**Geen dure leaseauto of bonus voor de millennial, maar tijd voor betekenis**

Door Johan Veneman, change agent en co-founder bij Mind Work Productions

Je wilt graag goede werknemers aantrekken en, bovenal, vasthouden. Zo makkelijk en logisch als dat klinkt, zo lastig blijkt dat in de praktijk. Je bent niet de enige partij die op zoek is naar talent. sterker nog, er is een heuse oorlog gaande op dit gebied. En met name als je in dit speelveld actief bent voor een grote corporate of multinational, lijk je aan het kortste eind te trekken. De oorzaak? De beslissers en HR-managers van nu, geboren voor 1980, gebruiken oude instrumenten in de war on talent. Zij zetten wervingscampagnes op om generatie Y (geboren tussen 1980-2000), te bereiken, maar baseren zich hierbij veelal op de verkeerde criteria. Waar de eigen generatie een mooie leaseauto of flinke bonus ziet als motivator, weegt dit volgens de millennial niet op tegen werken bij een organisatie met een sterke purpose en de mogelijkheid om zichzelf te kunnen blijven ontwikkelen. Dát is waarmee je deze generatie naar je toetrekt en hoe je ze aan je bedrijf kunt binden.

**Grote corporates minder interessant**

De situatie zag er een aantal jaren geleden heel anders uit. Toen werkten bijvoorbeeld advocaten zich tien jaar kapot met als motivatie *the holy grail*: partner worden. De generatie van nu heeft die drive veel minder en brengt liever tijd door met het gezin. De balans tussen werk en privé, de vrijheid om werktijd zelf in te delen, is een belangrijk thema. Daarnaast zijn millennials ongeduldig. Zij gaan liever aan de slag bij een start-up omdat zij willen zien wat hun betekenis is, wat zij bijdragen aan het grotere geheel. Dat is bij het runnen van een AirBNB, kleine winkel of koffietent veel sneller zichtbaar dan bij een grote organisatie. Die grote corporates en multinationals moeten dus op zoek naar manieren om die bijdrage zichtbaar te maken.

Dat kan bijvoorbeeld door agile te gaan werken. Via scrum laat elk teamlid elke week zien wat de resultaten zijn. De werkgever biedt werknemers op deze manier inzicht in wat zij voor de organisatie betekenen. Wat ook helpt, is om de werknemers direct feedback te geven en hierbij niet te wachten op het handjevol voortgangsgesprekken elk jaar. De directe manier is veilig en biedt meteen aanknopingspunten voor verdere ontwikkeling, wat ook een belangrijk punt is. Hoe kun je hier meer aandacht aan besteden? Denk bijvoorbeeld aan een constructie waarbij werknemers vier dagen werken en één dag training of coaching krijgen.

**Andere manier van leidinggeven**

Een aanpassing van het sturingsmechanisme vraagt ook om een andere manier van leiding geven. De oude, directieve manier werkt niet zo goed meer. De millennial wil ’s middags naar yoga en klapt vervolgens de laptop ’s avonds nog even open nog wat te werken. Zij combineren werk en privé op een hele andere manier dan generatie X. Als beslisser geboren voor 1980 moet je je daarom bewust zijn dat jouw mentaliteit anders is dan hoe generatie Y in hun werk staat. Dat vraagt om reflectie. Het oude paradigma van hard werken, werkt dat nog wel? Of kun je beter met een andere mentaliteit naar mensen kijken? Je kunt je wervingscampagne nog zo mooi aankleden en communiceren, maar als het blijft bij windowdressing, gaat het doel alsnog verloren.

**Persoonlijkheid boven skills**

Bij Mind Work Productions selecteren wij nieuw personeel veel vaker op basis van persoonlijkheid dan op basis van skills. We vinden het belangrijker dat iemand past in het team. Skills kun je maken, persoonlijkheid heb je of heb je niet. Daarbij besteden wij ook veel aandacht aan de sfeer. Waarom wil iemand bij je werken? En wat is de purpose van je bedrijf? Vragen die je als werkgever moet kunnen beantwoorden wanneer je nieuw talent wilt aantrekken.

**Over Johan Veneman**

****

Johan is change agent, mede-eigenaar en oprichter van Mind Work Productions. Hij is gespecialiseerd in creatieve trainingstrajecten op het gebied van communicatie, persoonlijke effectiviteit, leiderschap en organisatieontwikkeling. Ook adviseert hij organisaties over verandering en ontwikkeling. Hij wordt gewaardeerd om zijn creativiteit en zijn no-nonsense stijl van trainen en coachen.

**Noot voor de redactie (niet voor publicatie)**

Dit bericht is verzonden door PR-abonnement, onderdeel van Van Diemen PR.

Voor meer informatie of bij interesse in een interview met Johan Veneman kunt u contact opnemen met Tessa Puijk, 0252-728880 of per mail: tessa@vandiemenpr.nl.

**Mind Work Productions**

Mind Work Productions is een Change Agency die specifieke vormen en change agents met karakter gebruikt om op een eerlijke, confronterende manier verandering teweeg te brengen. Met deze aanpak worden doelen van het individu, het team en de organisatie behaald.