

De jongste generatie arbeidstalent krijgt vaak de stempel van egocentrische jobhoppers. Hoe gaat een universiteit daarmee om?

*Bert Overlaet:* "Ik zou er toch mee oppassen om jongeren zo negatief te beoordelen. De shopmentaliteit bestond al toen de zogenaamde generatie Y nog in de luiers zat. Bovendien pleiten werkgevers al heel lang voor mobiliteit en employability. Laten we niet vergeten dat bedrijven hun werknemers geen levenslange loopbanen meer aanbieden. Hoe kun je dan van hen verwachten dat ze onvoorwaardelijk trouw blijven aan het bedrijf?"

*"Het is eigen aan de universiteit dat kennis voortdurend wordt gedeeld. Hier vang je het vertrek van de vele onderzoekers mee op. We trachten dat ook voor het ATP toe te passen."*

U hebt dus geen problemen met het personeelsverloop?

*Bert Overlaet:* "Dat heb ik ook niet gezegd. Aan de universiteit zijn we gewend aan een groot verloop in de wetenschappelijke functies. Dat is ook logisch: niet iedere doctorandus begint aan een doctoraat met de bedoeling om professor te worden. De meeste beginnende assistenten en onderzoekers zijn pas afgestudeerd. De universiteit biedt hun een eerste werkervaring. Na het doctoraat vertrekken de meeste onderzoekers, en sommigen nog vroeger. Nu krijgen we stilaan te maken krijgen met verloop in de niet-wetenschappelijke functies, het zogenaamde ATP (administratief en technisch personeel). Hier merken we de veranderingen op de arbeidsmarkt net zoals andere organisaties en bedrijven. Het ATP telt in Leuven een kleine 3000 mensen, van technici en informatici tot managers en studiebegeleiders. Als er bij hen iemand vertrekt, is dat doorgaans minder ingecalculeerd dan bij het wetenschappelijk personeel. Overigens stelt dit probleem zich niet alleen voor universiteiten, maar voor elk modern bedrijf: een groot verloop is eigen aan onze tijd."

Hoe pak je als organisatie zo'n groot verloop aan?

*Bert Overlaet:* "Het is eigen aan de universiteit dat kennis voortdurend wordt gedeeld. Zo vang je het vertrek van de vele onderzoekers op. We trachten dat ook voor het ATP toe te passen; nieuwkomers moeten snel integreerbaar zijn. Dat is een realistische houding die past in het concept van de 'employability': een organisatie probeert haar werknemers maximaal inzetbaar te houden. Met het oog op de toekomst betekent dat een verhoogde flexibiliteit voor de werknemer, die zich moet kunnen aanpassen aan de sterk veranderende noden van het bedrijf. Soms moet die werknemer toch vervangen worden, als blijkt dat hij niet over het juiste profiel beschikt."

Bedrijven stimuleren dus de jobhopping?

*Bert Overlaet:* "In zekere zin wel. Kijk, het psychologisch contract tussen organisaties en werknemers is drastisch veranderd. We evolueren naar het beeld van de seriële monogamie: een reeks van afzonderlijke jobs, vaak bij verschillende werkgevers. De loyaliteit blijft even groot, maar is eindig in de tijd. In de huidige context is het niet meer mogelijk om twintig jaar hetzelfde werk doen. Ik ben daar zelf een mooi voorbeeld van: ik heb eerst een doctoraat behaald in de psychologie en ik ben nog een aantal jaren verbonden gebleven aan deze faculteit. Daarna heb ik enkele jaren in het bedrijfsleven gewerkt en dan ben ik teruggekeerd naar de universiteit, naar het departement Toegepaste Economische Wetenschappen. Ondertussen ben ik zeven jaar directeur van de personeelsdienst en misschien beginnen sommigen zich al zorgen te maken of ik niet ga vertrekken naar een andere functie. Werknemers lange tijd hetzelfde laten doen, houdt op termijn ook risico's in: de drive kan verloren gaan en de flexibiliteit kan verminderen. Terwijl dat net belangrijker wordt. In plaats van de generatie Y met de vinger te wijzen, zou ze juist geprezen moeten worden om haar aanpassingsvermogen."