

GROTE VACATURETEKSTEN ONDERZOEK

Het onderzoek onder 1.002 vacatureteksten op
(v)mbo-, hbo- en wo-niveau binnen 10 sectoren.



Februari 2026

Met dit onderzoek geven Nicol & Nutzy elke 2 jaar inzicht in de kwaliteit van vacatureteksten. Dit keer analyseerden we maar liefst 1.002 verschillende vacatureteksten. Teksten van vacatures uit 10 verschillende sectoren en op verschillende opleidingsniveaus.

Ben jij benieuwd hoe de kwaliteit van de vacatureteksten zich per sector en opleidingsniveau tot elkaar verhouden in 2026? En waar de belangrijkste verbeterlagen te maken zijn? Mooi, want dat brengen we in de komende pagina's onder woorden.

Waarom dit onderzoek?

In deze krappe arbeidsmarkt gaat de strijd om talent onverminderd door. En in de werving van dit talent wordt de vacaturetekst veelvuldig ingezet. Dat maakt de vacaturetekst nog steeds het meest gebruikte middel in arbeidsmarktcommunicatie.

Met de juiste woorden zorgen vacatureteksten voor meer én betere sollicitaties, ze versterken je werkgeversmerk en maken je bereik inclusiever. Daarmee is de vacaturetekst een serieuze succesfactor in hr en recruitment. Ook anno 2026.

Maar er wringt iets. Hoewel een goede vacaturetekst aantoonbaar het verschil kan maken, staan de meeste vacatureteksten bekend als lang, vaag en vol jargon. Ze zouden vaak een onrealistisch beeld schetsen van het werk. En concrete informatie missen, zoals salaris en werksfeer, en maar weinig aansprekend zijn voor de doelgroep.

Deze paradox maakt ons nieuwsgierig: hoe is de kwaliteit van Nederlandse vacatureteksten in 2026?



NICOL TADEMA & MITCH GIELEN

Inhoudsopgave

	pagina
Waarom dit onderzoek	2
Scores per vacaturetekst, algemeen en per sector	4
Scores per vacaturetekst, op opleidingsniveau en per sector	5
Gebruik van clichés	6
Lengte van teksten	8
Introductietekst	9
Taalniveau	10
Moeilijke woorden	11
Zinslengte	12
Passieve zinnen	13
Ingewikkelde zinnen	13
Lange alinea's	13
Werksfeer	14
Jij of wij	15
Functievereisten	15
Salarisvermelding	16
Leeftijdsdiscriminatie	17
Sluitingstermijn	17
Nawoord	18
Over Nicol en Nutzy	19

Een dikke onvoldoende

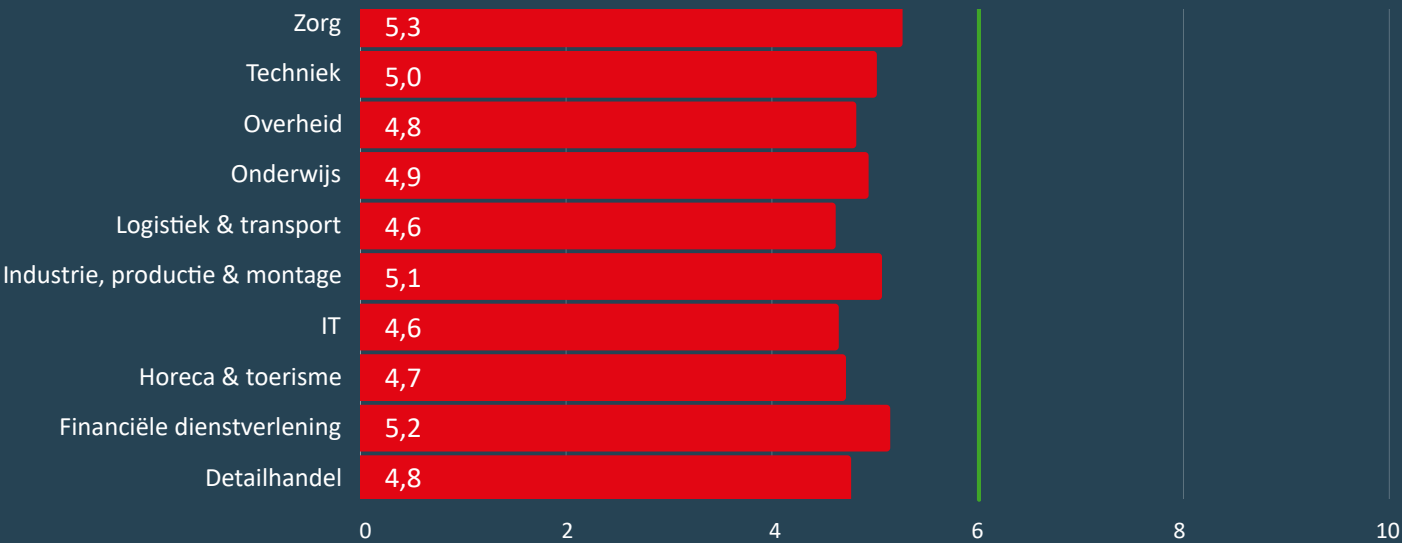
De resultaten zijn duidelijk: de gemiddelde vacaturetekst scoort een 4,9. Dat is een onvoldoende. Daarmee blijft de gemiddelde vacaturetekst onder het niveau dat nodig is om effectief te werven.

4,9

rapportcijfer overall

Score per vacaturetekst, per sector

vacatureteksten op (v)mbo-, hbo- en wo-niveau, rapportcijfer 1 tot en met 10



Een 4,9 (op een schaal van 1 tot en met 10) is weliswaar een verbetering ten opzichte van 2 jaar geleden toen de gemiddelde tekst nog een schamele 4,2 scoorde. Maar het blijft een dikke onvoldoende.

Datapunten

Per sector en opleidingsniveau kunnen punten worden behaald op 25 verschillende onderdelen, zoals de aan- of afwezigheid van:

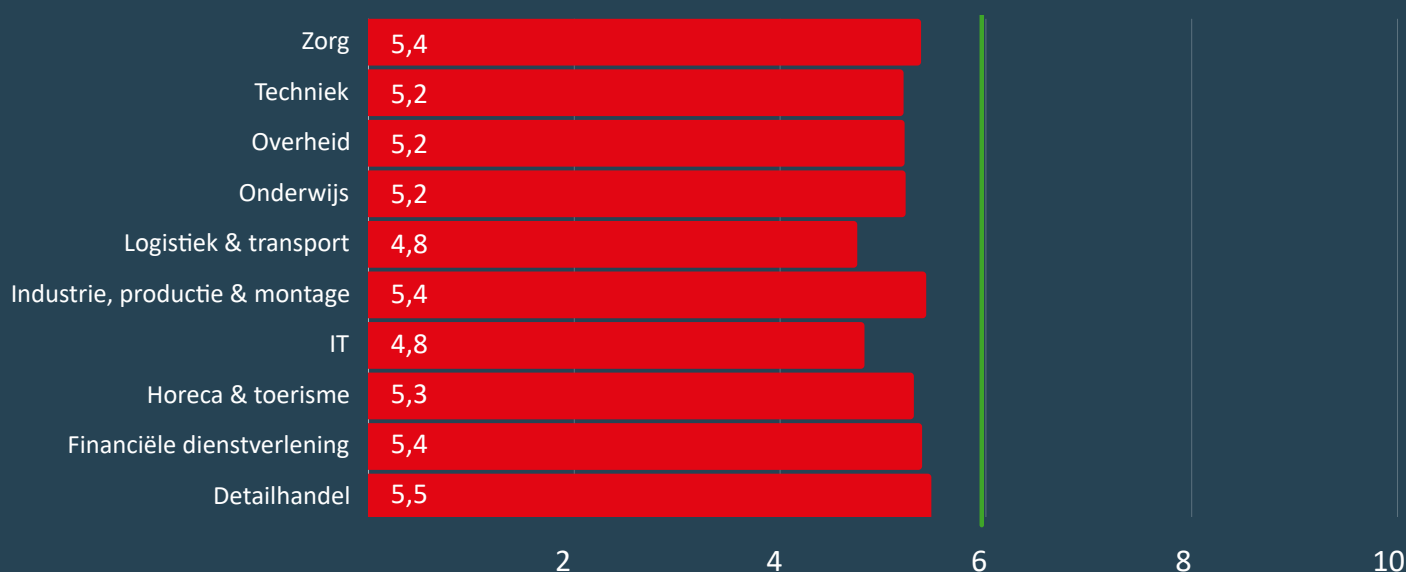
- clichés
- salarisvermelding
- kandidaatgericht intro
- te lange zinnen
- pre's
- sluitingstermijn
- functievereisten
- moeilijke woorden
- informatie over sollicitatieprocedure
- zin 'acquisitie wordt niet op prijs gesteld'
- contactgegevens
- concrete omschrijving werksfeer
- overschrijding wetgeving leeftijdsdiscriminatie
- eisen die worden gesteld aan het solliciteren zelf

In dit onderzoeksrapport wordt een groot aantal van deze punten toegelicht, inclusief de data.

2024

In 2024 scoorde de vacaturetekst gemiddeld nog een 4,2

Score per vacaturetekst, per sector op (v)mbo-niveau



Score per vacaturetekst, per sector op hbo- en wo-niveau



De kwaliteit van de vacatureteksten voor functies op vmbo- en mbo-niveau scoort 0,6 punten hoger dan teksten voor functies op hbo- en wo-niveau.

rapportcijfer

vmbo en mbo

5,2

hbo en wo

4,6

op schaal 1 tot en met 10

Gebruik van clichés

7,7

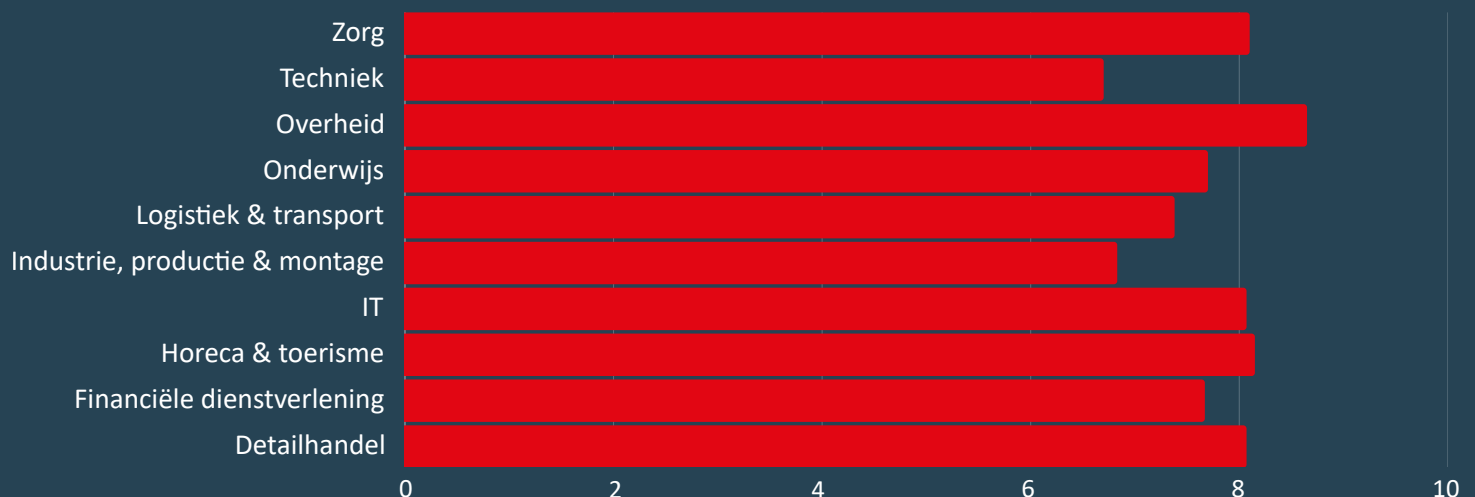
Een cliché in een vacaturetekst is een veelgebruikte en afgezaagde term (of zin) die weinig onderscheidend vermogen heeft. Denk aan 'je bent een flexibele, proactieve spin-in-het-web met passie voor het vak en zonder 9-tot-5-mentaliteit'.

clichés per vacaturetekst

Voor het onderzoek is geput uit een lijst van veelgebruikte termen en uitdrukkingen, waaronder 'creatief', 'dynamisch', 'passie', 'spin-in-het-web', 'marktconform' en 'flexibel'.

vacatureteksten op (v)mbo-, hbo- en wo-niveau

Gemiddeld aantal clichés per tekst, per sector



Toename van clichés

Gemiddeld bevat een vacaturetekst 7,7 clichés. Dit ligt 1,7 cliché hoger dan tijdens ons vorige onderzoek.

Een mogelijke verklaring voor deze stijging is de toename van het gebruik van AI-tools bij het schrijven van vacatureteksten.

Steeds vaker worden tools zoals ChatGPT, Copilot en custom AI-agents ingezet. Deze systemen zijn getraind op bestaande vacatureteksten. En laat dát nou precies het probleem zijn: in die teksten zitten al jaren dezelfde clichés. Zeker als de prompt weinig context bevat, vallen AI-tools sneller terug op standaard-formuleringen.

2024

In 2024 bevatte de gemiddelde vacaturetekst 6 clichés.

gemiddeld aantal clichés sectorbreed

Minste clichés

techniek, (v)mbo-functies



6,24 clichés

Meeste clichés

overheid, mbo-functies



9,02 clichés

Gemiddeld aantal clichés per tekst, per niveau



Top 10 meestvoorkomende clichés

1. uitdagend
2. flexibel
3. zelfstandig
4. betrokken
5. op zoek naar
6. pre
7. dynamisch
8. gezellig
9. afwisselend
10. enthousiast

Breinweetje



Zodra het lezersbrein een cliché herkent, schakelt het direct over op de automatische piloot. Het patroon is bekend, dus echt lezen is niet meer nodig. De aandacht zakt weg omdat er geen verrassing is en dus geen dopamine vrijkomt.

Tegelijk daalt de geloofwaardigheid: clichés voelen als marketingpraat zonder inhoud. Ze roepen geen beeld op, geen gevoel en geen verbinding.

Het brein concludeert snel dat dit meer van hetzelfde wordt en haakt af.

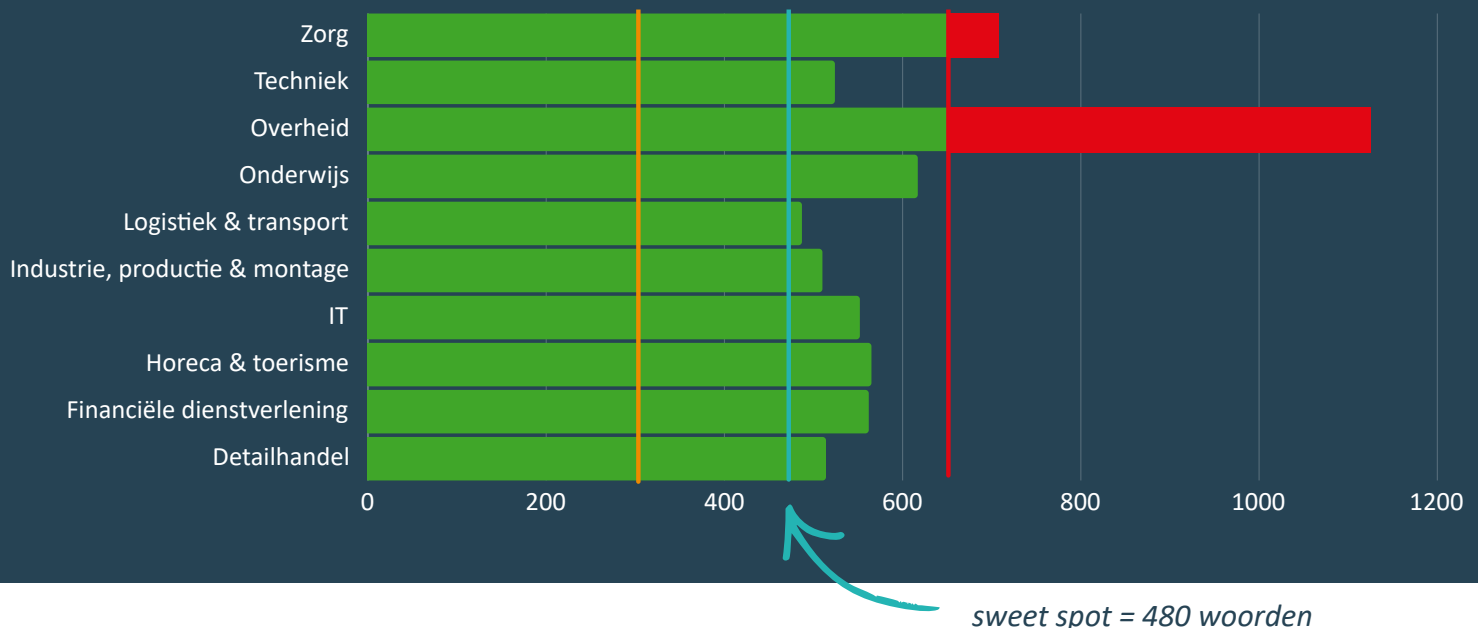
Lengte van teksten

Vacatureteksten presteren het best wanneer ze tussen de 300 en 660 woorden tellen, aldus Textio.

Met gemiddeld 615 woorden valt de Nederlandse vacaturetekst binnen de marge, met uitzondering van de sectoren overheid (1.125) en zorg (704).

gemiddeld
615
woorden

Gemiddeld aantal woorden per vacaturetekst, per sector



aantal woorden per niveau

vmbo en mbo

565

woorden

hbo en wo

665

woorden

2024

In 2024 telde de vacaturetekst gemiddeld nog 699 woorden.

Opvallend

De vacatureteksten zijn 12% korter dan in 2024: van 699 naar 615 woorden. Toch daalde de *sweet spot* volgens data van Textio nog harder.



Die *sweet spot* zat eerder op 640 woorden, maar telt nu 480 woorden. Dat is een afname van 25%.

Ofwel: de teksten zijn korter, maar relatief zitten we nu (veel) verder van ideaal af:

2024: **+59 woorden** (9% boven sweet spot)

2026: **+135 woorden** (28% boven sweet spot)

“DE BESTE VACATURETEKST IS ZO LANG
ALS NODIG EN ZO KORT ALS MOGELIJK.”

Nicol Tadema

Introductietekst

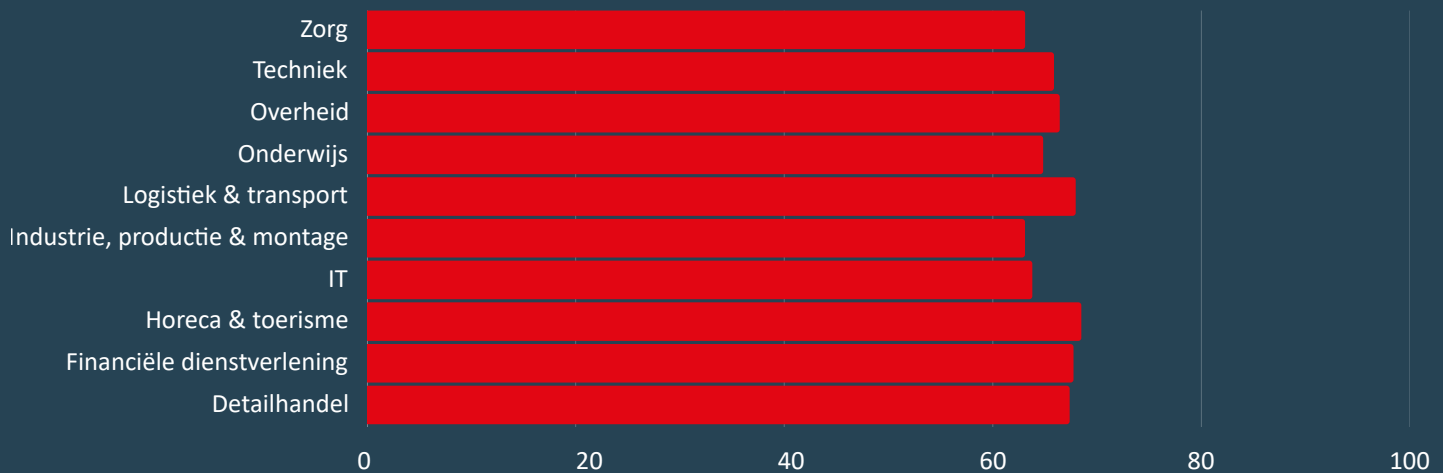
Een goede introtekst maakt in korte tijd helder wat deze functie anders maakt dan vergelijkbare vacatures en waarom het de moeite waard is om door te lezen.

Voor dit onderzoek is er gekeken of de eerste 4 à 5 zinnen lezersgericht zijn geschreven. Stond de 'what's in it for me' voor de lezer centraal? Of ging het direct over vereisten, het bedrijf óf de functie-inhoud?

+66%

géén lezersgericht intro

Percentage niet lezersgericht-intro, per sector



Breinweetje



Het lezersbrein gebruikt het intro van een vacaturetekst als snelle check. In een paar seconden beslist het: verder lezen óf afhaken.

Dit zijn de beslissingsfactoren:

- **Is het veilig of interessant?** Het brein scant op herkenning en relevantie. Is dit iets voor mij?
- **Kost dit energie?** Is het vaag of lang, dan haakt het brein af. Het wil gemak.
- **Wat voel ik?** Zonder gevoel geen aandacht. Feiten alleen doen weinig.
- **Kan ik mezelf hier zien?** Het brein zoekt een beeld. Een situatie. Een moment.
- **Is dit anders dan de rest?** Zijn inhoud en toon 13-in-1-dozijn? Dan gaat de automatische piloot aan.

Top 3

gemaakte fouten in intro's

1. Starten met functievereisten. Bijvoorbeeld: 'ben jij een proactieve, flexibele hbo'er met 3 jaar ervaring in de makelaardij?'
2. Beginnen over wat het bedrijf doet, hoelang het al bestaat en hoe succesvol men is.
3. Binnenvallen met de functie-inhoud: niet eerst inspelen op gevoel maar direct informeren.

Taalniveau

Het gemiddelde taalniveau van vacatureteksten ligt te hoog.

Daarmee bedoelen we dat de teksten boven B1-taalniveau scoren.

B1-taalniveau is een helder en praktisch taalniveau dat de meeste mensen direct begrijpen. Ook converteren teksten op B1-niveau beter.

98%
te hoog taalniveau

Daarom taalniveau B1

- 80% van de Nederlandse bevolking begrijpt een tekst geschreven op B1-niveau goed.
- 1 op de 5 mensen is laaggeletterd.
- 2 op de 5 werknemers in de schoonmaak-, bouw- en industriesector is laaggeletterd.
- 1 op de 3 jongeren scoort onvoldoende op taal.
- Eenvoudig(er) leesbare teksten verhogen de conversie.
- Eenvoudig(er) leesbare teksten verlagen het aantal mismatches.
- Eenvoudig(er) leesbare teksten verhogen de diversiteit van sollicitanten.
- De European Accessibility Act (ingangsdatum 2030) geeft aan dat informatie op taalniveau B1 moet worden aangeboden, zodat deze begrijpelijk is voor een breed publiek.



De European Accessibility Act verplicht organisaties om producten en diensten toegankelijk te maken voor iedereen. Dus ook voor mensen met een beperking.

Meetpunten

Het bepalen van een taalniveau is een samenspel van factoren. Denk aan woordkeuze, zinslengte en zinsbouw, maar ook aan hoe logisch een tekst is opgebouwd. Ook vakjargon telt mee. Dit is echter buiten beschouwing gelaten. Omdat vakjargon veelal nodig is om de functie-inhoud te omschrijven.

Om het taalniveau te analyseren is Klinkende taal ingezet; software die het taalniveau van teksten meet.

Opvallend

Gen Z en Alpha staan bovenaan de wensenlijst van veel werkgevers. Tegelijkertijd laat onderzoek zien dat het taalniveau onder jongeren de afgelopen jaren daalt.



En juist daar ontstaat frictie. Want dit onderzoek bevestigt opnieuw dat vacatureteksten nog vaak op een te hoog taalniveau zijn geschreven. Hierdoor groeit de kloof tussen werkgevers en de jongeren die ze proberen te bereiken.

Breinweetje

Makkelijk leesbare teksten verlagen de kans op een mismatch en verhogen de kans op conversie. Dat komt doordat makkelijk leesbare teksten de cognitieve belasting verlagen, waardoor de inhoud beter wordt begrepen en onthouden. Ook is de lezer eerder bereid om te solliciteren, omdat er door het leesgemak meer energie overblijft voor die actie.



Moeilijke woorden

Vacatureteksten hebben gemiddeld 9,6 % (te) moeilijke woorden.

De vuistregel als het gaat om schrijven op B1-niveau is dat de tekst 5 tot 10% moeilijke woorden mag bevatten. Voor wie echt 'veilig' wil scoren is het advies om onder de <5% te scoren.

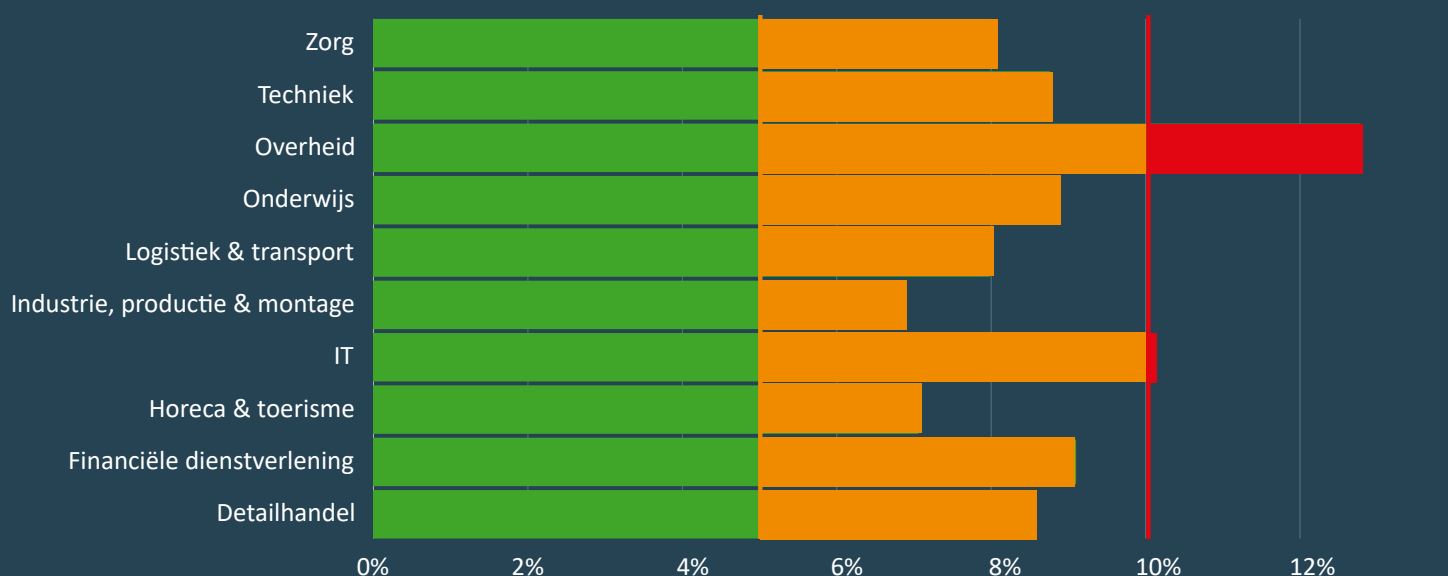
gemiddeld

9,6%

moeilijke woorden

Wat is een 'te moeilijk' woord? Dat is een woord boven B1-niveau. Het wordt door minder dan 80% van de Nederlandse bevolking snel en goed begrepen. Het gaat vaak om woorden met 3 of meer lettergrepen, ouderwetse woorden of woorden die weinig worden gebruikt.

Percentage moeilijke woorden per tekst, per sector



2024



In 2024 lag het aantal moeilijke woorden nog aanzienlijk hoger met 11,4%.

Veelvoorkomende moeilijke woorden

Moeilijke woorden

B1-woorden

primair	→	eerste, in het begin of origineel
intensief	→	sterk, vaak of veel
optimaliseren	→	verbeteren, beter maken
werkzaamheden	→	werk, taken of acties
essentieel	→	belangrijk, onmisbaar, nodig
innovatief	→	vernieuwend
conform	→	volgens, zoals staat in, klopt met

CHECK HIER GRATIS OF JOUW WOORD B1-NIVEAU HEEFT EN ONTVANG SYNONIEMEN.



Zinslengten

De gemiddelde vacaturetekst telt 7,72 te lange zinnen.

De best presterende vacaturetekst zou 13 tot 18 woorden per zin bevatten, aldus Textio. Voor dit onderzoek is uitgegaan van zinnen van meer dan 20 woorden.

gemiddeld

7,72

te lange zinnen per tekst

Top 3 sectoren met meeste lange zinnen

1. Horeca en toerisme

10,9

2. Overheid

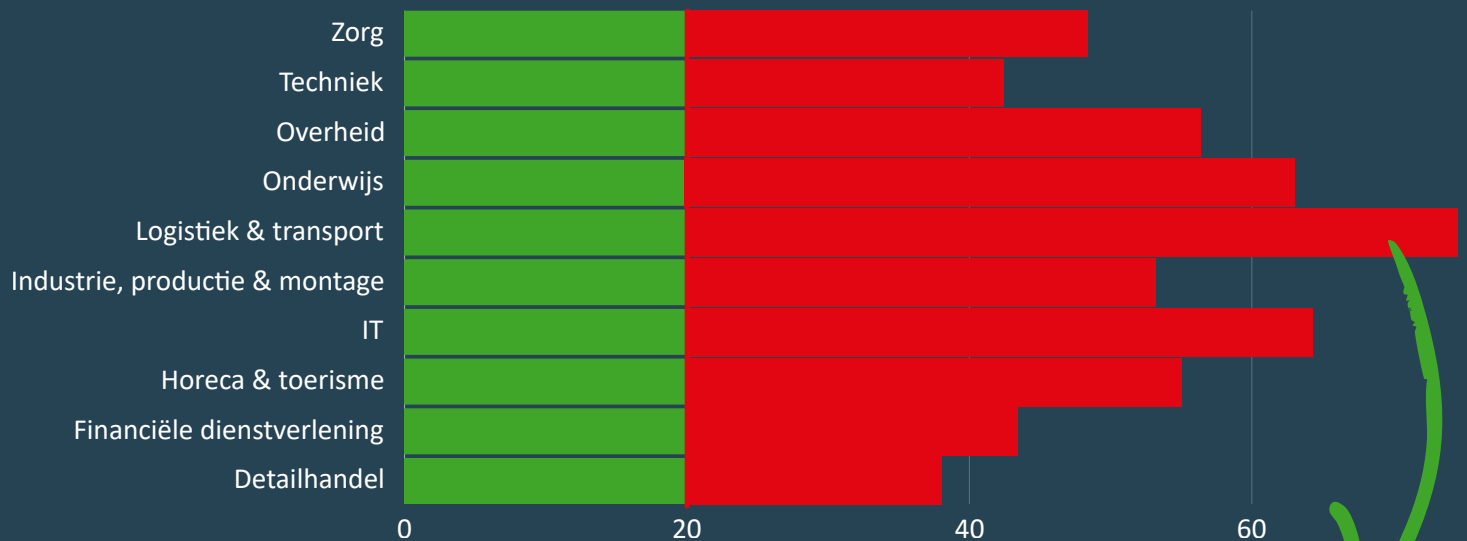
10,3

3. Zorg

9,3

gemiddeld aantal zinnen per tekst met >20 woorden per zin

Aantal woorden langste zin, per sector



De langst gemeten zin telt 73 woorden

Deze zin stond in een tekst voor een vacature logistiek medewerker export (mbo-niveau).

Lukt het jou om deze ene zin hardop voor te lezen, zonder minimaal 1 keer naar adem te snakken?

Alle gekwalificeerde sollicitanten komen in aanmerking voor een dienstverband, ongeacht hun ras, huidskleur, geloof, religie, nationale herkomst, staatsburgerschap, afkomst, geslacht, leeftijd, lichamelijke of mentale beperking die niet gerelateerd is aan het functioneren, burgerlijke staat, gezinsverantwoordelijkheden, zwangerschap, genetische informatie, seksuele oriëntatie, genderexpressie, genderidentiteit, transgender zijn, sekse-stereotypering, de status van een beschermingsbevel, beschermde veteranen- of militaire status, een ongunstige ontslagstatus uit militaire dienst, en andere categorieën die worden beschermd door federale, staats- of lokale wetgeving.

VIND JIJ HET OOK ZO BIJZONDER DAT JUIST EEN ZIN OVER INCLUSIVITEIT NIET INCLUSIEF IS GESCHREVEN?

Top 3 sectoren, op niveau met passieve zinnen

1. Overheid (hbo)

2,85

2. Zorg (hbo)

2,20

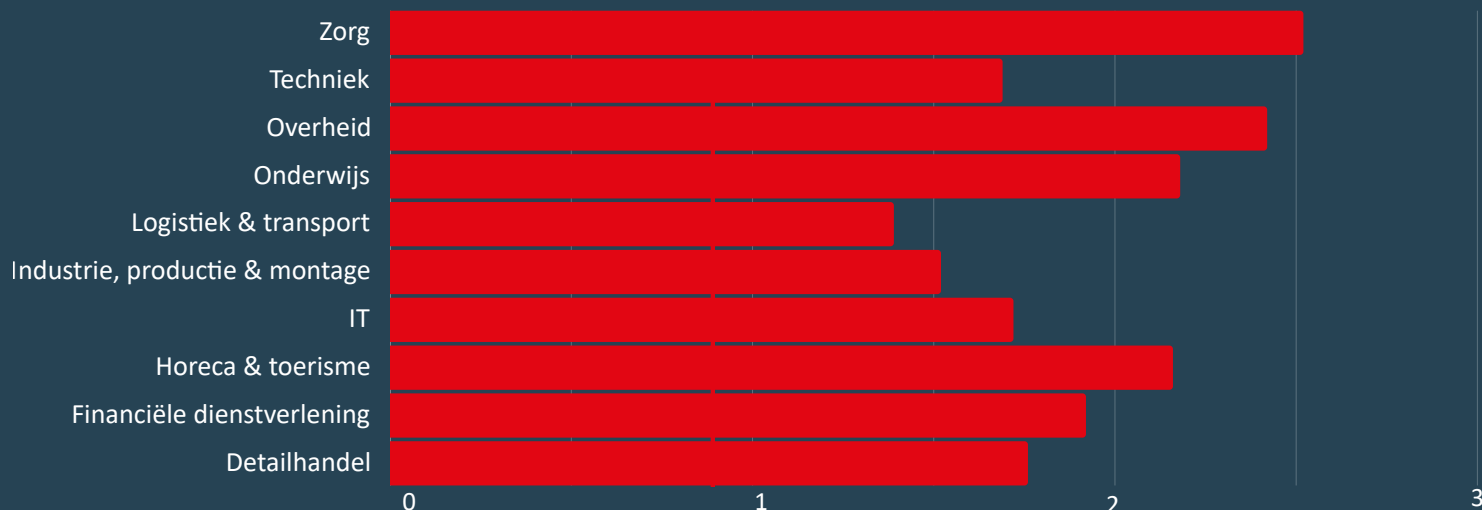
3. Onderwijs (hbo)

2,04

Teksten hebben gemiddeld dit aantal passieve zinnen.

Kenmerkend voor een passieve zin is de inzet van een hulpwerkwoord zoals *worden*, *gaan* en *zullen*.
Een voorbeeld: *de werkzaamheden zullen door deze persoon worden aangevuld*
in plaats van de actieve vorm: *jij voert de werkzaamheden uit*.

Percentage aantal ingewikkelde zinnen per tekst, per sector



Ingewikkelde zinnen zijn zinnen met bijzinnen, veel komma's of haakjes.

Een voorbeeld: *in deze rol ondersteun je verschillende afdelingen, zoals HR, planning en operations, waardoor je (frequent) contact hebt met collega's en je werk afwisselend blijft.*

Top 3 sectoren, op niveau met lange alinea's

1. Zorg (hbo)

0,84

2. Horeca en toerisme (mbo)

0,73

3. Overheid (mbo)

0,63

Teksten hebben gemiddeld dit aantal te lange alinea's.

Te lange alinea's zijn alinea's met te veel zinnen voor het gewenste B1-taalniveau.

Werksfeer

Werksfeer is een van de belangrijkste pullfactoren om te kiezen voor een baan, zo blijkt al jarenlang uit diverse onderzoeken. Dit wordt onderstreept door 1 van onze belangrijkste basisbehoeften: verbondenheid.

Er is gekeken naar omschrijvingen van werksfeer waaruit (minimaal een glimp) kon worden opgevangen over hóé het is om bij het betreffende bedrijf te werken.

Teksten met alleen vage, nietszeggende omschrijvingen, zoals *'een prettige, informele werksfeer in een enthousiast en klein team'* of *'je zult werken in een hecht team met leuke collega's'* kregen minpunten.

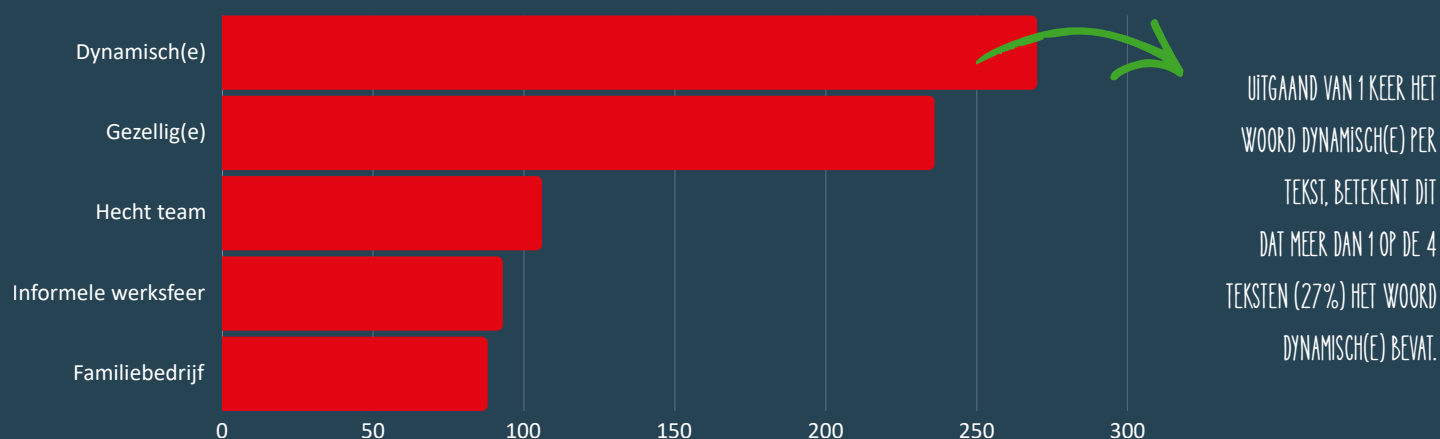
99,4%

geen concrete werksfeer

"VERTEL NIET ALLEEN WAAR MEN
GAAT WERKEN, MAAR VOORAL
HÓÉ HET IS OM DAAR TE WERKEN."

Nicol Tadema

Aantal (nietszeggende) werksfeer-gerelateerde woorden



Zo vaak kwamen deze nietszeggende woorden over werksfeer voor in totaal 1.002 vacatureteksten.

Breinweetje



Wél werksfeer

Een concrete beschrijving van werksfeer activeert het sociale brein. De behoefte aan verbondenheid wordt vervuld, onzekerheid daalt en het gevoel van psychologische veiligheid neemt toe.

Het brein kan voorspellen hoe samenwerking voelt en of iemand erbij past, waardoor de motivatie toeneemt.



Geén werksfeer

Bij het gebrek aan een concrete beschrijving van werksfeer, mist het brein sociaal houvast, ervaart onzekerheid en houdt energie vast.

Algemene labels zoals *'informele sfeer'* of *'dynamische werkomgeving'* geven geen gedragsinformatie en activeren geen verbondenheid.

Jij of wij

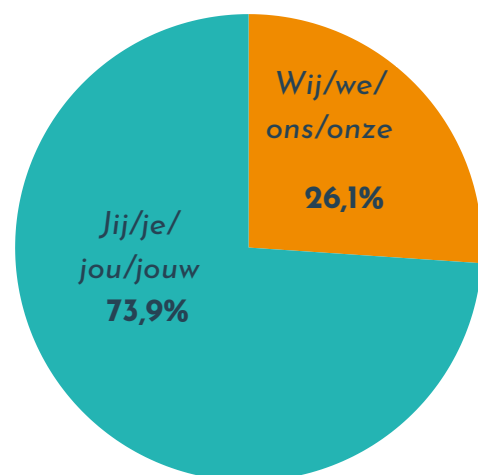
De juiste verhouding tussen *wij*, *we*, *onze* en *ons* versus *jij*, *je*, *jouw* en *jou* beïnvloedt het sollicitatiegedrag. Daarom is er gekeken naar deze verhouding:

*met 73,9% sloeg de balans duidelijk uit naar teksten waar de kandidaat wordt aangesproken met *jij*, *je*, *jou* en *jouw*.*

Dit percentage staat haaks op onderzoek door Textio dat aantoont dat er in 2024 een switch heeft plaatsgevonden: teksten met meer *we* dan *you* converteren beter. Hoeveel beter? Vacatureteksten met ongeveer 3 x zoveel *we* als *you* vullen gemiddeld rond 8 dagen sneller dan teksten met meer *you*-statements.

73,9%

jij, je, jou en jouw



Functievereisten

De functievereisten in een vacaturetekst maken inzichtelijk welke soft- en/of hard skills nodig zijn om de betreffende functie goed uit te kunnen voeren. Hiermee werken de vereisten preselecterend.

gemiddeld

24,2%

meer dan 5 eisen

Breinweetje

Functievereisten hebben direct invloed op het competentiegevoel; mensen spiegelen eraan of ze goed genoeg zijn. Onnodige of te veel eisen schrikken af.

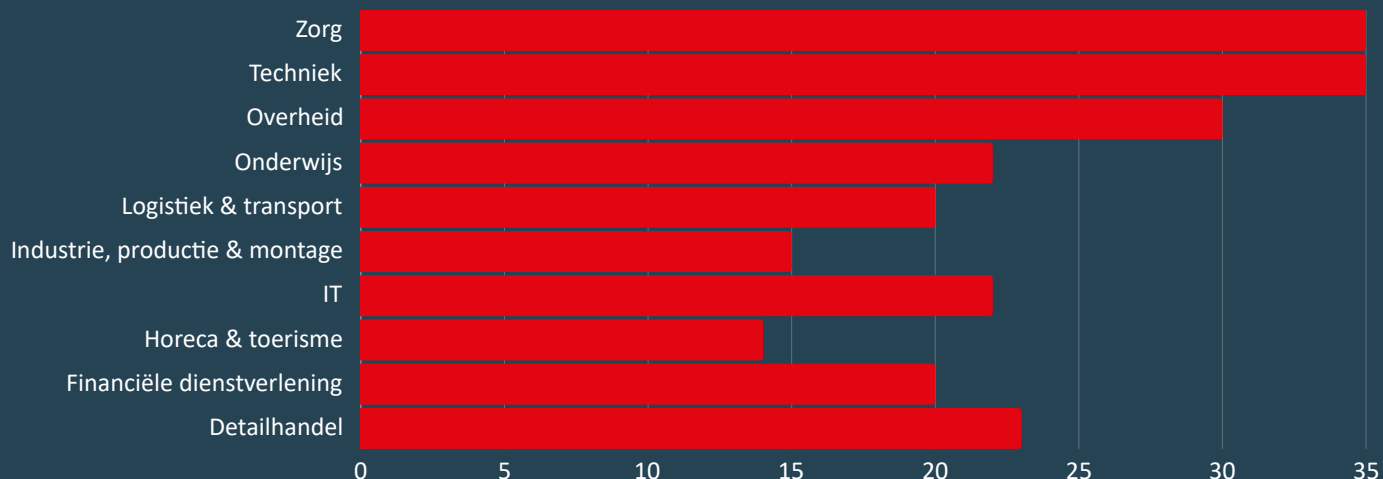


2024



In 2024 lag het aantal vereisten nog aanzienlijk hoger met 45%.

Percentage >5 vereisten per tekst, per sector



Zo vaak kwamen procentueel meer dan 5 functievereisten voor in totaal 1.002 vacatureteksten.

Salarisvermelding

Meerdere onderzoeken tonen aan: een goed salaris is voor de Nederlandse beroepsbevolking dé belangrijkste pullfactor om te kiezen voor een baan.

Ook zijn er meerdere, andere, onderzoeken die aantonen dat het vermelden van het salaris in de vacaturetekst loont. Zo zorgt een salarisvermelding onder andere voor:

- meer sollicitaties.
- kwalitatief betere sollicitanten.
- diversere sollicitanten.
- tijdwinst.

En toch wordt in 29% van de vacatureteksten vaag gedaan over het salaris.

Denk aan omschrijvingen als 'marktconform salaris', 'geld', of 'competitief salaris'.

71%

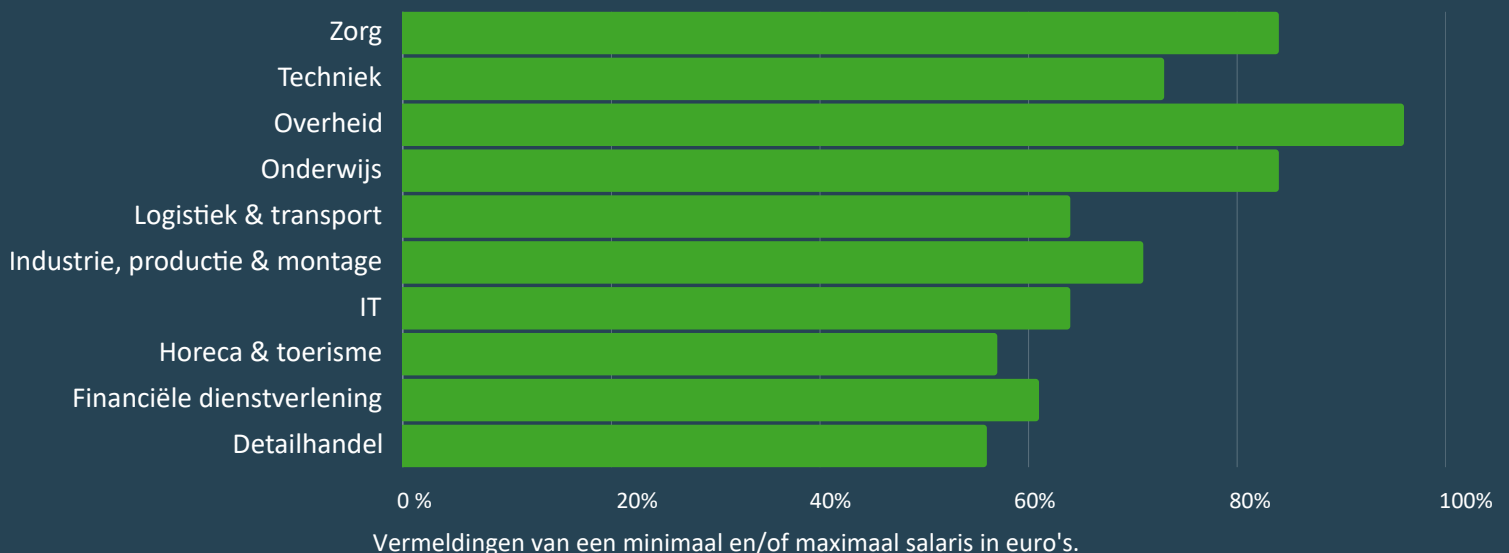
salarisvermelding

2024



Met 62% lag het aantal salarisvermeldingen in 2024 nog lager.

Zo vaak wordt het salaris wél benoemd, per sector



Breinweetje



Salaris gaat niet over geld. Het gaat over voorspelbaarheid, controle en veiligheid.

Staat het salaris in de vacaturetekst? Dan neemt dit een grote mate van onzekerheid weg. Salaris is immers een harde, concrete grensvoorwaarde bij de switch van werkgever/baan.

Zonder bedrag kan het brein geen inschatting maken van ruil, rechtvaardigheid en risico. Dat triggert twijfel en houdt het brein in de wachtstand.

Staat het salaris er wél, dan gebeurt dit:

- verwachtingen zijn duidelijk.
- gevoel van eerlijkheid (en dus vertrouwen) neemt toe.
- mentale belasting daalt.

En zo kan de focus naar inhoud en gevoel.

Leeftijdsdiscriminatie

In de 1.002 vacatureteksten van alle 10 sectoren zijn een of meerdere vormen van directe óf indirecte leeftijdsdiscriminatie gesignaleerd, zoals:

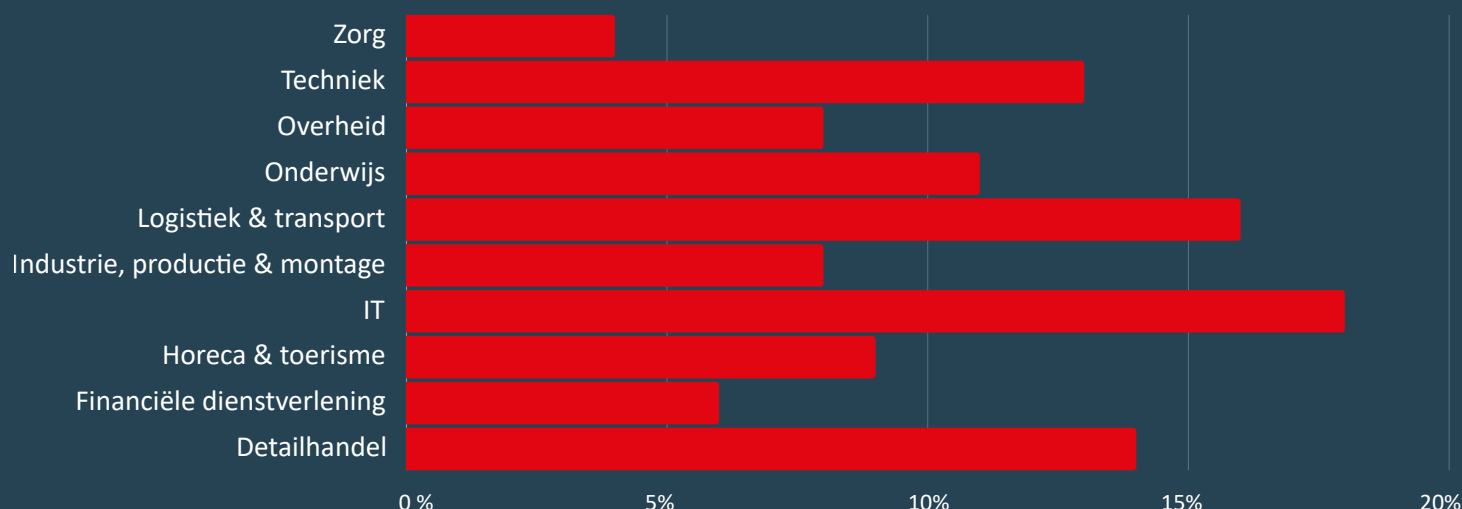
Ben jij net klaar met je MBO4 of HBO Civiele Techniek en wil je jouw carrière meteen een vliegende start geven?

3 tot 5 jaar relevante werkervaring als verkeerskundige;

Ons team is jong (gemiddelde leeftijd: 27 jaar) en de werksfeer is energiek en ambitieus.

10,8%
leeftijdsdiscriminatie

Zo vaak is (in)directe leeftijdsdiscriminatie gesignaleerd



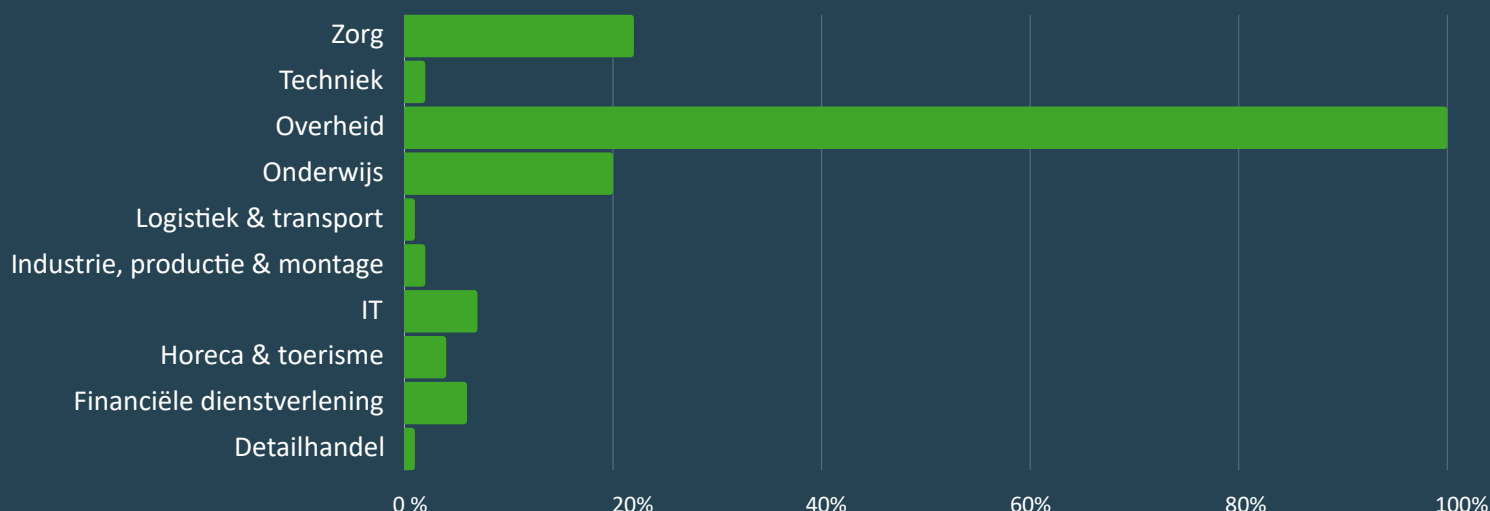
Sluitingstermijn

Een sluitingstermijn in een vacaturetekst is tot wanneer sollicitaties ingediend kunnen worden. Dit kan de conversie bevorderen en geeft duidelijkheid.

17,3%

wél sluitingstermijn

Zo vaak wordt de sluitingstermijn wél benoemd



Nawoord

Je hoort het om de haverklap: “Er is een enorme krapte op de arbeidsmarkt.”

Maar na het analyseren van 1.002 vacatureteksten vragen wij ons sterk af: is er wel echt een krapte op de arbeidsmarkt... of is er een krapte aan goede vacatureteksten?

Want als je tekst langdradig is, vol clichés staat, nergens concreet wordt en de lezer vooral laat werken... dan is het geen wonder dat mensen niet reageren. Dan ligt het probleem niet alleen bij ‘de markt’, maar ook bij de manier waarop werkgevers zichzelf presenteren.

Een vacaturetekst is geen verplicht nummertje. Het is je eerste indruk als werkgever of intermediair, waarmee je wil verleiden tot een hele grote stap: richting een nieuwe baan. Daar is meer voor nodig dan ingewikkelde, te lange teksten bomvol vereisten en clichés.

Want die kandidaat die jij zoekt, zoekt geen perfecte werkgever. Hij/zij/hen zoekt een werkgever die een goed gevoel geeft. Of het nu gaat om vertrouwen, veiligheid, status of competentie. En precies dát is wat een sterke vacaturetekst doet. Die laat iemand denken én voelen: dit past bij mij.

Nicol Tadema en Mitch Gielen

Dit onderzoek werd mede-uitgevoerd door:

- Mike Overeem, verzamelen van vacatureteksten en vooranalyse.
- Andrew van Tienoven, vooranalyse en duiding resultaten.

Het rapportcijfer van 4,9 is tot stand gekomen door het meten van 25 objectief waar te nemen onderdelen. Het is onze overtuiging dat dit cijfer nog véél lager geweest zou zijn als er ook gemeten was in hoeverre de pullfactoren, sollicitatieprocedure en communicatiestijl aansluiten bij de wensen van de doelgroep. Of in hoeverre de functievereisten en functie-inhoud concreet worden verwoord. Of de gekozen tone of voice aansluit bij wíe de werkgever is. Et cetera.

Als spreker en auteur neem ik resultaat-gerichte professionals mee in hoe zij belachelijk succesvol worden door inzicht in gedrag. Want wie begrijpt wááróm mensen doen wat ze doen, kan gedrag eenvoudig beïnvloeden. Ja, ook binnen de candidate en employee journey.

Beïnvloeden van gedrag lukt al met kleine, subtiele handelingen. Wist je bijvoorbeeld dat 1 kleine tweak in je vacaturetekst 67% meer sollicitanten voor een eerste gesprek kan opleveren? En dat een citroen het aantal administratieve fouten met 54% kan reduceren?

Binnen hr en recruitment verzorg ik vooral deze keynotes en sessies :

- Scoren met vacatureteksten.
- Beïnvloeding in de candidate journey.
- Word werkgever met een wachtrij.

Bij Nutzy geloven we dat werken niet begint bij een vacature, maar bij een gevoel. Het gevoel dat iemand je snapt. Dat je welkom bent. Dat je jezelf mag zijn.

Daarom bouwen wij geen losse campagnes, maar een doorlopend instroom-kanaal voor de nieuwe generatie. Met echte verhalen, echte gezichten en content die niet schreeuwt, maar raakt. Samen met Gen Z-panels en creators laten we zien hoe werk écht voelt, niet hoe het zou moeten klinken.

We vertalen wat werkgevers bedoelen naar wat jong talent wil ervaren. Visueel, menselijk en eerlijk. Van de eerste klik tot de eerste werkdag. Alles dat we maken is meetbaar, herbruikbaar en bedoeld om te delen.

Geen eindeloze lappen tekst, maar direct zien, voelen en weten: hier pas ik.



nicol.nl



06 11 76 08 46



nicol@nicol.nl



employers.nutzy.nl



085 782 1400



mitch@nutzy.nl

Onvoorstelbaar dat het meest gebruikte middel in arbeidsmarktcommunicatie zo wordt onderschat, terwijl je met 1 woord het verschil kan maken.

Wij werken mee aan dit onderzoek omdat we het belangrijk vinden dat jonge generaties een goed beeld krijgen van het werk dat ze gaan doen.



NICOL TADEMA

MITCH GIELEN

DIT WAS HET

GROTE VACATURETEKST ONDERZOEK

2026

Wil jij kennis uit dit document delen?
Laat het even weten via een mailtje aan nicol@nicol.nl

