

PERSBERICHT

7 op de 10 werkgevers heeft ambitie om personeel zinvol werk te geven

ACERTA-ETION: ondanks ambities realiseert maar 36% in hoge mate zinvol werk op de werkvloer

Brussel, 23 augustus 2019 – Ruim 7 op de 10 werkgevers vindt het belangrijk dat het werk dat hun werknemers doen een bron van zingeving is. Ondanks die ambities oordeelt slechts 36% dat dat in de praktijk inderdaad ook in hoge mate het geval is. Dat blijkt uit een bevraging bij werkgevers, een co-initiatief van hr-dienstenbedrijf ACERTA en ETION, Forum voor geëngageerd ondernemen. Er gaapt dus nog een kloof op de werkvloer tussen de belangrijkheid en de realiteit van zinvol werk. Dat is een aandachtspunt voor werkgevers aangezien we allemaal langer zullen moeten werken en betekenisvol werk een troef is in de strijd om talent.

Werknemers zinvol werk verschaffen: kloof tussen belang en realiteit

Uit onze cijfers blijkt dat er een kloof heerst tussen wat werkgevers beogen in hun ambitie om hun werknemers zinvol werk aan te bieden en wat ze zelf oordelen dat ze vandaag al realiseren. 7 op de 10 werkgevers (72%) hecht er namelijk belang aan om als organisatie een bron van zingeving te zijn voor haar medewerkers. Nochtans slaagt slechts 36% erin om in hoge mate zinvol werk aan te bieden. Tijd en middelen investeren in de persoonlijke ontwikkeling van medewerkers en informeren bij medewerkers over de werkervaring vinden werkgevers in hoge mate belangrijk, maar de realisatie ervan in de praktijk ligt lager.

% 'in (zeer) hoge mate'	Belang	Realisatie	Kloof
Onze organisatie is een bron van zingeving voor haar medewerkers.	72%	36%	36%
Onze organisatie investeert tijd en middelen in persoonlijke ontwikkeling van haar medewerkers.	91%	57%	34%
Leidinggevenden informeren regelmatig bij hun medewerkers of en hoe zij de zin van hun werk ervaren.	84%	40%	44%

Tabel 1: % bedrijfsleiders-werkgevers dat antwoordde met 'in (zeer) hoge mate'

Jochanan Eynikel, businessfilosoof ETION, legt uit wat de betekenis is van 'zinvol werk'. *“Zinvol werk is werk waaruit men een positieve betekenis haalt. Zoals werk waarin je jezelf kan ontplooien en het gevoel hebt bij te dragen aan het grotere geheel van de organisatie of de samenleving. Onze bevraging toont dat werkgevers daarin zowel ambitieus als zelfkritisch zijn. De realiteit zal nooit voor 100% de ambitie waarmaken. Maar ambitie moet er zijn. En die is er, mogen we uit de antwoorden van CEO's, directies, bedrijfsleiders-eigenaars opmaken. De volgende stap is nu de kloof met de realiteit dichten.”*

Ook groot verschil met de ervaring van de werknemer

Tom Vlieghe, Director Acerta Career Center: *“Het is interessant om hier een andere bevraging naast te leggen, namelijk de Talent Pulse van Acerta gedaan onder werknemers. Daaruit blijkt dat naast de kloof die de werkgever vaststelt, er ook nog een kloof is met wat de werknemer ervaart. Er valt dus nog heel wat progressie te maken, bijvoorbeeld op vlak van investering in ontwikkeling en de rol van de leidinggevende.”*

Op vlak van persoonlijke ontwikkeling zien we dat slechts 24% aangeeft dat hun werkgever er sterk voor openstaat om opleidingen te bieden om te werken aan hun inzetbaarheid op lange termijn. Nochtans geeft 69% aan dat ze intrinsiek gemotiveerd zijn om te werken aan hun inzetbaarheid. 77% van de medewerkers zien dit trouwens als een gedeelde verantwoordelijkheid voor werkgever en werknemer.

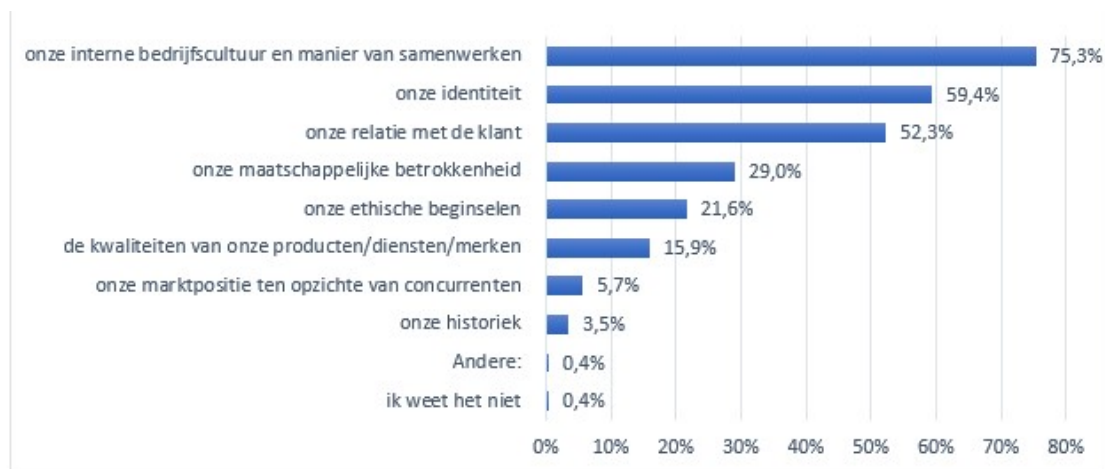
Ook de rol die de leidinggevenden opnemen in het informeren over hoe werknemers de zin van hun werk ervaren, blijkt in praktijk door medewerkers minder beleefd te worden. 17% van de medewerkers geeft aan nooit een gesprek te hebben met zijn leidinggevende, en als er dan toch een gesprek is gaat

het in 60% van de gevallen over het functioneren en de productiviteit. Slechts een minderheid geeft aan dat dit gesprek gaat over zijn ontwikkeling of werkbeleving (respectievelijk 16% en 24%).

Tom Vlieghe: *“De focus van de leidinggevende ligt nog te vaak op het functionele en het operationele. Tijdens de eerste fase van een tewerkstelling mogen praktische richtlijnen dan noodzakelijk zijn, naarmate de jobbekwaamheid groeit, zou de focus meer moeten liggen op richting geven. Vergelijk het met een GPS en een kompas: beide helpen om het doel te bereiken maar op een totaal andere manier: de GPS door strikt op te volgen instructies op korte termijn, het kompas geeft eerder richting op lange termijn met meer ruimte voor autonomie en de mogelijkheid periodiek af te stemmen of we nog op juiste koers zitten.”*

Bedrijfswaarden: van niche naar norm

Waarden zijn niet meer weg te denken uit bedrijven. Ze vormen voor 8 op de 10 organisaties leidende principes in het vormgeven van hun bedrijfscultuur, manier van samenwerken, identiteit, relatie tot de klant, maatschappelijke betrokkenheid ... Bedrijven die werken vanuit waarden, zijn dus veeleer de norm geworden in plaats van een alternatieve niche.



Grafiek 1: Wat waarden uitdrukken

Bedrijfswaarden zijn vooral een uitdrukking van de interne bedrijfscultuur. Maar waarden zijn meer dan louter introspectie, bedrijfsleiders hebben er ook concrete bedoelingen mee:

- 8 op de 10 vindt het in hoge mate belangrijk dat klanten omwille van missie, waarden en cultuur voor hen kiezen;
- 95% van de werkgevers meent dat hun werknemers (eerder tot helemaal) trots zijn op de bedrijfswaarden;
- 94% vindt voor een aanwerving een waardenmatch in hoge mate belangrijk.

Waarden kunnen nog waardevoller

Maar ook wat waarden betreft is er een kloof tussen het belang dat werkgevers eraan hechten en de realiteit. Twee voorbeelden:

- 85% van de bedrijfsleiders vindt het (zeer) belangrijk dat belangrijke beslissingen aan waarden worden getoetst; slechts bij 60% gebeurt dat ook in grote mate.
- Slechts 4 op de 10 werkgevers meent er in (zeer) hoge mate in te slagen voor alle teams op regelmatige basis overlegmomenten te voorzien waarin ook de missie en waarden centraal staan.

Tom Vlieghe: *“Wij zien in de Talent Pulse dat driekwart van de werknemers evenwel bevestigt trots te zijn op de waarden waarvoor hun bedrijf staat. We zien bovendien dat de kans om gelukkig te zijn in je job bijna 3 keer hoger ligt bij trotse medewerkers. Naast het geluk van je medewerkers zijn er ook economische voordelen aan verbonden: het versterkt je employer brand (en eigenlijk ook algemeen brand) en het werkt sterk retentie-bevorderend. Medewerkers die trots zijn op de waarden zijn 3 keer minder geneigd om van job te veranderen. Regelmatig overlegmomenten hierover inlassen zou dus wel een positief effect kunnen hebben.”*

Aantal van 24.A 6. Ik ben trots op de waarden waarvoor mijn organisatie staat.		Kolomlabels		
Rijlabels	Actief	Geen interesse	Passief	Eindtotaal
akkoord	6,55%	32,16%	61,29%	100,00%
niet akkoord	26,30%	10,98%	62,72%	100,00%
Eindtotaal	11,66%	26,68%	61,66%	100,00%

Bedrijven willen ook naar de buitenwereld zinvol zijn

Klantentevredenheid (92%) en medewerkerstevredenheid (84%) zijn de topprioriteiten voor ondernemers. Die prioriteiten scoren veel hoger dan harde financiële doelstellingen zoals omzet (57%) en winstgroei (60%).

Jochanan Eynikel: *“Voor hun organisatiedoelstellingen kijken ondernemers verder dan de onmiddellijk belanghebbenden zoals klanten en medewerkers. 32% van de bedrijfsleiders (1 op de 3) noemt ‘bijdragen aan een betere wereld’ een zéér belangrijke doelstelling, nog eens 27% vindt die doelstelling belangrijk. Voor 1 op de 3 is duurzaam ondernemen een zeer belangrijke doelstelling, nog eens 33% vindt ze belangrijk.”*

Opnieuw is er hier een kloof tussen de intentie van de werkgever en de beleving op de werkvloer: 46% van de medewerkers geeft aan dat er in de organisatie het meest belang gehecht wordt aan productiviteit, rendement, winst, ... 29% ervaart dat er het meest geïnvesteerd wordt in innovatie, duurzaamheid en vooruitzien. En 26% ondervindt dat de topprioriteit ligt in welbevinden, medewerkerstevredenheid en werkbaarheid.

Doelstelling	Score belangrijk tot zeer belangrijk
Klanttevredenheid	92,2%
Medewerkerstevredenheid	84,3%
Duurzaam ondernemen	65,1%
Winst(groei)	60,7%
Bijdragen aan een betere wereld	59,3%
Innovatieve producten en diensten ontwikkelen	59,2%
Omzetgroei	56,5%

Tabel 3: in welke mate vinden werkgevers deze doelstelling belangrijk tot zeer belangrijk?

Over de cijfers

De ACERTA-ETION-bevraging liep in april 2019, er waren 467 respondenten, 85% bedrijfsleiders-eigenaars, CEO's en directie. 72% van de deelnemende bedrijven komt uit de profitsector. Een derde met < 50 medewerkers, ruim een kwart met > 50 medewerkers en 40% met >250 medewerkers.

Voor het perspectief van de medewerker werd er gekoppeld met de jaarlijkse Talent Pulse-bevraging van Acerta. Deze bevraging is in april 2019 voor de tiende keer uitgerold. Dit jaar werkte Acerta hiervoor samen met de carrièresite Monster.be. De bevraging had 1810 werknemers-respondenten.

Over ACERTA

ACERTA is als hr-dienstengroep in België gespecialiseerd in het advies, de informatisering en de verwerking van administratieve processen rond loonverwerking, sociale zekerheid, kinderbijslag, vestigingsformaliteiten en de professionalisering van het hr-beleid. De groep ondersteunt ondernemers en organisaties in elke groeifase en bij elk hr-proces. De kracht van mensen, daar draait het om bij ACERTA. ACERTA wil zijn mensen optimaal inzetten om zo het menselijk kapitaal van ondernemingen te optimaliseren. Daarbij is ACERTA een partner voor starters, zelfstandigen en vrije beroepen, kmo's en hr-professionals in privéondernemingen en overheidsinstellingen.

ACERTA telt meer dan 1400 medewerkers, verdeeld over 28 kantoren in Vlaanderen, Brussel en Wallonië. De groep kende in 2017 een omzet van ruim 172 miljoen euro. Meer dan 1 starter op 5 passeert effectief langs ACERTA's ondernemingsloketten. De groep beheert het statuut van 1 zelfstandige op 3 en 1 organisatie op 4 maakt gebruik van haar hr- en/of payrolloplossingen.

Over ETION

ETION is het forum voor geëngageerd ondernemen. 5.000 ondernemers en beslissingsnemers uit organisaties in Vlaanderen en Brussel ontmoeten er elkaar. Centraal staat het uitwisselen van ervaringen en het versterken van kennis over waardengedreven ondernemerschap en duurzaam succes. Binnen ETION is een denktank actief die hiertoe expertise ontwikkelt op vlak van leiderschap, toekomstdenken en mensgericht ondernemen.

Voor meer informatie, gelieve contact op te nemen met

ACERTA – Sylva De Craecker

T +32 478 27 93 62

E Sylva.De.Craecker@ACERTA.be

ETION – Jochanan Eynikel

T +32 (0)829 25 14 | M +32 (0)494 64 91 47

E jochanan.eynikel@etion.be

Bepublic – Bert Bouserie

T +32 488 40 44 77

E bert@bepublic.be