

## Groot deel marcom-professionals werkt liever in andere branche

*Almere, 2 december 2011* – Er zit een aanzienlijk verschil tussen de branche waarin marcom-professionals graag zouden willen werken en de branche waarin zij momenteel werkzaam zijn. Vooral de verschillen in de communicatie/mediabranche zijn opvallend. Het percentage marcom-professionals dat de voorkeur geeft aan het werken in deze branche staat in schril contrast met het percentage professionals dat daadwerkelijk in deze branche werkzaam is. Dit blijkt uit onderzoek van [USG Capacity](#), specialist op het gebied van werving & selectie en interim-management van marketing- en communicatieprofessionals.

In het onderzoek werden bijna 340 marketing- en communicatieprofessionals gevraagd naar de branche waarin ze werkzaam zijn en de branche waarin ze graag zouden willen werken. Van de marketingprofessionals geeft 58 procent aan dat de communicatie/mediabranche hun voorkeur geniet, terwijl slechts 24 procent momenteel in die branche werkt. Voor communicatieprofessionals geldt dat nu 36 procent werkzaam is in de communicatie/mediabranche en dat maar liefst 74 procent er zou willen werken.

Naast de communicatie/mediabranche geven communicatieprofessionals aan dat ook de consultancybranche (30 procent) en de branche onderwijs en wetenschap (26 procent) hun voorkeur geniet. De top drie voorkeursbranches voor marketingprofessionals wordt afgesloten met de consultancybranche (44 procent) en overige (zakelijke) dienstverlening (33 procent).

“Uit dit onderzoek komt duidelijk naar voren dat marcom-professionals niet alleen een duidelijke voorkeur hebben voor het type organisatie, maar dat ook de branche een belangrijke rol speelt. Naar mijn idee zouden organisaties over de rand van hun eigen business kunnen kijken en zich moeten afvragen hoe het is gesteld met de populariteit van de branche. Wellicht dat organisaties dan een stap verder gaan dan employer branding en via een branchevereniging krachten kunnen bundelen om aandacht aan ‘branche branding’ te besteden”, aldus Wout Oosterhof, operationeel directeur USG Capacity.

Het onderzoek is een initiatief van USG Capacity en wordt uitgevoerd door Intelligence Group. Aan dit onderzoek namen bijna 340 marcom-professionals deel met een HBO+ opleidingsniveau.

-----  
**USG Capacity**

Sinds 1991 werft, selecteert en bemiddelt USG Capacity als marktleider marketing- en communicatieprofessionals met minimaal hbo-niveau, zowel voor vast als op interim-basis. De kracht van USG Capacity komt voort uit de persoonlijke kwaliteiten en betrokkenheid van de consultants, de individuele aanpak en de sterke marktfocus. De diensten van USG Capacity gaan verder dan alleen het invullen van vacatures. Zij stimuleren kandidaten om hun eigen specialisme in te zetten en hen hierdoor op een unieke manier te laten groeien. USG Capacity heeft een landelijke spreiding met kantoren in Amsterdam, Arnhem, Den Haag, Eindhoven, Groningen, Rotterdam, en Utrecht met een hoofdkantoor in Almere. Meer informatie is te vinden op [www.usgcapacity.nl](http://www.usgcapacity.nl). Met deze site heeft USG

Capacity onlangs de award gewonnen voor beste mobiele sollicitatie-ervaring 2011. USG Capacity is onderdeel van de beursgenoteerde onderneming USG People N.V., tweede speler in Nederland en vijfde speler in Europa op het gebied van flexibele arbeid.

**Meer informatie:**

Marcommit PR

Pauline van Die

Tel. 035-5822730 of 06-46182796

E-mail: [usgcapacity@marcommit.nl](mailto:usgcapacity@marcommit.nl)

-----

Indien u geen persberichten meer wenst te ontvangen van USG Capacity, kunt u een e-mail sturen naar [usgcapacity@marcommit.nl](mailto:usgcapacity@marcommit.nl).