

# Millennials in Nederland: focus op persoonlijke ontwikkeling en mensgericht leiderschap

Door: Dr. Aart Bontekoning

Nederlandse millennials (1985-2000) krijgen vooral veel werkenergie van sociale aspecten in hun werk. *Informeel gelijkwaardige verhoudingen, open communicatie en feedback van ervaren collega's* worden door 78% van de millennials belangrijk gevonden. Dat zijn belangrijke uitkomsten uit grootschalige millennial-onderzoek<sup>1</sup> in Nederland, uitgevoerd tussen 2015 en 2018.

Ook mensgericht leiderschap (41%) en persoonlijke ontwikkeling (65%) scoren hoog. Onder persoonlijke ontwikkeling verstaan ze: *mijn talenten ontwikkelen, vanuit mijn kracht opereren en onderzoeken wat ik echt wil*.

Sociale aspecten bevorderen hun productiviteit en spelen een belangrijke rol in de aantrekkelijkheid van een organisatie. In sociaal goed ontwikkelde organisaties voelen ze zich thuis. De aantrekkelijkheid ontstaat al wanneer een organisatie meer open gaat staan voor de invloed van millennials op de sociale ontwikkeling. In veel organisaties gebeurt dat al, maar in een aantal kan het zeker beter.

Tijdens de crisis was er een sterke focus op financiële resultaten. Begrijpelijk. Nu gaat de aandacht vaak uit naar innovatie en technologische ontwikkelingen. Ook logisch. Het punt is, dat veel bedrijven daarin wat eendimensionaal opereren. De kracht van millennials is dat zij meer multidimensionaal naar organisaties en vraagstukken kijken. Eenvoudig gezegd is de uitdaging voor organisaties om de aandacht niet alleen op de financiële resultaten en technologische ontwikkeling te richten, maar ook op de sociale ontwikkeling.

Veel HR managers ervaren onderwaardering voor HR- en cultuurthema's vanuit het hoger management. Deels veroorzaken ze dat zelf. Ze slagen er te weinig in om de samenhang duidelijk te maken tussen sociale ontwikkeling, technologische ontwikkelingen en financiële resultaten. Veel millennials zien dat belang en de samenhang wel.

Wanneer de sociale ontwikkeling van een organisatie achterblijft, bijvoorbeeld blijft hangen in top down veranderen en angstvallig vasthouden aan bureaucratische controlemechanismen, dan mislukt technologisch innoveren en zakken de financiële resultaten. Verouderde sociale processen remmen innovatie af.

Eigentijdse technologische innovaties vergen eigentijdse manieren van besluiten en veranderen en communiceren. Daarin speelt een nieuwe generatie een hoofdrol. Nu zijn dat de millennials. Straks de bewuste generatie Z (2000-2015).

Een nieuwe generatie is namelijk van nature gericht op het *updaten* van verouderde onderdelen van processen. Dat opfrissen verloopt met name in veel vergrijzende organisaties niet vanzelf goed. Hier is nog veel werk te verrichten voor HR en directies. Eens te meer omdat in verreweg de meeste organisaties de jongste generatie de kleinste is. Zij zullen meer door ervaren collega's moeten worden ondersteund in hun frisse en multi-dimensionale aanpak die organisaties bij de tijd kunnen brengen. In het belang van iedereen. Het levert niet alleen bij millennials meer werkenergie op, maar ook een sociaal- en economisch gezonde en aantrekkelijke organisatie.



*Aart Bontekoning is generatie-expert. In 2007 promoveerde hij op 'Generaties in Organisaties, de verborgen krachten van onze sociale evolutie'. De afgelopen jaren verzorgde hij in veel, vooral Nederlandse, bedrijven generatieprojecten en generatie-workshops. Recent verscheen van hem 'The Power of Generations'.*

<sup>1</sup> [Careerwise](#), [Appical](#), generatie-expert [Aart Bontekoning](#) en millennial-expert [Jasper Scholten](#) bundelden hun krachten in de analyse van de uitkomsten van ruim 60 werksessies met groepen millennials en een enquête onder ruim 3300 millennials in ruim 100 Nederlandse organisaties, in vrijwel alle branches. Meer weten over dit onderzoek? Eind september verschijnt een whitepaper met de uitkomsten op [careerwise.nl](#), gratis te downloaden.