

Anders managen van de creatieve generatie jongeren

(waar netwerken in de genen zit!)

Prof. dr. Annemieke J.M. Roobeek
Hoogleraar Strategie en Transformatiemanagement,
Business Universiteit Nyenrode
Directeur/oprichter van MeetingMoreMinds

Anders werken, netwerken wordt urgenter!

Innovatieve kansen pakken, nu het kan en moet

Anderen doen het ook, je kunt niet achterblijven

Kennis zit binnen en buiten: organiseren is het motto!

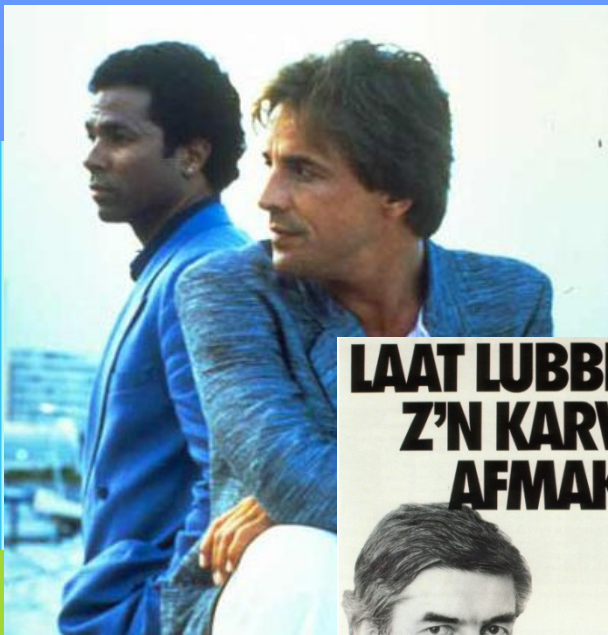




Babyboomers



ike Roobee
ersiteit Nyenrode

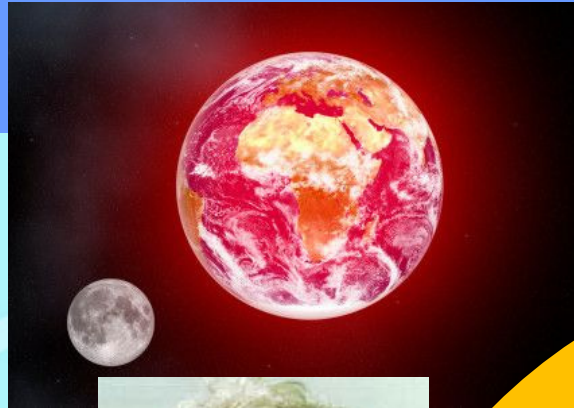


**LAAT LUBBERS
Z'N KARWEI
AFMAKEN**



Lost Generation





Pragmatische Generatie



Kenniswerkers: Veelzijdige, actieve mensen

- Halen veel uit hun leven
- Sportief
- Willen er gezond uitzien
- Netwerken van nature
- Teamwork
- Hebben overal vrienden of maatjes
- Schakelen snel en spontaan
- Houden van presteren
- Zijn ambitieus
- Hebben zelfvertrouwen
- Gevarieerd leven
- Zijn materieel goed af





Creative Generation

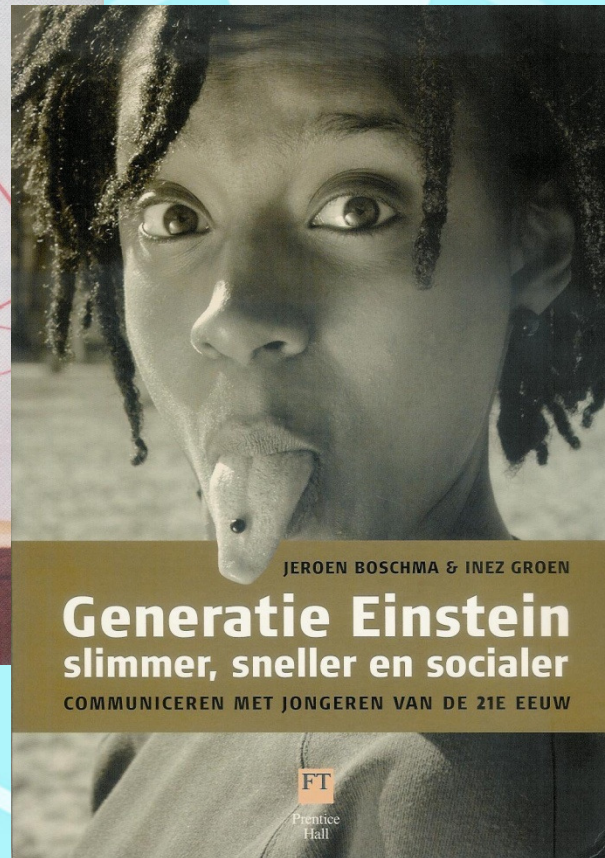
**Yes, here we are!
We Won't Wait
We InterAct and Do**



Aanstormend talent: Screen Agers



- Informeel
- Relaxed
- Ongericht
- Creatief
- Multitasking is normaal
- Groepsgericht
- Subculturen
- Springen snel over
- Kunnen meer tegelijkertijd
- Bewuster en bezorgder over hun omgeving
- Status niet persé in werk
- Pure netwerkers



Definitie Creatieve Generatie?

- Geboren na 1985
- Opgegroeid in welvaart
- Opgegroeid met beeldcultuur, internet en snelle communicatiemiddelen
- Mondig
- Vanzelfsprekende multi-taskers
- Risk-takers
- Autonomie en zelfontplooiing
- Individualistisch, maar gericht op samenwerken in groepen en subculturen



Babyboomers

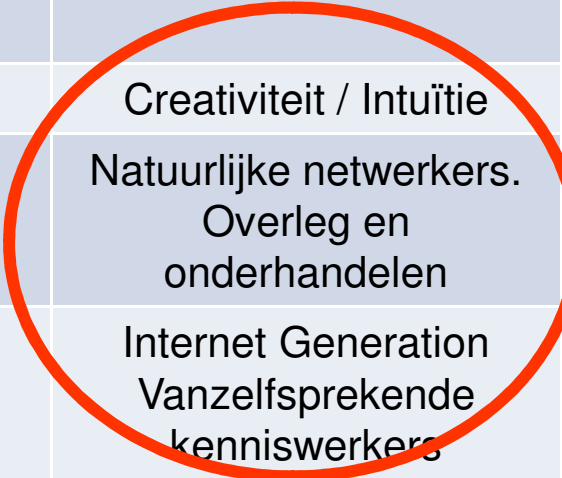
Lost Generation

Pragmatische
generatie (oudere
kenniswerkers)

Creatieve
Jongeren (Generatie
Einstein)

Vier generaties

1945 – 1955	1955 – 1970	1970 – 1985	1985-1990
Invloed in organisaties vanaf: 1970	Invloed in organisaties vanaf: 1985	Invloed in organisaties vanaf: 2000	Invloed in organisaties vanaf: 2010
Het volk weet wat goed is	‘ZIJ-generatie’ Het volk weet wat goed is, maar het individu is ook belangrijk.	‘IK-generatie’ Het individu zelf weet wat goed is. Identiteit is constructie.	‘WIJ-generatie’ Identiteit is oprecht van jezelf. Bewegen in subculturen.
Status	‘Beetje’ aanpassen	Zelfontplooiing	Creativiteit / Intuïtie
Protesteren tegen autoriteit; democratisering	‘Bruggen’ bouwen	Interactieve resultaatgerichte samenwerking	Natuurlijke netwerkers. Overleg en onderhandelen
Na-oorlogse wederopbouw	Economische depressie	Zelfverzekerde diplomajagers	Internet Generation Vanzelfsprekende kenniswerkers
Bevlogen	Relativeren	Internationale ervaring. Bereisd.	Vanzelfsprekende global generation
Bomvol idealen	Ideologisch vacuüm	Weinig historisch besef	Multicultureel waardenpakket



Gebaseerd op: Becker, 1993;
Generatie Einstein 2007

Internetgebruik door de verschillende generaties

	Babyboomers	Generatie X/ Pragmatisch	Creatieve Generatie
Introductie	Op late leeftijd	Generatie X	Generatie Einstein
Functie	Bibliotheek	Bibliotheek	Social Machine
Activiteiten	Surfen en informatie	Surfen en informatie	Chatten, selfpublishing, sharing
	Geen MSN	Steeds meer MSN	Continu MSN

School en leren

Generatie X / Pragmatisch	Creatieve Generatie
Cito-toets richtinggevend	Cito-toets dwingend
Geen huiswerk op lagere school	Huiswerk op lagere school
Weinig prestatiedruk	Veel prestatiedruk
Leren lineair	Leren lateraal: Netwerklernen
Leren verbaal, gebaseerd op tekst	Leren in beelden
Moeite met aanspreken creativiteit	Zijn creatief

Pragmatisch vs. Creative

- **Pragmitische Generatie**
- **Newton**
- **Rationeel**
- **Logisch en lineair**
- **Analoog**

VS

- **Creative Generation**
- **Einstein**
- **Creatief**
- **Multidisciplinair**
- **Digitaal**

Paradigma verschuiving

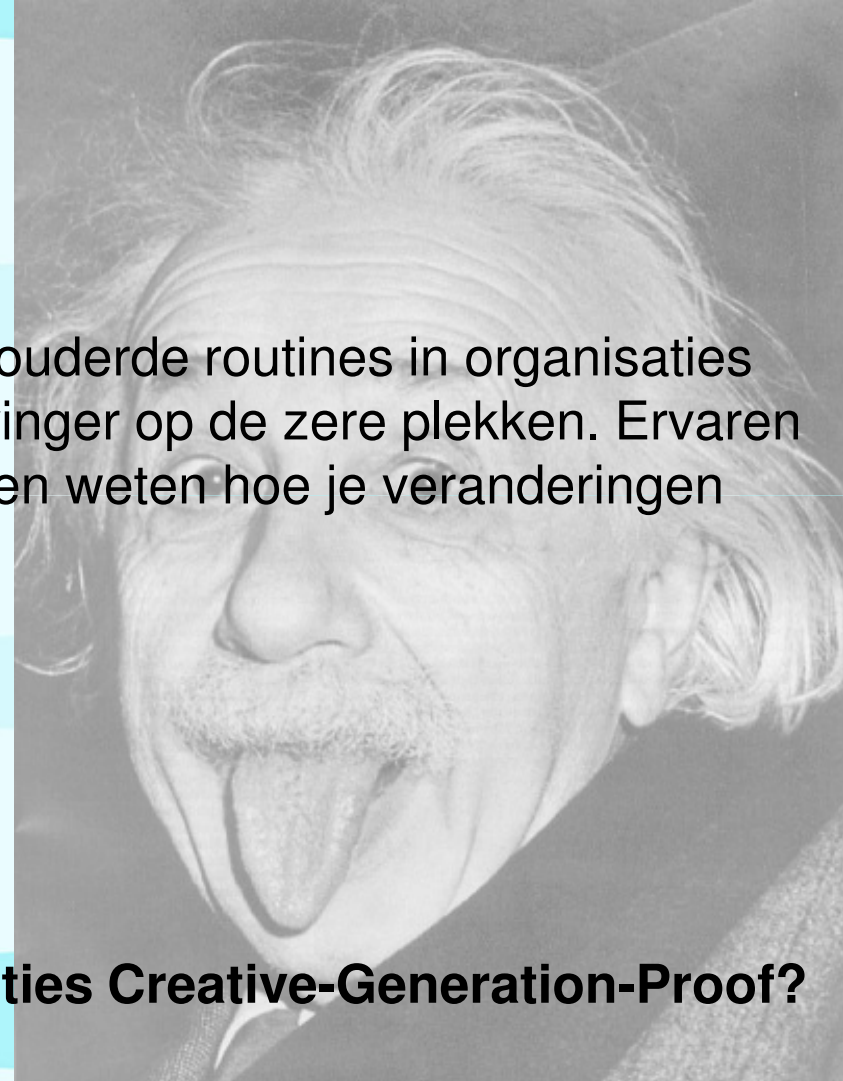
“Het aangezicht van leren en informatie verwerken verandert voorgoed. En daar blijft het niet bij. Deze generatie gaat een grote impact hebben op alle facetten van het leven: thuis, gezin, school en maatschappij.”

Creative Generation Proof

“Een nieuwe generatie scant verouderde routines in organisaties automatisch. Intuïtief legt zij de vinger op de zere plekken. Ervaren collega's kennen de organisatie en weten hoe je veranderingen doorvoert.

De nieuwe generatie weet 'wat' er veranderd moet worden, de ervaren generatie weet 'hoe'.”

Wanneer worden **Organisaties Creative-Generation-Proof?**



Kloof tussen digibeten en screenagers?

“Ik ben ongeduldiger, Ruud neemt meer tijd voor het zoeken naar oplossingen.” (Liza, 24)

“Ik ga meer dan Liza de diepte in” (Ruud, 44)

“We werken vanuit een andere invalshoek. Je kunt daar op twee manieren tegenaan kijken: wat lastig of we vullen elkaar aan. Ik kies voor het laatste” (Ruud, 44)



Snelheid vs Ervaring

“Zij hebben geen oog voor dat wij anders werken, sneller, doelmatig keuzes maken, en geven ons die ruimte niet. Ze maken geen gebruik van onze talenten”

(Liza, 24)



“Ik denk en handel vanuit de ervaring die ik de afgelopen twintig jaar heb opgedaan. Ik vind dan ook dat de kennis en ervaringen van oudere collega's zwaarder wegen bij het nemen van beslissingen dan de snelheid en innovatiekracht van twintigers” (Ruud, 44)

De Jeugd van Tegenwoordig

“Ik wil serieus genomen worden. Ik haal mijn informatie van zo veel verschillende plekken, dat je mij niets meer kunt wijsmaken. Ik heb respect voor mensen die het echt weten.”

“Ik wil respect voor wie ik ben. Ik wil niet anders behandeld worden dan volwassenen, alleen maar omdat ik een jongere ben. School is belangrijk voor me. Mijn toekomst is heel belangrijk. Ik wil persoonlijke aandacht. Ik wil geen nummer zijn.”

“Ik ben een jongere, jij niet. Ik ben geïnteresseerd in deze wereld, ik ben bevlogen, ik ben sociaal, ik vind het belangrijk wat er op deze wereld gebeurt. Ik zoek liever mijn eigen vorm, mijn eigen manier. Ik wil niet gekopieerd worden, ik hou van mensen die zichzelf zijn en staan voor hun eigen denkbeelden. “

“Volwassenen begrijpen ons niet.”

Hoe manage je creatievelingen?

- ❑ Werken met flexibele teams.
- ❑ Hoe minder personeel hoe beter.
- ❑ Reputatie, kwaliteit, originaliteit
- ❑ **wederzijdse afhankelijkheid sterker dan hiërarchie.**
- ❑ Platte, weinig hiërarchische structuur
- ❑ Brede inzetbaarheid van de werknemers.
- ❑ Lange termijn visie ipv korte termijn winst.
- ❑ Teamwork, geen prima donna's
- ❑ Fouten maken mag

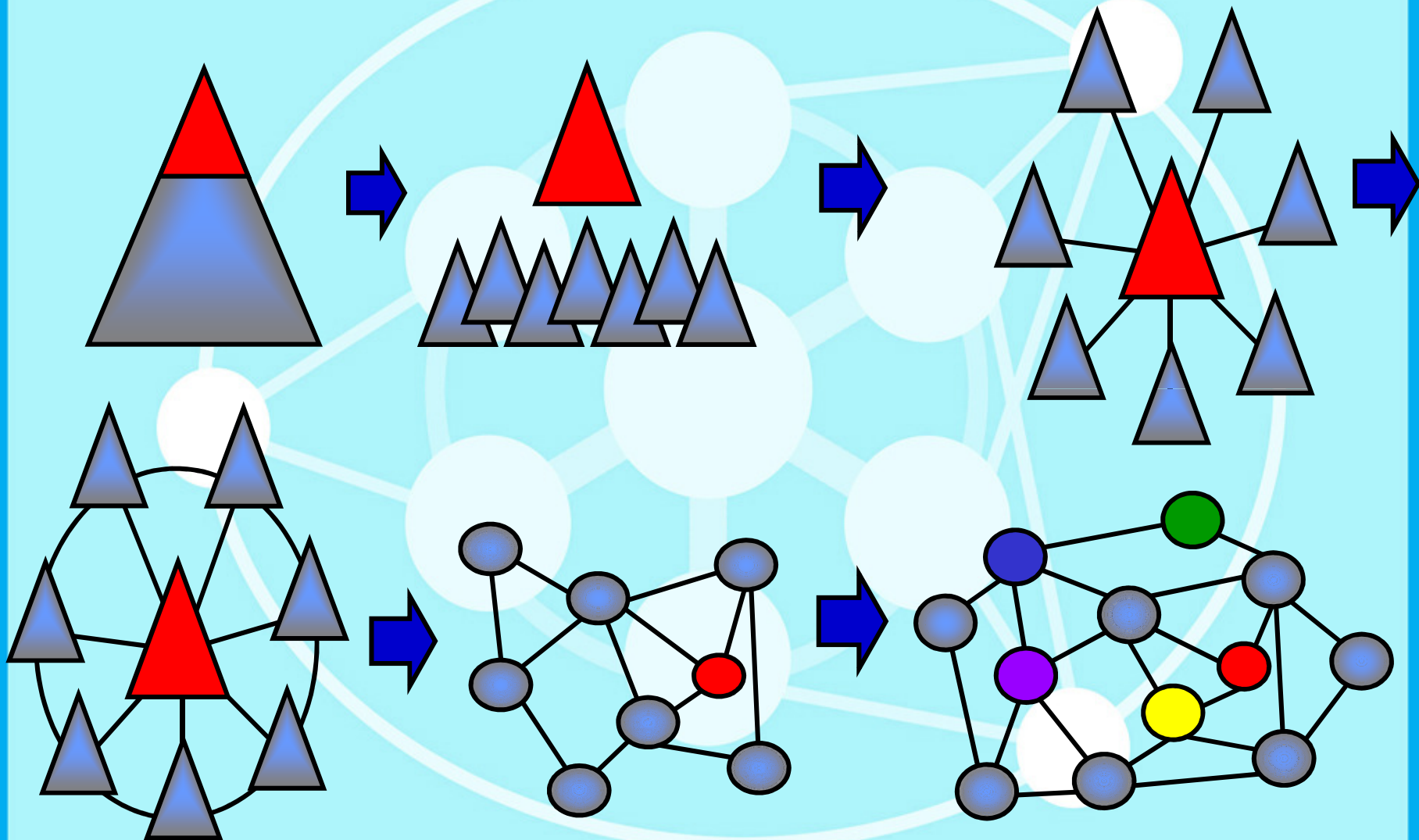


“Creatievelingen hebben veel vrijheid nodig. De vrijheid blijft wel binnen strakke kaders (werktijden, strikte productieschema’s en duidelijke hiërarchie)”.

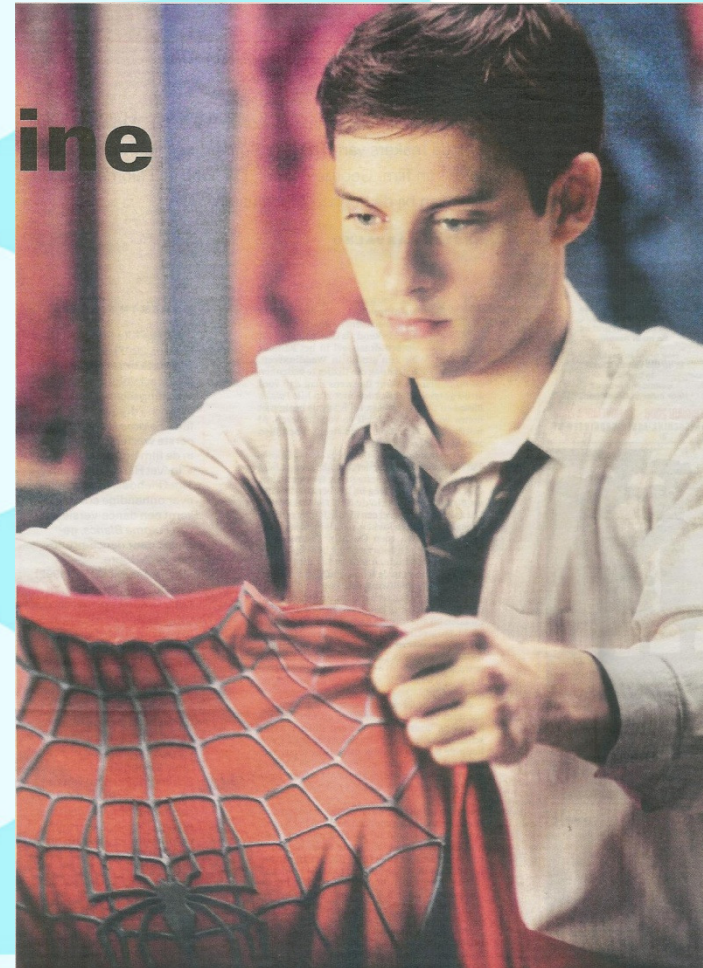
Vergelijk het met topvoetballer Ronaldinho: binnen de lijnen van het veld, spelregels en de 90 minuten mag hij al zijn creativiteit botvieren om het spelletje te winnen.



Transformatie van hiërarchische organisaties naar netwerken



Helden, leiderschap, generaties....



Leiders Generation Proof?



En zelfs wanneer U niets in netwerken ziet...

**kunt U er met de creatieve kennisgeneratie niet
meer omheen....(☺)**



Hartelijk dank voor uw aandacht!

Met Netwerken is geen brug te ver....



Contact gegevens

- Prof. Dr. Annemieke J.M. Roobeek, hoogleraar Strategie en Transformatiemanagement
- Business Universiteit Nyenrode

- MeetingMoreMinds
- 'De Huygens'
- Jan Evertsenstraat 725
- 1061 XZ Amsterdam
- tel. 020 – 504.0000

- annemieke.roobeek@meetingmoreminds.com
- www.meetingmoreminds.com

