



PERSBERICHT

Mannen en vrouwen verschillen in beleving van het Nieuwe Werken

Recent onderzoek wijst uit dat er belangrijke verschillen zijn in de beleving van mannen en vrouwen waar het hun werkomstandigheden betreft. Ook hun ervaringen met het Nieuwe Werken zijn anders. Over dit nauwelijks belichte aspect van het Nieuwe Werken presenteert het onderzoeksinstrument Factor 4 Index van Calanza, een aantal opmerkelijke conclusies.

Over het Nieuwe Werken wordt veel gediscussieerd. Het gaat daarbij om uiteenlopende zaken als tijd- en plaatsonafhankelijk werken, nieuwe technologieën, een andere managementstijl, het verdwijnen van vaste werkplekken, een veranderende balans tussen werk en privé en de moeite die mensen in het algemeen hebben om hun ingesleten gewoontes op te geven. Maar voor de verschillen in ervaring tussen mannen en vrouwen is tot op heden weinig aandacht geweest.

Daar brengt marketingcommunicatiebureau Calanza verandering in. Calanza onderzocht de reacties van meer dan 12.000 respondenten over hun beleving van de huidige situatie op de werkvloer en de door hen gewenste situatie en vergeleek de scores tussen mannen en vrouwen en de verschillende leeftijdscategorieën.

Conclusies

- Mannen vinden het belangrijker dan vrouwen om tijd- en plaatsonafhankelijk te werken. In de leeftijdscategorie van 46 tot 55 is dit verschil het grootst.
- Vrouwen zijn tevredener dan mannen over de efficiëntie van hun bedrijfsinformatiesysteem. Ook dit verschil is het sterkst in de leeftijdscategorie van 46 tot 55.
- Mannen, met name in de leeftijdsgroep 26 tot 35, zijn ontevredener dan vrouwen over de toegankelijkheid van beschikbare kennis en informatie binnen hun organisatie.

Factor 4 Index

De gegevens zijn verzameld met de Factor 4 Index. Dit online onderzoeksinstrument functioneert als een thermometer: je kunt er aan aflezen hoe het gesteld is met de tevredenheid van werknemers. Ook geeft het inzicht in de sterke en zwakke punten binnen een organisatie en laat het zien waar het verbeterpotentieel zit.

De basis voor de Factor 4 Index is een reeks van 64 stellingen die betrekking hebben op verschillende aspecten van arbeidsproductiviteit. De stellingen zijn gegroepeerd rondom vier thema's: Inspiratie, Organisatie, Cultuur, Techniek. Deelnemers geven een score van 1 tot 10 voor zowel hun huidige als de

gewenste situatie. Uit deze scores wordt duidelijk hoe zij de verschillende aspecten van hun werk ervaren en wat zij graag veranderd willen zien. Een onderzoek wordt afgenomen door een Factor 4 Index consultant. Zij zijn gecertificeerd om het onderzoek uit te voeren en de resultaten te interpreteren.

Wat zeggen de experts?

Calanza vroeg twee specialisten op het gebied van het Nieuwe Werken naar hun reactie op de onderzoeksresultaten.

Hans van der Meer, marketingmanager bij Microsoft Nederland. 'Ik denk dat de uitkomsten voor een belangrijk deel uit demografische ontwikkelingen te verklaren zijn. De leeftijd waarop mensen tegenwoordig kinderen krijgen is 35 tot 40 jaar. Het drukke gezinsleven begint een jaar of zeven later. De mannen uit die leeftijdscategorie krijgen daarom de behoefte aan een betere balans tussen werk en privé en willen flexibel werken. De meeste vrouwen werken parttime en hebben dat dus al voor zichzelf geregeld. Om diezelfde redenen hebben mannen ook meer behoefte aan efficiënte informatietechnologieën.'

Volgens Bas van Leur, Factor 4 Index-consultant en managing consultant bij Cap Gemini, speelt ook mee dat oudere mannelijke werknemers niet makkelijk veranderen. 'Vooral de ervaren mannen zijn ontevreden. Ze hebben sinds jaar en dag duidelijk afgebakende taken en daar houden ze het bij. Ze hebben niet geleerd zelf initiatief te tonen. De vrijheid die het Nieuwe Werken biedt staat daar haaks op. Vrouwen gaan daar veel flexibeler mee om.'

'De jongere generatie mannen', constateert Van der Meer, 'is eraan gewend dat informatie digitaal en vrij toegankelijk is. Ze verwachten daarom ook een snelle en eenvoudige toegang tot kennis en informatie binnen de eigen organisatie. Maar de oudere generatie mannen deelt kennis niet zo makkelijk. Dat leidt tot frustratie. Vrouwen zijn hierin pragmatischer en meer gericht op onderlinge communicatie.'

Menselijk kapitaal benutten

Volgens de ontwikkelaars van de Factor 4 Index – Microsoft, Boer & Croon NeXstrategy en Calanza – vormen mensen het belangrijkste kapitaal van een organisatie. Hoe kun je dat kapitaal het best benutten?

Hans van der Meer: 'Hoe beter je weet wat je werknemers ervaren, hoe gericht je daar op in kunt spelen en hoe trefzekerder je als organisatie kunt opereren. Nu weten we ook dat het van belang is om oog te hebben voor verschillen in wensen van mannen en vrouwen.'

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met: Tamara van Witzenburg, e-mail: tamaravw@calanza.com, telefoonnummer: 023 515 5000 of 06 5244 7828.