

Bron en datum: Adformatie 16/05/2008

Artikel: **Weg met de marcom-loonslaaf**

48 ARBEIDSMARKT

Weg met de marcom-loonslaaf



Een vast dienstverband is ook niet alles. De werkdruk binnen organisaties verstoort de balans in het leven van werknemers, wat weer ten koste gaat van de levenskwaliteit. Tegelijk is er sprake van krapte op de arbeidsmarkt. Dat breekt organisaties op die behoefte hebben aan instroom van jonge, gekwalificeerde werknemers met kennis van ICT en marketing. Beide problemen zijn gebaat bij vergaande flexibilisering van de arbeidsmarkt. Organisaties moeten nadenken over welk deel van het werk ze door zzp'ers (zelfstandigen zonder personeel) laten uitvoeren. En werknemers moeten zich opstellen als zelfstandige ondernemers. René Steur, directeur van werving- en selectiebureau Appoint schreef er, samen met journaliste Conny Lohuis, een boekje over: 'Iedereen een miljoen', met als subtitel: 'Leven en werken in 2030'.

Terug naar de situatie van voor de industriële revolutie, toen het nog gebruikelijk was dat iedereen een eigen lapje grond bewerkte. Door de bevolkingstoename en verarming op het platteland kwam er een massale trek naar de steden op gang. Mensen traden in dienst bij fabrikanten en in ruil kregen ze een zekere mate van financiële zekerheid. Maar in dat proces verloren ze hun autonomie. En dat is precies wat Steur wil terugbrengen: de werknemer weer baas te laten zijn over zijn eigen lot. Van loonslaaf naar ondernemende werknemer. Steur schetst daarvoor een fictieve samenleving in 2030. Het vaste dienstverband bestaat niet meer. Iedere Nederlander beschikt over een persoonlijk budget van een miljoen. Een basis voor een opleiding, een loopbaan en een leven dat aansluit bij ieders persoonlijke ambities en talenten.

Dat bedrag is wat een doorsnee Nederlander in zijn leven gemiddeld ontvangt van de overheid aan huursubsidie, kinderbijslag en andere uitkeringen. In plaats van het geld uit te keren voor reparatie achteraf, kan de werknemer zelf bepalen wat hij doet.

AAN GELUK KUN JE WERKEN

Geef mensen bij geboorte een budget dat ze de maatschappij toch al kosten; een miljoen euro. En laat ze daarmee werken aan hun eigen inzetbaarheid. Volgens René Steuer, directeur van werving- en selectiebureau Appoint, is het de manier om werk, gezin en geld in balans te brengen. En de aansluiting van werknemers op de arbeidsmarkt te verbeteren.

[DOOR ROB BEEMSTER FOTOGRAFIE SANDER NIEUWENHUYJS]

'Een burger die weet dat hij een miljoen kan besteden, kijkt op een andere manier naar zijn leven. Als hij werkloos wordt, ziet hij zijn budget slinken. Hij krijgt niet langer een uitkering van een anonieme organisatie. Hij zal bijvoorbeeld actiever werk zoeken.'

Waarom dit boek?

'Als organisatie willen we een visie ontwikkelen op de arbeidsmarkt. Wij bemiddelen voor marketeers, communicatiespecialisten, webdesigners, ontwerpers; kortom de hele marketingcommunicatie- en it-sector. En we zagen dat de aansluiting met starters beter kon. Onlangs hebben we Appoint Potentials opgezet, dat is een initiatief om jonge mensen op een andere manier aan ons vakgebied te binden. We vragen ze niet alleen een cv op te sturen, maar ook om naar een carrièredag te komen, om daarna aan een personal-businessplan te werken. We dagen ze als het ware uit om zichzelf meer als een ondernemende werknemer te zien.

'Diezelfde gedachte zie je terug in het boekje: geef iedereen een virtuele rekening courant en maak ze eigenaar van hun eigen budget. Dat zou je een soort levensloopregeling kunnen noemen, ja, maar dan veel verder doorgevoerd. Met meer zeggenschap voor de werknemers. Het is geen plan dat onder het huidige kabinet nog ingevoerd zal worden. Je moet over de horizon heen kijken, over 25 jaar is de techniek weer veel verder en is er van alles mogelijk wat we ons nu nog niet eens kunnen voorstellen.'

Meer autonomie lost de krapte op in de arbeidsmarkt?

'Uiteindelijk wel, ja. Het gaat erom dat we slimmer gaan werken. De marketingcommunicatiesector verliest nu veel potentieel. Dat komt doordat bedrijven als olietankers rechtuit gaan en heel veel mensen inzetten om ze vervolgens, als ze merken dat het niet werkt, massaal te ontslaan. Dat is een heel inefficiënte manier van werken, niet alleen voor organisaties maar

ook voor individuele werknemers die hun zekerheid halen uit de vaste baan. Terwijl zekerheid veel meer ontstaat vanuit hun flexibiliteit en kennis. Als er structureel krapte is aan een specialisme, moet je het slimmer gaan inrichten, door meer te werken met flexibele krachten. Op dit moment werkt 15 procent van het arbeidspotentieel op flexibele basis: freelancers, uitzendkrachten, gedetacheerden. De verwachting is dat dat naar 25 procent gaat.'

In deze branche ligt het percentage flexibele krachten al hoog.

'Omdat marketingcommunicatie zich bij uitstek leent om werk projectmatig op te pakken. Maar een multinational die vijfhonderd man op de marketingafdeling heeft zitten, kan nog slagen maken. Dat zullen ze ook wel moeten doen, als de krapte blijft.'

'De freelancer die steeds zijn weg moet vinden; die kun je veel beter die hypotheek geven'

Wat moet er gebeuren?

'Je zult je organisatie meer moeten inrichten op de binding met die flexibele medewerker. Dat lijkt een paradox, want die freelancer of gedetacheerde komt en gaat weer, en daar kun je dus je organisatie niet op inrichten. Daar zit dus een gedachtefout. Een onderdeel van Appoint is de Competence Factory waar we opleidingen geven. Ik heb daar mensen zitten die al vijftien jaar lesgeven. Maar dat zijn dus wel ondernemers, hè. Vergelijk dat eens met werknemers: als je tien jaar haalt is dat heel lang in dit vak.

'Het leuke is dat als je continu aan andere projecten werkt, je een veel betere ervaring opdoet dan iemand die vier jaar op diezelfde afdeling aan het werk is. Wij krijgen steeds vaker topmensen die expliciet vragen om projecten. Die

hebben helemaal geen behoefte aan die politieke slangenkuil in bedrijven. Ook doordat die mensen niet meer uit onzekerheid handelen. Mensen die zekerheid willen, zijn bang dat ze hun baan kwijtraken. Je ziet dat veel mensen die angst niet meer hebben.'

Totdat de economie instort en de freelancer er als eerste uitvliegt.

'Maar je wordt toch ook als werknemer eruit gedonderd? Vijf jaar geleden zag je veel bedrijven op hun marketingafdelingen bezuinigen; die mensen werden ook gewoon op straat gezet. Dat is dan die zogenaamde zekerheid waar de hypotheekverstrekkers massaal hun vertrouwen in stellen. Nee, de freelancer die steeds zijn weg moet vinden; die kun je veel beter die hypotheek geven.'

De ondernemende werknemer lijkt vooral een hoogopgeleide kenniswerker.

'Bescherming van die minder geschoolde werknemer is belangrijk. Ik wil ook een solidair stelsel. Ondertussen zoek ik een creatieve oplossing voor problemen waar we tegenaan lopen. We moeten toe naar een andere arbeidsmarkt met andere spelregels. De spelregels dienen werknemers te beschermen, maar werken nu tegen ons. Wie voor zichzelf begint krijgt voorlopige aanslagen, merkt dat zijn verzekeringen duur zijn en wordt zo gedreven in de richting van het werknemerschap.'

In hoeverre merk je dat dit verhaal aansluit bij jongeren?

'Daar vestig ik mijn hoop op. Dat die massaal in opstand gaan komen. Nu is het zo dat mensen na hun studie worden opgepikt door bankenverzekeraars of managementadviesbureaus met goudgerande management-ontwikkelingsprojecten. Ze werken 60-70 uur per week, hebben daar hun huis op aangeschaft, de Volvo staat op de oprit. Ze zitten vast in gouden kettingen. Die mensen hebben geen balans, werken tot ze er dood bij neervallen. Om daarvan los te komen moet je slimmer gaan nadenken.'