**Generatie GPS – HR- Thema’s**

**Centrale vraag:**

**“Hoe kunnen we op basis van een gedifferentieerd en generatiesensitief HR- en organisatiebeleid medewerkers duurzaam en optimaal inzetbaar houden?”**

1. **Rekrutering en selectie**

Steeds meer organisaties zetten in op de digitalisering van het rekruterings- en selectieproces. Het online solliciteren is al erg ingeburgerd en steeds vaker wordt ook gebruikt gemaakt van online testings. Ook sociale media worden steeds meer ingezet als rekruteringskanaal.

De jonge(re) generaties ervaren dit als een troef. Er is het gebruiksgemak (solliciteren en testen op een zelf gekozen moment en plaats) en de organisaties die het toepassen worden gezien als hip en professioneel.

Door de oude(re) generaties wordt dit echter vaak als een drempel gezien. De digitalisering maakt het rekruteringsproces soms ‘koud’ en deze generaties tonen eerder een voorkeur voor face-to-face contacten en echte gesprekken.

Ook blijken rekruteerders vaak jonge mensen te zijn waardoor oudere sollicitanten zich niet altijd begrepen voelen.

**Hoe kunnen we het rekruterings- en selectieproces zo vormgeven dat ze zowel tegemoet komen aan de behoeften van de jongere als van de oudere generaties?**

1. **Motivatie**

We stellen bij alle generaties vast dat de inhoud van de job en de variatie, sturing en verantwoordelijkheid die men daarbij krijgt van groot belang is voor de motivatie in de job. Afwisselende en uitdagende taken hebben een positief effect op de motivatie van werknemers. Een takenpakket dat voldoende gevarieerd is en waarin een werknemer verantwoordelijkheid kan opnemen, zorgt ervoor dat die werknemer langer geïnteresseerd zal blijven.

Toch zijn er ook heel wat verschillen te duiden tussen werknemers. Als we vanuit de generatiebril kijken, dan zien we dat door de verschillende socialisatietrajecten die generaties doorlopen hebben (opvoeding, schoolloopbaan, maatschappelijke evoluties,…), ze vaak ook een andere aanpak vereisen op het vlak van motiveren. Neem daarbij dat de motivatiebehoefte wijzigt doorheen de verschillende levensfasen die iemand doorloopt en stellen vast dat motiveren eerder maatwerk is dan een one-size-fits-all aanpak.

**Hoe kunnen we de verschillende generaties op de werkvloer gemotiveerd houden?**

**Hoe kunnen we elke generatie blijvend uitdagen?**

1. **Ontwikkelen**

Er wordt vastgesteld dat de participatiegraad van oudere werknemers aan opleidingen is beduidend lager dan die van de jongere collega’s. Toch blijkt uit onderzoek dat er ook bij de oudere generaties nog voldoende enthousiasme vast te stellen is voor het ontwikkelen van de eigen competenties. Alleen vragen die oudere generaties een andere aanpak dan de jongere generaties.

**Hoe kunnen we ontwikkelingsactiviteiten zo vorm geven dat ze zowel de jonge als de oudere generaties aanspreken en dat medewerkers blijven investeren in hun employability?**

1. **Vergaderitis / communicatiecultuur**

De midden en oudste generaties (pragmatische generatie en protestgeneratie) geven aan dat er te veel en nodeloos vergaderd wordt. Er wordt vergaderd om een vergadering te beleggen.

**Hoe kunnen de vergaderingen efficiënter verlopen en benut worden?**

**Hoe kan een communicatiecultuur gecreëerd worden die tegemoet komt aan de behoeften van iedere generatie?**

1. **Arbeidsethos/ work- life balans**

De twee oudste generaties (protestgeneratie en generatie X) geven aan dat de jongste generaties het overleg verlaat omdat ze stipt om 17u het werk willen verlaten. Ze vinden dit eerder onrespectvol.

De jongste generatie (generatie Y – screenagers) geeft aan dat ze recht hebben op werk en ook recht hebben op vrije tijd. Ze doen geen overuren en ze willen ten volle genieten van hun vrije tijd.

**Hoe kunnen we inspelen op beiden hun wensen en verwachtingen?**

1. **Digitalisering (e-HRM) - communicatiecultuur**

De jongste generatie ( generatie Y – screenagers) geeft aan dat er digitalisering (e-HRM) de efficiëntie van werken, het imago van de organisatie en de klantgerichtheid verhoogt. Waarbij de oudste generatie (protestgeneratie) aangeeft dat de computer alles bepaalt en boven de mensen staat. Ze krijgen het gevoel dat ze precies niet meer mogen nadenken.

**Hoe kan de digitalisering “evenwichtig” ingezet worden op de werkvloer?**

**Hoe kan een communicatiecultuur gecreëerd worden die tegemoet komt aan de behoeften van iedere generatie?**

1. **Evalueren en beoordelen**

Met evalueren en beoordelen proberen we gedrag en prestaties van medewerkers te sturen richting meerwaarde voor de organisatie.

Bij de jonge(re) generaties merken we dat er meer een gevoel leeft dat ze zich moeten bewijzen in de organisatie of hun meerwaarde althans meer zichtbaar dienen te maken. Bij de oudere generaties leeft dan weer meer de indruk dat ze hun meerwaarde niet meer hoeven te bewijzen, dat ze dat in het verleden al voldoende gedaan hebben. En dat ze nu soms wat meer op de ‘lauweren’ kunnen rusten.

Daarnaast valt op te merken dat de aspecten waarop beoordeeld wordt vaak gedefinieerd door de ‘leidende elite’ in een organisatie. Die wordt meestal (of toch grotendeels) gevormd door één bepaalde generatie. Niet alleen kunnen die aspecten ‘generatiegekleurd’ zijn (bijv. samenwerken is belangrijk), ook de invulling van die aspecten kan ‘generatiegekleurd’ zijn (bijv. hoe wordt de invulling van ‘samenwerken’ gezien).

**Hoe kunnen we van evalueren en beoordelen vormgeven dat het als billijk, zinvol en stimulerend gezien wordt door elke generatie?**

1. **VRIJ VELD -** In dit veld kunnen deelnemers alle mogelijke ideeën neerleggen los van de trends die op tafel liggen.