

*Generatie Y brengt vernieuwing, innovatie en verbinding*

# Gebruik de kracht van Millennials

**Het is van alle tijden dat generaties op de werkvloer goed met elkaar samenwerken. Toch zien we nu dat generatie Y het lastig heeft. Deze Millennial, geboren tussen 1985 en 2000, staat wel te boek als eigenwijs, opstandig en egoïstisch. Leidinggevendens zitten soms met de handen in het haar hoe deze Millennial te boeien. Maar wie goed samenwerkt met generatie Y heeft de toekomst in handen. De creatieve, sociale, innovatieve en digitale vaardigheden van deze nieuwe werknemers helpen bedrijven volle kracht vooruit.**

In de Nederlandse demografie worden generaties benoemd in perioden van vijftien jaar. Het doel is om zo kenmerken van een generatie te duiden aan de hand van de tijd waarin ze geboren zijn. Uiteraard spelen er veel meer factoren mee die van invloed zijn op de ontwikkeling van een mens. Wat kenmerkt nu de Millennial, is de vraag aan loopbaancoach Connie van der Zwan. "Ze staan allereerst bekend als de 'pioniers' van de technologische vooruitgang: opgegroeid met de mobiele telefoon, de doorbraak van de spelcomputers, de opkomst van internet, social media en online shopping. Hun leef- en leerwereld werd hierdoor aanzienlijk groter en de sociale interactie nam toe in omvang en snelheid. Millennials zijn daarom experts in het vinden van informatie op de digitale snelweg."

## Succes als referentiekader

De rol en invloed van social media op de beleving van de wereld en het wereldbeeld van Millennials is enorm. Facebook en Instagram geven continu een inkijkje in het leven van de ander. "En waar in real life ook verteld wordt wat misging of welke obstakels genomen moesten worden op weg naar het eindresultaat, laten de posts op social media alleen het eindresultaat zien: het succes. Zo worden succesverhalen het referentiekader. Vallen, opstaan en falen is geen optie. Doorzetten is lastig", legt Connie uit.

## Globaal bewust

"Maar kijken we breder, dan zien we ook dat social media de wereld dichterbij haalt. Dat maakt jongeren meer globaal bewust. Ze zien wat er in de wereld aan de hand is en wat de effecten zijn op het eigen leven en/of de leefomstandigheden van de ander. Dat appelleert aan het zorgdragen

voor mens en milieu. Anderzijds is Europa te klein en verre reizen maken is een must. Dat maakt deze generatie zelfredzaam en zelfstandig en leert ze omgaan met verschillende culturen."

## Waardering

Hoe je het ook wendt of keert, likes op Facebook en Instagram zorgen voor instant waardering. En dat is een van de basisbehoeften van de mens. In het werk hebben Millennials behoeften aan snelle feedback en complimenten worden zeer gewaardeerd. "Wat verder opvalt, is dat de relatie tussen ouder en kind is veranderd. Ouders en kinderen staan veel meer naast elkaar", vervolgt Connie. "Millennials zijn opgegroeid met het beeld dat werk leuk mag zijn, dat je je passie en je hart moet volgen en dat je je talenten moet inzetten. Het beeld dat hun leefwereld een land van onbegrensde mogelijkheden is, zit zo als het ware verankerd in het DNA van deze generatie. Dat de praktijk anders is, realiseren ze zich niet zo. Dat zorgt ervoor dat deze jonge medewerkers soms snel gefrustreerd zijn."

## Werk moet leuk zijn

Binnen veel bedrijven is het principe van senioriteit en hiërarchie lang leidend geweest in de werkverhouding tot elkaar. Dit uitgangspunt werkt niet voor de Millennial. Ook het feit van eerst werken en na het pensioen gaan genieten, is evenmin van toepassing op deze generatie. "Ze leven nu en willen ook nu genieten. Daarom moet het werk op de eerste plaats leuk zijn. De Millennial zoekt naar zingeving, wil een substantiele bijdrage leveren en zoekt daarom raakvlakken met andere disciplines. De praktijk laat zien dat dit regelmatig zorgt voor spraakverwarring en onbegrip binnen een organisatie." "Concluderend kun je zeggen dat Millennials en opvolgende generaties niet langer binnen de bestaande kaders passen", stelt Connie. "Als bedrijf kun je echter niet om deze generatie heen. Juist zij kunnen zorgen voor vernieuwing, innovatie en verbinding. Ze worden niet voor niets de gangmakers van de vierde industriële revolutie genoemd. En hoe mooi is het dan als de zittende generaties en de Millennials, met respect voor elkaars temperament en kennis, met elkaar het gesprek aangaan? Dat helpt het bedrijf echt verder."

# “Handjes kun je inhuren, een hart niet”

**Batelaan Kunststoffen in Warmond staat voor maatwerk in thermovormen. De dagelijkse leiding is in handen van directeur Kenrick van Hoek. Met zijn 28 jaar behoort hij tot de generatie van Millennials. Daarnaast bestaat bijna de helft van het personeelsbestand van Batelaan uit generatiegenoten. Wat maakt leidinggeven aan generatie Y nu zo anders en hoe zit het met de relatie tussen baas en werknemer?**

Millennials binden en boeien vraagt om een andere opstelling van de baas, stelt Kenrick. “Ze hebben meer behoefte aan een coach of een aanvoerder, dan aan iemand die voorschrijft hoe het moet. Als baas moet je daarom regelmatig in de coachrol kunnen stappen. Dat betekent naast de medewerkers gaan staan, oprechte interesse tonen, initiatief nemen en jezelf als leider vooral niet zo serieus nemen. Maar dit houdt overigens niet in dat je niet mag zeggen waar het op staat.” Hoewel het de generatie van flexibiliteit en vrijheid is, hebben Millennials meer dan mensen vermoeden behoefte aan vastigheid. “Je bereikt daarom meer met een vast contract dan met een loonsverhoging.”

## Vragen i.p.v. gebieden

Millennials willen vooral lol in en tijdens hun werk. Ze zijn eenvoudig te demotiveren en geven gemakkelijk op bij weerstand. “Ik zie daar een duidelijke rol weggelegd voor de oudere generatie. Zij kunnen deze jonge medewerkers wakker schudden dat het leven niet één groot feest is en ze leren dat je niet bij de eerste tegenslag afhaakt. Daarbij past wel een aanpak die vragend is en niet gebiedend”, aldus Kenrick.

## Ontwikkeling

Om de Millennials te prikkelen, biedt Batelaan Kunststoffen de medewerkers ruime opleidingsmogelijkheden. Kenrick: “Millennials hebben uitdaging en ontwikkeling nodig. Met de motivatie waarom ze juist die specifieke opleiding willen volgen, kunnen ze bij mij aankloppen. Maar dat geldt overigens voor iedereen binnen het bedrijf. Het hoeft ook niet perse een functiegerelateerde opleiding te zijn. Zelfontwikkeling gaat verder dan de professionele rol binnen het bedrijf. Het gaat ook over jouw rol als mens. Als ik ze happy kan houden als mens, dan houd ik ze per definitie happy als medewerker”, durft Kenrick te stellen. Hij heeft ook het traditionele functioneringsgesprek afgeschaft,



Kenrick van Hoek

maar in plaats daarvan de online tool feedbackmanager.org geïntroduceerd. “Iedere twee weken krijgen de medewerkers een app-bericht met steeds wisselende open vragen. Eén vraag over hoe happy je bent, is standaard. Op basis van de antwoorden, kan ik sturen en coachen. Ik stap zelf op een medewerker af en ga het gesprek aan als dat nodig is. Samen zoeken we vervolgens uit wat er aan de hand is. Handjes kun je inhuren, een hart niet”, betoogt de jonge directeur enthousiast.

## Successen vieren

Kenrick is zich ervan bewust dat social media een grote rol inneemt in het leven van de Millennial. “Daar moet je als organisatie op inspelen. Mijn advies is: Vier kleine successen! Zowel binnen het bedrijf, als op social media. Maak er een fotogeniek moment van zodat het voor medewerkers aantrekkelijk is om het te delen.”

Millennials voelen zich sociaal verantwoordelijk en daar zit ook de uitdaging voor de kunststofindustrie. “Ik zie dat medewerkers uit generatie Y vooral intrinsiek gemotiveerd zijn. Ze willen het goede doen en werken graag voor een bedrijf dat een probleem van deze tijd aan het oplossen is. En dan is de kunststofindustrie niet zo sexy.”