



De wereld door de ogen van een loopbaancoach

Werken moet wel leuk zijn

Ik weet het nog goed, het was woensdag 7 maart jongstleden en ik zat in de trein. Er lag een Metro op de stoel waarop ik nou net toevallig wilde plaatsnemen. Ik besloot om deze editie van de Metro eens te lezen en stuitte op een column van Constance van Amstel. Het blijkt zo dat zij iedere week een column schrijft over [...] *wat haar opvalt in de wereld van werk en geld*. [...] Aangezien de wereld die zij omschrijft redelijk mijn werkveld bevat besloot ik vol enthousiasme haar column te gaan lezen.

Haar column heette *Werken moet wel leuk zijn*. Aangezien ik geen betere titel kon bedenken dan de hare heb ik besloten om mijn blog deze maand dezelfde titel te geven. De column van Constance is, op z'n zachtst gezegd, erg zorgelijk en erg stigmatiserend. Ik heb haar originele column gefotografeerd en kan je zien via deze [link](#). Let wel, de kwaliteit is niet zo best. Daarom ben ik ook loopbaancoach en geen fotograaf.

Constance schrijft in haar column over het punt dat er momenteel wel veel vacatures beschikbaar zijn maar dat de nieuwe generatie werkenden (lees millennials) simpelweg het werk 'niet leuk' zouden vinden. En daar kan ze zich wel in vinden, want ze schrijft :

[...] Ik denk eigenlijk niet dat de nieuwe aanwas 'op' is, maar dat ze niet willen werken in de banen die blijkbaar voor het oprapen liggen. Niet 'leuk' genoeg. Ik kan me daar ook wel wat bij voorstellen. Welke 18-jarige droomt er nou van om zijn dagen vanaf nu zittend te slijten op de snelweg en in wegrestaurants als vrachtwagenchauffeur? Of dagelijks op een kantoor als data-analist? Ik ken ze niet. [...]

Nou, da's een fijn compliment voor alle vrachtwagenchauffeurs en data-analisten. Maar zou daar het probleem daadwerkelijk liggen? Volgens Constance zoeken millennials uitdaging en vrijheid, niet eens zozeer een goed salaris. De bevindingen die Constance noemt zijn terecht maar lijken niet te corresponderen met haar constatering dat de nieuwe groep werkenden het werk als vrachtwagenchauffeur of data-analist niet leuk zouden vinden. Want je kan de bovenstaande waarden gewoon toepassen op de beroepen als vrachtwagenchauffeur of data-analist.

Wat zou volgens Constance de oplossing zijn? En hier wordt het zorgelijk. Zo schrijft ze :

[...] Het is dus zaak om die 'saai' banen weer 'leuk' te maken. Kom maar door met die snapchattende machinemonteur, YouTubende netwerkspecialist en een paar very instafamous applicatiebeheerders. Misschien wordt het dan vanzelf weer leuk om te werken. [...]

Serius? Millennials zoeken uitdaging en vrijheid en de oplossing zou zijn om de beroepen te koppelen aan verschillende vormen van sociale media? Hier lijkt een fout stereotype van de millennial te worden neergezet. Het idee dat millennials goed gaan presteren op het werk als we een zitzak en gratis broodjes aanbieden in de kantine is achterhaald. Dit is een zeer foute, en zelfs denigrerende insteek over hoe we de millennials doelgroep kunnen motiveren om te gaan solliciteren voor minder gewilde functies.

In eerste instantie zoekt deze generatie zingeving. Het principe dat arbeid alleen maar 'brood op de plank' brengt is sinds de jaren '70 langzaam aan verdwenen. We werken niet meer om te overleven, we werken om deel uit te maken van de maatschappij. Om professioneel te groeien en om een bijdrage te leveren aan iets dat ons raakt. De nieuwe generatie werkenden zoekt, zoals we dat mooi noemen, zingeving. Het idee dat je werk ergens toe doet. Het idee dat je meehelpt een mooiere wereld te bouwen. Een bedrijf dat simpelweg als doelstelling heeft om zoveel mogelijk geld te verdienen verliest al snel de interesse van een millennial. Geld verdienen voor de baas is geen motief om 's ochtends je bed uit te komen. Ze zijn geïnteresseerd in het 'Waarom' van de organisatie. Waar staat het bedrijf voor? Welke waarden hanteren ze? En dan gaat het niet om een loze marketingkreet, maar een 'Waarom' dat in alle regels, protocollen en werkzaamheden als een rode draad door het verhaal loopt.

Verder zoeken millennials geen bazen maar leiders. Juist door de meer vrije opvoeding die millennials hebben genoten willen ze begeleid worden, niet gecommandeerd. Dit vraagt leiderschap van de managers. Een leider begrijpt de wensen en verwachtingen van een werknemer en zal een meer coachende houding aannemen in plaats het klassieke 'belonen en straffen' systeem dat we kennen van de vorige eeuw. We leven in een wereld waarin het jouw verantwoordelijkheid is om iets van je leven te maken, deze doelgroep voelt dat ze dat ook willen doen. Ze willen deel uitmaken van iets dat groter is dan hunzelf. Daarnaast portretteren we onze levens graag middels sociale media, waardoor de druk om het eigen geluk na te streven nog hoger wordt. Een bedrijf met een helder 'Waarom' en leiders als managers zullen als een magneet werken om millennials aan te trekken.

Dus laat alsjeblieft de 'twitterende vuilnismen' en de 'Facebookende schoonmaakster' in het land der fabelen. Bied millennials perspectief. Bied ze een omgeving waarin ze middels hun werkzaamheden meehelpten aan een doel dat groter is dan hunzelf. Bied hun een leeromgeving waarin leiders hun werknemers begeleiden en niet beoordelen.

Millennials hebben andere eisen dan de generaties voor hun. Het is aan de organisaties om zich aan te passen aan de nieuwe 'workforce' die aantreed. Een pittige verandering voor bedrijven. Maar zodra ze dat doen... dan hebben ze een enorme groep hardwerkende, intelligente en betrokken medewerkers!