroepen (mannen, hoger opgeleid en Nederlandstaligen).

tabel 5

top 3 van aantrekkelijkste privésectoren volgens subgroepen

	1	2	3
mannen	luchtvaart	farma	telecom & contactcenters
vrouwen	farma	transport (goederen)	media
middelbaar	automotive (productie)	media	industriële reiniging*
hoger	farma	luchtvaart	telecom & contactcenters
18-30 jaar	media	it & consultancy	voeding
31-50 jaar	farma	luchtvaart	it & consultancy
51-64 jaar	luchtvaart	farma	media
nederlands	farma	luchtvaart	telecom & contactcenters
frans	luchtvaart	media	farma
werkenden	farma	luchtvaart	media

*industriële reiniging, milieu, veiligheid

4.4 voor welke criteria van een employer brand scoren (privé) bedrijven het best?

Een traditioneel onderdeel van de bevraging is de evaluatie van een aantal criteria van de employer brand. Hoe scoren de individuele bedrijven gemiddeld op de verschillende criteria? Traditioneel scoren ze goed voor 'financiële gezondheid' en de 'kwaliteit van het management', 'leiderschap'. De voorbije jaren werd dit laatste kenmerk niet meer bevestigd. Grote bedrijven scoren meestal niet goed wat 'CSR', 'werksfeer' en 'balans werk-privé' betreft.

De rangschikking ondergaat geen reële wijzigingen ten opzichte van vorig jaar. De trend is stabiel tot heel licht positief. Enkel locatie gaat er op achteruit.

tabel 6

gemiddelde aantrekkelijkheid van de verschillende criteria (grote bedrijven) evolutie '23-'24 (gemiddelde score op schaal van 1-5)

	2023	2024
1. financiële gezondheid	3,74	3,80
2. reputatie	3,59	3,62
3. werkzekerheid	3,57	3,61
4. loon en voordelen	3,49	3,54
5. toekomstmogelijkheden	3,48	3,50
6. jobinhoud	3,47	3,49
7. werksfeer	3,43	3,46
8. balans werk-privé	3,42	3,45
9. locatie	3,41	3,34
10. CSR	3,24	3,29

Als we een vergelijking maken met de rangschikking van de verschillende criteria volgens het belang dat werknemers eraan toeschrijven, zit de grootste spanning traditioneel bij 'balans werk-privé' en 'werksfeer'. Dit zijn voor werknemers belangrijke criteria om voor een werkgever te kiezen, maar tegelijkertijd zijn het criteria waar grote bedrijven niet zo goed op scoren. Inzake 'CSR' is er geen spanning. Grote bedrijven zetten voor 'CSR' geen hoge scores neer, maar werkzoekenden hechten er ook niet zoveel belang aan. In elk geval minder dan dikwijls gesuggereerd wordt.

Het gaat in deze louter om beoordelingen van grote bedrijven uit de privésector. Krijgen we een andere rangordening als we de respondenten de eigen werkgever laten beoordelen? Uiteraard. Respondenten werken zowel in kleine als in grote bedrijven en zowel in de privé- als in de publieke sector en in de social profit. Dat zijn drie deelsectoren met onderling grote verschillen inzake employer brand DNA. En niet te vergeten: de eigen werkgever is uiteindelijk degene waar de betrokken werknemers voor gekozen hebben. Het is dus redelijk voorspelbaar dat die rangschikking er ietwat anders uitziet en dat de gemiddelde scores in principe boven deze van de grote bedrijven uitkomen.

Dat blijkt ook dit jaar uit de feiten. Gemiddeld genomen zijn respondenten een stuk positiever als het gaat om het eigen bedrijf dan om een gemiddeld groot privébedrijf. De scores liggen opnieuw hoger dan vorig jaar, behalve voor 'werkzekerheid' en 'locatie'. Al behouden deze wel hun positie op nummer één en twee. Gevolgd door 'financiële gezondheid'.



De bedrijven en organisaties worden positiever beoordeeld. Van alle mogelijke criteria staat 'werkzekerheid' zoals verwacht nog steeds op nummer één. Nog maar eens een bewijs dat het met de doorgedreven flexibilisering op de arbeidsmarkt de voorbije decennia zeer goed meevalt.

'Locatie' behoudt dus zijn tweede plaats. Dit kenmerk werd vorig jaar voor het eerst bevestigd. Het is een gevolg van het feit dat bij werknemers de nabijheid en de bereikbaarheid een belangrijke rol speelt in hun zoektocht naar een werkgever. De opkomst van 'thuiswerk' heeft in deze geen impact gehad. Het minst tevreden zijn werknemers over hun toekomstmogelijkheden in het bedrijf. En ook de eigen werkgever scoort niet hoog als het over 'CSR' gaat.

tabel 7

gemiddelde aantrekkelijkheid van de verschillende criteria (eigen werkgever, alle bedrijven en organisaties)
 evolutie '23-'24 (gemiddelde score op schaal 1-5)

	2023	2024
1. werkzekerheid	4,05	4,03
2. locatie	3,94	3,90
3. financiële gezondheid	3,84	3,86
4. jobinhoud	3,77	3,78
5. balans werk-privé	3,74	3,76
6. goede reputatie	3,71	3,73
7. loon en voordelen	3,64	3,70
8. werksfeer	3,64	3,66
9. CSR	3,51	3,56
10. toekomstmogelijkheden	3,36	3,43



1.

2.

3.

4.

5. welke bedrijven zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?

6.



welke bedrijven zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?

5.1 naambekendheid

Om de meest aantrekkelijke werkgever op te sporen maken we zoals elk jaar een onderscheid tussen de relatieve en de absolute aantrekkelijkheid van een bedrijf. De absolute aantrekkelijkheid van een bedrijf is het percentage van respondenten dat voor dat bedrijf wil werken. Deze indicator hangt sterk af van de naambekendheid van het bedrijf. En dat is logisch: het is onmogelijk dat iemand voor een bedrijf wil werken als hij of zij het niet kent. Daarom hebben we ook de relatieve aantrekkelijkheid van een bedrijf ingevoerd. Daarbij zetten we het percentage mensen dat voor een bedrijf wil werken af tegenover zij die het bedrijf daadwerkelijk kennen. Zo koppelen we de aantrekkelijkheid los van de naambekendheid van het bedrijf. Een onderneming kan namelijk een zwakke naambekendheid hebben en toch sterk scoren bij mensen die het kennen en omgekeerd. Voor dit concept moeten we dus eerst een intermediaire indicator invoeren: de naambekendheid.

bpost stoot IKEA van de troon, nadat het vier keer op rij de meest bekende werkgever was.

We gebruiken deze parameter als noodzakelijke tussenstap om de absolute aantrekkelijkheid te berekenen. Traditioneel zijn er weinig uit-

gesproken verschuivingen in de rangschikking van de bekendste privéwerkgevers. Dat is ook dit jaar niet anders.

Bpost is dit jaar de meest bekende werkgever. Het stoot daarmee IKEA van de troon nadat het vier keer op rij de meeste bekende werkgever was. Bpost (toen nog onder naam De Post) was in het eerste decennium al de meest bekende werkgever samen met IKEA. De winnaar van vorig jaar, IKEA, eindigt op een tweede plaats. Coca-Cola, Aldi en Colruyt Group vervolledigen de top 5.

tabel 8

top 10 bekendste werkgevers in België (in %)

1.	bpost	88
2.	ikea	87
3.	coca-cola	86
4.	aldi	85
5.	colruyt group	84
6.	nmb	83
7.	carrefour	83
8.	proximus	83
9.	lidl	83
10.	decathlon	82

5.2 de relatieve aantrekkelijkheid

Traditioneel is de rangschikking van de meest aantrekkelijke werkgevers (relatieve aantrekkelijkheid) deze waar het meest naar uitgekeken wordt. Het is ook op basis van deze rangschikking dat we de jaarlijkse Randstad Award(s) uitreiken.

De tijd dat er in de top van de rangschikking weinig beweging was, ligt al een tijdje achter ons. De voorbije jaren zijn er in deze rangschikking telkens heel wat verschuivingen waar te nemen.

Dit jaar zijn de bewegingen bovenaan de rangschikking opnieuw heftig. Slechts twee bedrijven uit de top 10 van vorig jaar staan er dit jaar opnieuw in. Slechts acht bedrijven uit de top 20 van vorig jaar slagen daar dit jaar opnieuw in.

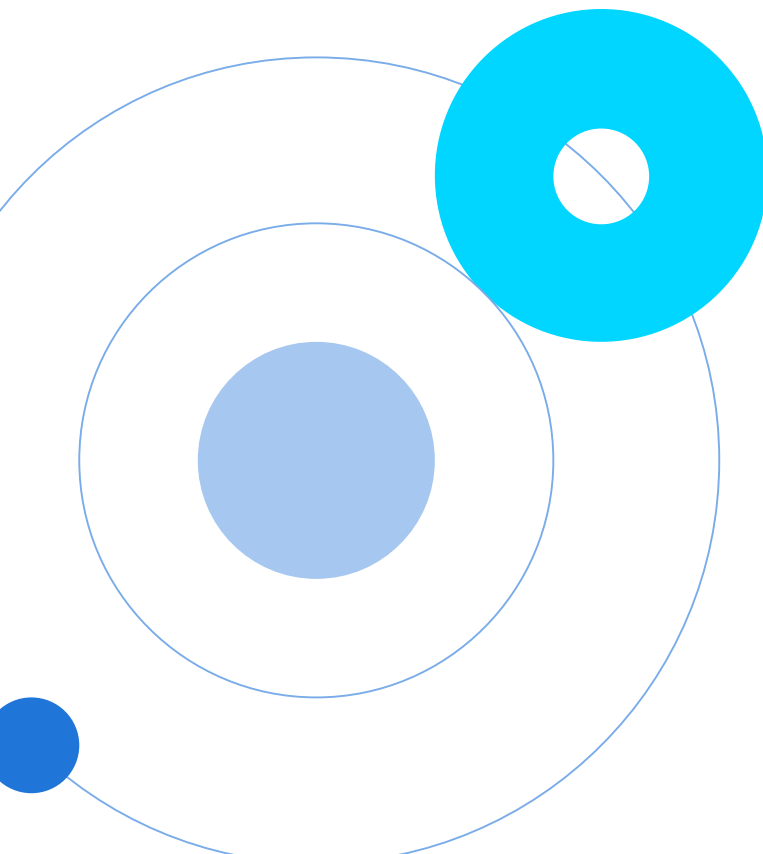
tabel 9

top 20 relatief aantrekkelijkste werkgevers in België (in %)

	2023	2024
1. gsk	53,2	55,0
2. société générale de surveillance (sgs)	33,4	51,9
3. dpg media	53,1	50,7
4. brussels network operation (bno)	47,9	50,5
5. colas	40,7	49,3
6. brussels airport	41,8	49,3
7. vrt	51,1	49,1
8. roularta media group	38,8	49,0
9. tui	44,7	48,3
10. ucb	45,1	47,9
11. nike	49,2	47,6
12. sonaca	36,8	47,4
13. pwc	47,9	47,2
14. seris	39,6	46,7
15. asahi glass company (agc)	39,9	46,2
16. cegeka	40,3	45,8
17. care	33,9	45,7
18. unilin	36,9	45,5
19. solvay	39,7	45,5
20. brussels airlines	38,8	45,5

*De score van 55% van GSK vertegenwoordigt het aandeel mensen die de organisatie kennen die een score van 4 of 5 op 5 geven (schaal van 1 tot 5) op de vraag 'zou u graag voor dit bedrijf willen werken?'

Noot: Bedrijven die in een tijdspanne van vijf jaar drie keer de eerste plaats behalen, krijgen voor drie jaar een plek in de Randstad Hall of Fame. In België gaat het om Janssen Pharmaceutica. Bedrijven in de Hall of Fame worden niet opgenomen in de nationale globale rangschikking. Ze krijgen wel nog steeds een persoonlijke evaluatie. Wereldwijd zitten slechts 16 bedrijven in de Hall of Fame waaronder IKEA, Philips, Google, Microsoft en Audi.



De winnaar van vorig jaar, GSK, wist zijn positie vast te houden. Het bedrijf is een vaste waarde en won inderdaad al meerdere keren de Randstad Award. Ook in 2004, 2008, 2014, 2016 en 2023 wist het de hoofdprijs te verzilveren. Dat maakt van hen, in de geschiedenis van het Randstad Employer Brand Research, de meest aantrekkelijke werkgever in dit land na Janssen. GSK stond nagenoeg altijd in de top 10. Enkel twee jaar geleden was dit uitzonderlijk niet het geval met een negentiende plaats.

Op plaats twee vinden we een eerste verrassing. SGS komt de top 3 binnen op een tweede plaats. Het bedrijf dat gespecialiseerd is in controle en expertise steeg maar liefst 18,5 pp. De toename in aantrekkelijkheid van SGS kan worden toegeschreven aan een significante stijging in bijna alle belangrijke criteria, waarbij het criterium 'werkzekerheid' de meest opmerkelijke stijging kende in vergelijking met het voorgaande jaar. Daarnaast toonde de socio-demografische analyse een significante stijging van 12,2% bij personen tussen 25 en 44 jaar. Vorig jaar stond het bedrijf niet eens in de top 20. Volgend jaar zullen we zien of ze kunnen bevestigen.

Op de derde plaats vinden we de nummer 2 van vorig jaar terug: DPG Media. Het mediabedrijf kende een kleine daling van 2,4 pp. Het laat hiermee wel andere mediabedrijven zoals VRT (-2 pp.) en Roularta Media Group (+10,3 pp.) nog ver achter zich. Zij eindigen respectievelijk op plaats zeven (tov plaats vier vorig jaar) en plaats 8 (tov plaats 52 vorig jaar).

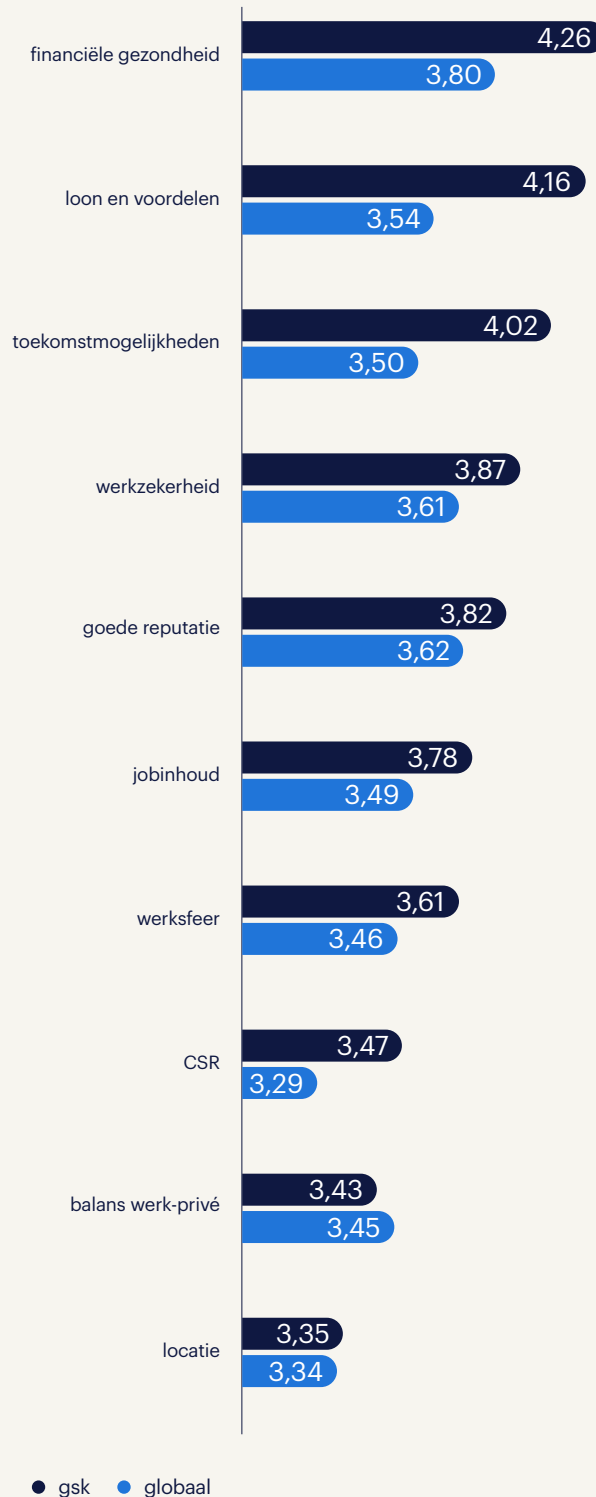
Brussels Network Operations, vorig jaar elfde, eindigt nu op een vierde plaats dankzij een stijging van 2,6 pp. Op de vijfde plaats vinden we de wegebouwer Colas, die zijn eerste top 20 plaats te danken heeft aan de toename in aantrekkelijkheid die voornamelijk kan worden toegeschreven aan de significante toename van de criteria 'financiële gezondheid' en 'jobzekerheid'.

Roularta Media Group is samen met SONACA (10,6 pp.), Care (11,8 pp.) en SGS één van de sterkste stijgers.

De Belgische verankering van de meest aantrekkelijke bedrijven blijft sterk met vijf van de tien aantrekkelijkste bedrijven. Zeker als we rekening houden met het feit dat er nog één Belgisch verankerd bedrijf (Janssen) zich tijdelijk ophoudt in de Hall of Fame.

figuur 1

waarom is gsk de aantrekkelijkste werkgever?
(gemiddelde score op schaal 1-5)



De employer brand van GSK vertoont geen zwakke plekken. GSK scoort op bijna alle criteria beter dan het globale gemiddelde. Alleen inzake 'balans werk-privé' zit GSK net onder het gemiddelde. Vorig jaar scoorde men enkel op vlak van 'CSR' net onder het gemiddelde maar dankzij een stijging van 0,34 punten scoort het daar nu boven het gemiddelde. De meest positieve afwijking bedraagt zelfs 0,62 punten ('loon en voordelen'), nog 0,1 punt meer dan vorig jaar.

5.3 de sterkste bedrijven per criterium

AGC (Asahi Glass Company) wist dit jaar het best te presteren inzake de afzonderlijke criteria. Het bedrijf haalt vier top 3-noteringen. Het wist wel slechts één keer te winnen (balans werk-privé). Het eindigde op plaats twee voor ‘werksfeer’ en ‘jobinhoud’ en wist een derde plaats te veroveren voor ‘reputatie’. Vorig jaar moest het zich nog tevreden stellen met twee top 3-noteringen waaronder slechts één als winnaar (‘jobinhoud’) en één als tweede (‘financiële gezondheid’)

De meest aantrekkelijke werkgever, GSK, haalt drie overwinningen, namelijk ‘financiële gezondheid’, ‘toekomstperspectieven’ en ‘loon en voordelen’ maar scoort verder nergens in de top 3.

EY haalt net als GSK drie top 3-noteringen waaronder een tweede plaats (‘toekomstperspectieven’) en twee derde plaatsen (‘financiële gezondheid’ en ‘werkzekerheid’). Het enige andere bedrijf met twee topdrienoteringen is Bayer (bij ‘loon en voordelen’ en ‘werkzekerheid’). De andere 22 bedrijven moeten zich allemaal tevreden stellen met één topdrienotering. Het is nooit eerder gebeurd dat zoveel verschillende bedrijven een topdrienotering haalden.

Drie bedrijven wisten tweemaal een plaats in de top 3 te veroveren, namelijk PWC (‘werksfeer’ en ‘toekomstperspectieven’), Jan De Nul (reputatie’ en ‘loon en voordelen’) en Colruyt Group (‘reputatie’ en ‘locatie’).

tabel 10

welke drie privéwerkgevers kregen de hoogste scores voor de verschillende instrumentele criteria?

	1	2	3
financiële gezondheid	gsk	coca-cola	ey
werkzekerheid	ores	nbb	ey
toekomstperspectieven	gsk	ey	pwc
CSR	renewi	arvesta	greenyard
werksfeer	pwc	agc	baxter
balans werk-privé	agc	colas	unilin
reputatie	jan de nul	colruyt group	agc
loon en voordelen	gsk	jan de nul	basf
jobinhoud	solvay	agc	cegeka
locatie	lidl	colruyt group	aldi

5.4 de aantrekkelijkste bedrijven volgens de subgroepen

tabel 11

welke drie privéwerkgevers zijn de aantrekkelijkste bij de onderzochte subgroepen?

	1	2	3
mannen	colas	sgs	gsk
vrouwen	gsk	tui	estee lauder
18-30 jaar	nike	dpg media	vrt
31-50 jaar	gsk	agc	baxter
51-64 jaar	gsk	tui	roularta media
middelbaar	sgs	dpg media	gsk
hoger	bno	gsk	tui

Het is nog nooit gebeurd dat een globale winnaar de winst kan doortrekken naar alle subgroepen. Dit jaar zijn er vijf verschillende winnaars. Colas wint bij de mannen en GSK bij de vrouwen.

Nike haalt het voor het vierde jaar op rij bij de jongeren. GSK wint bij zowel de categorie 31 tot 50 jaar als de 50+'ers.

Bij de middengeschoolden wint SGS; bij de hoger geschoolden eindigt Brussels Network Operations net voor de globale winnaar GSK.

Globale winnaar GSK haalt verder nog twee derde plaatsen (mannen en middelbaar) en komt daarmee op zes top 3-noteringen. TUI is eerste achtervolger met drie top 3-noteringen.

5.5 de absolute aantrekkelijkheid

Bij de werkgevers met de grootste relatieve aantrekkelijkheid vinden we zowel bekende als enkele minder bekende bedrijven terug. Daarom hanteren we ook een tweede aantrekkelijkheidsindicator: de absolute aantrekkelijkheid. Daarvoor vermenigvuldigen we de naambekendheidsscore van een bedrijf met de score op het vlak van de relatieve aantrekkelijkheid. De resultaten van deze berekening weerspiegelen in zekere zin het absolute theoretische rekruteringspotentieel van de bedrijven in kwestie.

De absolute aantrekkelijkheid van een bedrijf hangt vooral af van zijn naambekendheid. Dat verklaart meteen waarom deze resultaten doorgaans minder schommelen dan bij de relatieve aantrekkelijkheid.

Sinds 2010 was de overwinning meestal weggelegd voor één en hetzelfde bedrijf: Coca-Cola. Sinds het ontstaan van het onderzoek won het bedrijf maar liefst tien keer. In 2017 moest Coca-Cola na zeven opeenvolgende overwinningen de eer voor het eerst aan Colruyt Group laten, maar de daaropvolgende twee jaar was het opnieuw winnaar. Vier jaar geleden moest het dan opnieuw Colruyt Group laten voorgaan. Maar drie jaar geleden zette Coca-Cola opnieuw orde op zaken. Twee jaar geleden won Colruyt Group echter voor de derde keer de titel van absoluut meest aantrekkelijke werkgever. Vorig jaar was het de beurt aan Nike om de titel van absoluut meest aantrekkelijke werkgever in de wacht te slepen.

Na Nike vorig jaar sleept dit jaar opnieuw een bedrijf voor het eerst de titel van absoluut meest aantrekkelijke werkgever in de wacht: Brussels Airport. Na Proximus, Coca-Cola, Fortis, IKEA, Colruyt Group en Nike is het pas het zevende bedrijf dat deze titel in de wacht sleept.

Vorig jaar scoorden drie absoluut meest aantrekkelijke bedrijven in de top 20 van de relatief meest aantrekkelijke bedrijven. Dit jaar is het er eentje meer: Brussels Airport, Nike, Brussels Airlines en TUI.

tabel 12

top 20 van de absoluut meest aantrekkelijke werkgevers in België (in %)*

1.	brussels airport	38,01
2.	colruyt group	37,56
3.	nike	37,39
4.	ikea	36,50
5.	coca-cola	36,49
6.	brussels airlines	35,25
7.	decathlon	33,94
8.	tui	33,87
9.	nmbs	31,72
10.	bpost	31,32
11.	proximus	30,41
12.	pfizer	29,74
13.	bnp paribas fortis	29,39
14.	ing	29,14
15.	kbc	28,70
16.	ici paris xl	28,62
17.	belfius	28,47
18.	VRT	28,23
19.	toyota	28,19
20.	axa	27,98

*absolute aantrekkelijkheid = naambekendheid*relatieve aantrekkelijkheid

dit jaar is het de beurt aan Brussels Airport om de titel van absoluut meest aantrekkelijke werkgever in de wacht te slepen. Na Proximus, Coca-Cola, Fortis, IKEA, Colruyt Group en Nike is het pas het zevende bedrijf dat deze titel in de wacht sleept.



- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

6. welke lokale overheden zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?



welke lokale overheden zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?

6.1 waarom zijn de lokale overheden (on)aantrekkelijk?

Elk jaar bestuderen we naast de privésector een extra sector. Zo zijn de voorbije jaren al de publieke sector, de social profit, de internationale organisaties, de disruptieve merken en de aantrekkelijkste regionale bedrijven aan bod gekomen. Telkens bleek dat meerdere bedrijven/organisaties heel vlot de concurrentie konden aangaan met de grote private bedrijven. Als aparte sector bleken de internationale organisaties – zoals verwacht – aantrekkelijker dan alle andere privésectoren. De publieke sector, de social profit en de disruptieve merken eindigden eveneens in de top van de rangschikking. Dit jaar werd opnieuw geopteerd om de werkgeversaantrekkelijkheid van de lokale overheden te onderzoeken.

Hoe scoort privé ten aanzien van lokale besturen voor de verschillende criteria? Volgens de Nationale Bank van België is de tewerkstelling bij de lokale besturen sterk gestegen. Bij vorige edities hebben we al de vraag geopperd of de publieke sector wel altijd correct concurreert met de privé. Traditioneel winnen ze op criteria zoals 'werkzekerheid' maar doen dikwijls ook niet onder qua 'loon & voordelen'.

'Werkzekerheid' eindigt ook dit jaar met stip op nummer één als het belangrijkste criterium om te werken voor een lokale overheid. Gevolgd door 'balans werk-privé' en 'reputatie'. Enkel voor die laatste scoort het minder goed dan voor de privé.

Verderop in de top 10 scoren de lokale overheden nog beter op criteria zoals 'CSR', 'locatie', 'jobinhoud' en 'werksfeer' maar scoort het slecht voor 'financiële gezondheid', 'loon en voordelen' en 'toekomstmogelijkheden'. Al zijn de verschillen bij die laatste twee eerder klein.

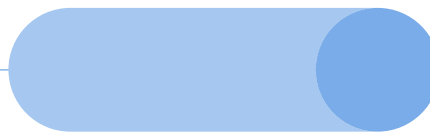
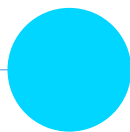
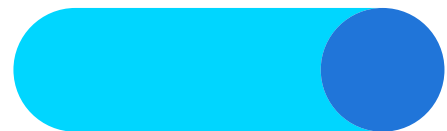
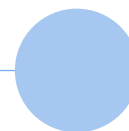


tabel 13

gemiddelde aantrekkelijkheid van de verschillende criteria (grote bedrijven vs lokale overheden)
(gemiddelde score op schaal van 1-5)

	privé	lokale overheden
1. werkzekerheid	3,62	3,77
2. balans werk-privé	3,44	3,68
3. reputatie	3,64	3,58
4. CSR	3,31	3,57
5. locatie	3,32	3,55
6. jobinhoud	3,50	3,55
7. werksfeer	3,48	3,54
8. financiële gezondheid	3,79	3,50
9. loon en voordelen	3,53	3,50
10. toekomstmogelijkheden	3,49	3,47

Als we inzoomen op welke criteria het aantrekkelijk maken om voor een lokale overheid te werken ten opzichte van andere sectoren, dan zien we dat de lokale overheden vier maal de top 3 van een bepaald criterium haalt. Het scoort het best voor 'balans werk privé en 'CSR'. Het haalt een tweede plek voor 'werkzekerheid', na de farmaceutische sector en het scoort een derde plek voor 'locatie' na de retail en distributie.



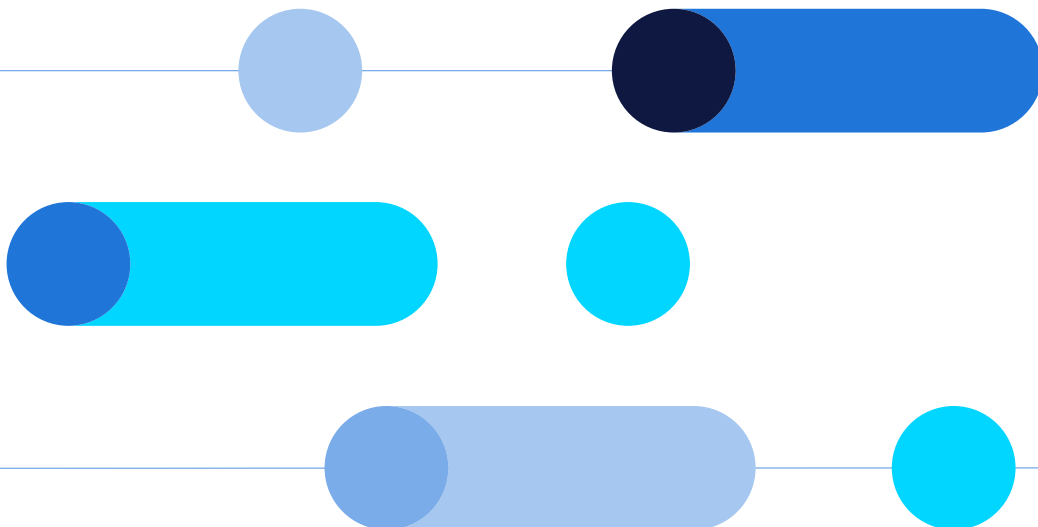


tabel 14

top 3 van aantrekkelijkste privésectoren en lokale overheden per criterium

	1	2	3
toekomstmogelijkheden	it & consultancy	farma	bouw
werksfeer	farma	it & consultancy	media
werkzekerheid	farma	lokale overheden	bouw
balans werk-privé	lokale overheden	telecom & contactcenters	farma
financiële gezondheid	farma	it & consultancy	bank & verzekeringen
jobinhoud	farma	luchtvaart	media
CSR	lokale overheden	industriële reiniging*	farma
goede reputatie	farma	bouw	it & consultancy
loon en voordelen	farma	it & consultancy	bouw
locatie	retail	distributie	lokale overheden

*industriële reiniging, milieu, veiligheid



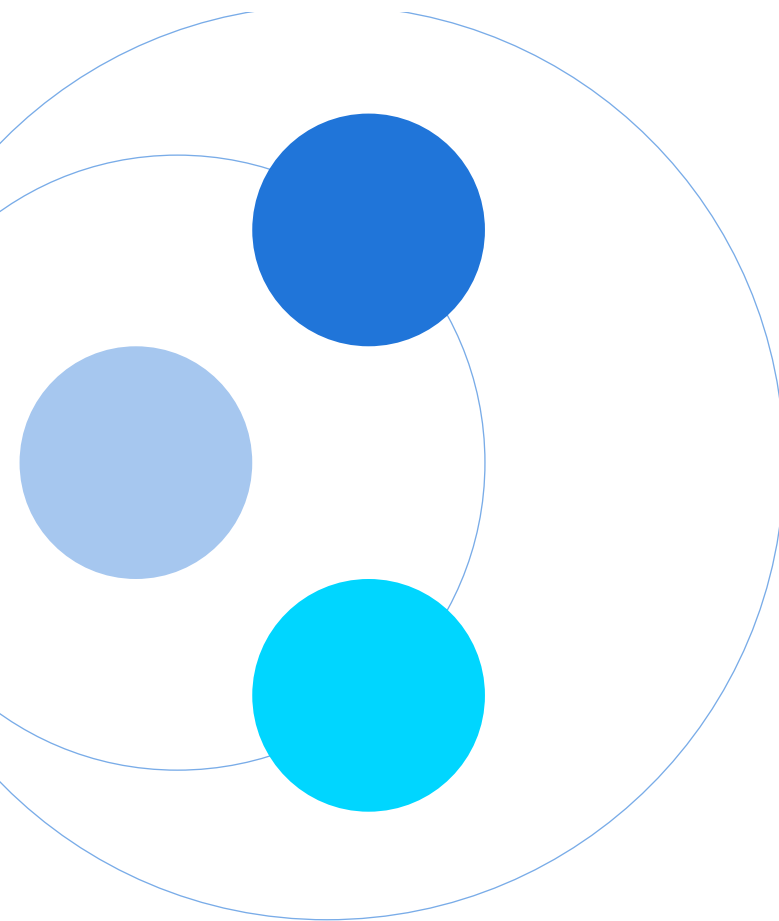
6.2 de relatieve aantrekkelijkheid

Net als bij de privébedrijven is het op basis van de relatieve aantrekkelijkheid dat we de Randstad Award uitreiken. De winnaar van de vorige editie in 2018, Namen, wist zijn positie vast te houden en mag zich opnieuw de meest aantrekkelijke werkgever van de lokale overheden noemen. Onze hoofdstad Brussel eindigt op de tweede plaats, gevolgd door de meest aantrekkelijke Nederlandstalige lokale overheid van vorige editie: Gent.

tabel 15

top 25 relatief aantrekkelijkste werkgevers lokale besturen in België (in %)

	2018	2024
1. Namen	56,3	57,6
2. Brussel	52,8	55,3
3. Gent	55,4	55,2
4. Brugge	51,0	54,8
5. Hasselt	52,4	52,8
6. Leuven	47,1	49,8
7. Genk	46,5	49,0
8. Antwerpen	50,7	48,0
9. Luik	48,1	46,9
10. Kortrijk	46,9	46,3
11. Roeselare	46,2	45,7
12. Oostende	44,6	44,6
13. Bergen	43,9	44,3
14. Nijvel	50,6	41,1
15. Sint-Niklaas	40,5	39,8
16. Verviers	32,6	38,9
17. La Louvière	38,8	37,9
18. Turnhout	33,5	37,4
19. Aalst	37,8	37,2
20. Doornik	31,8	37,1
21. Seraing	38,0	36,5
22. Mechelen	37,2	36,4
23. Charleroi	39,4	34,9
24. Aarlen	50,7	34,0
25. Moeskroen	29,6	27,3





6.3 de sterkste lokale overheden per criterium

Gent wist dit jaar het beste te presteren inzake de afzonderlijke criteria. De hoofdstad van Oost-Vlaanderen haalt maar liefst 8 top 3-noteringen. Het wist vier keer te winnen (CSR, balans werk-privé, loon & voordelen en jobinhoud). Het eindigde op plaats twee voor 'werkzekerheid', 'toekomstperspectieven' en 'reputatie' en wist een derde plaats te veroveren voor 'werksfeer'.

Opvallend: de meest aantrekkelijke werkgever, Namen, haalt geen enkele top 3-notering terwijl Brugge (6 maal) en Brussel (5 maal) de top 3 halen.

tabel 16

welke drie lokale overheden kregen de hoogste scores voor de verschillende instrumentele criteria?

	1	2	3
financiële gezondheid	Brugge	Hasselt	Genk
werkzekerheid	Brussel	Gent	Antwerpen
toekomstperspectieven	Brussel	Gent	Hasselt
CSR	Gent	Brugge	Roeselare
werksfeer	Brugge	Brussel	Gent
balans werk-privé	Gent	Doornik	Aalst
reputatie	Brugge	Gent	Roeselare
loon en voordelen	Gent	Hasselt	Brugge
jobinhoud	Gent	Brugge	Brussel
locatie	Brussel	Hasselt	Luik



1.

2.

3.

4.

5.

6.

bijlagen



privéwerkgevers

abinbev	voeding
accenture	it & consultancy
action	retail (textiel, meubelen)
activa	industriële reiniging, milieu, veiligheid
ag insurance	bank & verzekeringen
agc	niet-metaal
agfa	it & consultancy
albert heijn	distributie
aldi	distributie
alstom	bouw & installatie
arcelormittal	metaal
argenta	bank & verzekeringen
arvesta (aveve)	voeding
atlas copco	metaal
audi brussels	automotive (productie)
aurubis	metaal
aviapartner	transport (goederen) - logistics
axa	bank & verzekeringen
baloise	bank & verzekeringen
balta	niet-metaal
barco	hightech
barry callebaut	voeding
basf	chemie
basic-fit	hotels, restaurants, catering -tourism
baxter	farmaceutica
bayer	farmaceutica
bekaert (metaal)	metaal
belfius	bank & verzekeringen
besix	bouw & installatie
bnp paribas fortis	bank & verzekeringen
borealis	chemie
bpost	transport (goederen) - logistics
brico (brico, brico plan-it,...)	retail (textiel, meubelen)
brussels airlines	luchtvaart
brussels airport	luchtvaart
brussels network operations (bno)	energie

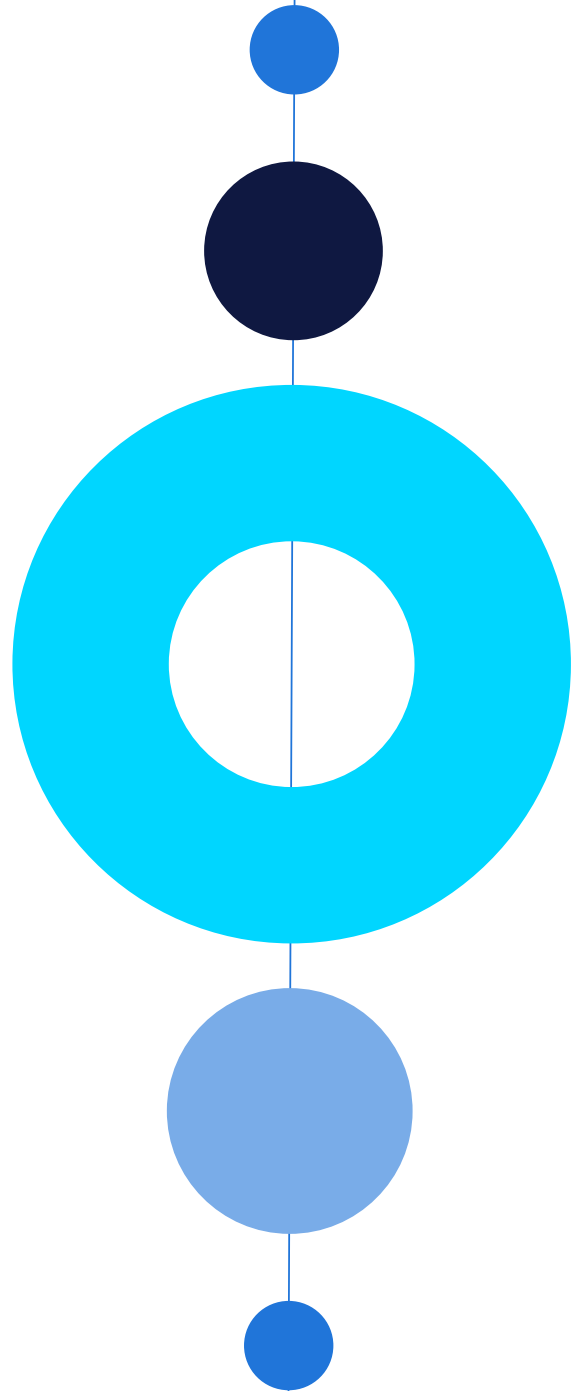
c & a	retail (textiel, meubelen)
capgemini	it & consultancy
care	industriële reiniging, milieu, veiligheid
cargill	voeding
carrefour	distributie
cbr (heidelbergcement group)	niet-metaal
cegeka	it & consultancy
cegelec	bouw & installatie
cleaning masters	industriële reiniging, milieu, veiligheid
cnh industrial (case new holland)	automotive (productie)
coca-cola	voeding
colas	bouw & installatie
colruyt group	distributie
compass	hotels, restaurants, catering -tourism
cora	distributie
cpssp (center parcs-sunparks)	hotels, restaurants, catering -tourism
d'ieteren	automotive (retail/diensten)
daf trucks	automotive (productie)
daikin	metaal
de lijn	transport (mensen)
decathlon	retail (textiel, meubelen)
delaware consulting	it & consultancy
delhaize (de leeuw)	distributie
deloitte	it & consultancy
dhl	transport (goederen) - logistics
dpg media	media
dsv	transport (goederen) - logistics
elia	energie
engie	energie
equans	bouw & installatie
esso (exxonmobil)	chemie
estee lauder	niet-metaal
ethias	bank & verzekeringen
euroclear	bank & verzekeringen
ey (ernst & young)	it & consultancy
febelco	transport (goederen) - logistics



fedex	transport (goederen) - logistics
fluvius	energie
fn herstal	metaal
fnac vanden borre	retail (textiel, meubelen)
frieslandcampina	voeding
g4s	industriële reiniging, milieu, veiligheid
gom	industriële reiniging, milieu, veiligheid
greenyard	voeding
gsk (glaxosmithkline)	farmaceutica
h. essers	transport (goederen) - logistics
h&m	retail (textiel, meubelen)
ici paris xl	retail (textiel, meubelen)
ikea	retail (textiel, meubelen)
inditex (zara, oysho, massimo dutti,...)	retail (textiel, meubelen)
ineos	chemie
infrabel	transport (mensen)
ing	bank & verzekeringen
intermarché	distributie
iris (facility, industry solutions, ...)	industriële reiniging, milieu, veiligheid
iss (facility center, catering, ...)	industriële reiniging, milieu, veiligheid
jan de nul	bouw & installatie
jette clean	industriële reiniging, milieu, veiligheid
john cockerill	hightech
katoen natie	transport (goederen) - logistics
kbc	bank & verzekeringen
kpmg	it & consultancy
krëfel	retail (textiel, meubelen)
kruidvat	retail (textiel, meubelen)
kuehne + nagel	transport (goederen) - logistics
la lorraine bakery group	voeding
laurenty	industriële reiniging, milieu, veiligheid
lidl	distributie
lineas	transport (goederen) - logistics
lotus bakeries	voeding
luminus	energie
match	distributie

media markt	retail (textiel, meubelen)
mediahuis	media
mivb	transport (mensen)
mondelez	voeding
multipharma	farmaceutica
nbb (nationale bank van belgië)	bank & verzekeringen
nike	transport (goederen) - logistics
nmbs	transport (mensen)
nokia bell	hightech
ontex	niet-metaal
opérateur de transport de wallonie	transport (mensen)
orange	telecom & contact centers
ordina	it & consultancy
ores	energie
p&v verzekeringenbank	bank & verzekeringen
pfizer	farmaceutica
pizza belgium (pizza hut)	hotels, restaurants, catering -tourism
prayon	chemie
primark	retail (textiel, meubelen)
procter & gamble (p&g)	niet-metaal
protection unit	industriële reiniging, milieu, veiligheid
proximus	telecom & contact centers
puratos	voeding
pwc (pricewaterhousecoopers)	it & consultancy
quality meat renmans	distributie
renewi	industriële reiniging, milieu, veiligheid
robert bosch	automotive (productie)
roularta media group	media
rtbf	media
safran (aircraft engine services, ...)	luchtvaart
saint-gobain	niet-metaal
securitas	industriële reiniging, milieu, veiligheid
seris (security, technology, logistics, ...)	industriële reiniging, milieu, veiligheid
sgs	it & consultancy
siemens	hightech
sodexo	hotels, restaurants, catering -tourism

solvay	chemie
sonaca	luchtvaart
soudal	chemie
spie	bouw & installatie
stadsbader	bouw & installatie
sweco	hightech
swift	it & consultancy
takeda	farmaceutica
telenet	telecom & contact centers
tenneco automotive	automotive (productie)
thomas & piron	bouw & installatie
totalenergies	chemie
toyota	automotive (retail/diensten)
tui (airlines, belgium, travel,...)	hotels, restaurants, catering -tourism
tvh parts	automotive (productie)
ucb	farmaceutica
umicore	chemie
unilin	niet-metaal
ups (united parcel service)	transport (goederen) - logistics
vab	automotive (retail/diensten)
van hool	automotive (productie)
van marcke	retail (textiel, meubelen)
van moer	transport (goederen) - logistics
vandemoortele	voeding
veolia	energie
vincotte	it & consultancy
volvo car	automotive (productie)
volvo group belgium (trucks & parts)	automotive (productie)
vrt	media
wengage	telecom & contact centers
what's cooking (ter beke, pluma, ...)	voeding
wienerberger	niet-metaal
willemen groep	bouw & installatie
worldline	it & consultancy
zeeman	retail (textiel, meubelen)





24ste editie



partner for talent.