



WHITEPAPER

Job, Career of Calling?

Hoe kijken Nederlanders naar hun werk en wat is de relatie met werkgeluk?



► Job, Career of Calling?

Hoe kijken Nederlandse werknemers naar hun werk? Zien ze hun baan puur als middel om brood op de plank te krijgen en geld te verdienen voor het leven naast hun werk? Of zijn ze meer carrièregericht en zien ze hun huidige baan als investering en opstap naar een volgende functie? Of is het werk een roeping en een van de belangrijkste dingen in hun leven?

Deze whitepaper beschrijft de belangrijkste bevindingen uit het landelijk onderzoek van het HappinessBureau naar werkoriëntatie en werkgeluk. Het is als volgt opgebouwd:

1. Het onderzoek
2. De resultaten
 - Deel A: Hoe denken Nederlanders over hun werk?
 - Deel B: Wat is de relatie met werkgeluk?
 - Deel C: Welke andere verbanden zijn er?
3. Strategieën voor meer werkgeluk

Met deze whitepaper geven we meer inzicht in de relatie tussen houding over werk en werkgeluk, en daarmee willen we een positieve bijdrage leveren aan het gesprek over werkgeluk. Hopelijk inspireert het je om (nog) meer of gericht aandacht te geven aan het welbevinden van je medewerkers, zodat je met meer plezier betere resultaten haalt.

Veel leesplezier!

HappinessBureau, Lucas Swennen
Steda onderzoek & advies, Stef ten Dam

Het is onze missie om werkgeluk de norm te laten zijn in organisaties. Eén van de manieren waarop wij hieraan bijdragen, is met kennis en inspiratie. Deze whitepaper geeft de uitkomsten van een landelijk onderzoek dat wij in 2019 in eigen beheer uitvoerden met onze researchpartner Steda. We doen dit jaarlijks sinds 2016.

Meer informatie over wat wij doen op het gebied van werkgeluk?
Mail info@HappinessBureau.nl of kijk op www.HappinessBureau.nl

1. Het onderzoek

In dit onderzoek is gebruikgemaakt van de indeling Job-Career-Calling van professor Amy Wrzesniewski (Yale University) en collega-wetenschappers. Zij onderscheiden drie oriëntaties op werk:

Mensen zien hun werk voornamelijk als een Job (baan)

Deze groep werkt om geld te verdienen. Ze vinden het heerlijk als het weekend is en hun leven buiten het werk is veel belangrijker dan de tijd die ze op het werk besteden.

Mensen die hun werk voornamelijk zien als Career (carrière)

Deze groep geniet van het werk, maar heeft over vijf jaar een andere baan. Ze houden altijd in de gaten of er een andere, betere, hogere functie of baan beschikbaar komt. Ze ervaren werk niet altijd even positief, maar zetten door 'voor later'. Een promotie betekent erkenning en een goede plek ten opzichte van collega's.

Mensen die hun werk voornamelijk zien als Calling (roeping)

Voor deze groep mensen is werk een van de belangrijkste dingen in hun leven. Als ze over zichzelf praten, is dat al snel (met passie) over werk. Ze hebben de neiging om werk 'mee te nemen' naar huis en op vakantie. Werk is een belangrijk deel van hun sociale netwerk.

Deze oriëntaties sluiten elkaar niet noodzakelijkerwijs uit. Wel hebben de meeste mensen één dominante basishouding.

De opzet van het onderzoek

Aan dit onderzoek hebben 934 werknemers deelgenomen. Zij hebben begin november 2019 een online enquête ingevuld. Deelnemers werken minimaal acht uur per week in loondienst en zijn dus geen zzp'er. De steekproef is representatief voor alle Nederlandse werknemers en goed verdeeld naar sector, medewerkers versus managers, en organisatiegrootte in termen van aantal werknemers.

Bij de interpretatie van de uitkomsten geldt een marge van (afgerond) $\pm 4\%$. Een antwoord als '80% is het ermee eens' ligt dus in werkelijkheid tussen de 76% en 84%.

2. De resultaten

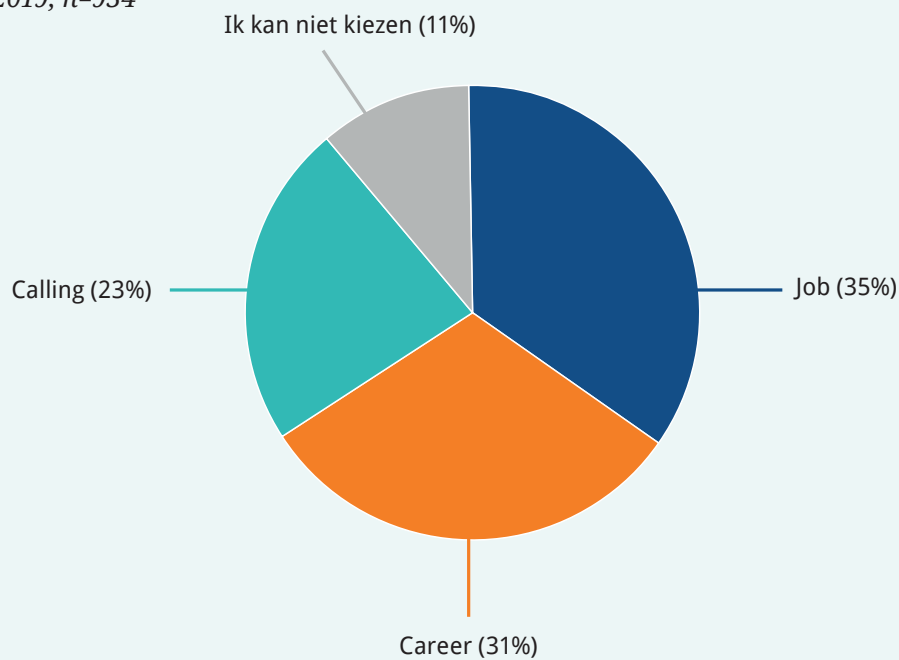
Deel A: Hoe denken Nederlanders over hun werk?

Ervaar je je werk vooral als middel om inkomen te verkrijgen, ben je primair gericht op carrière of is werk in de eerste plaats je roeping? We hebben de deelnemers de drie profielen voorgelegd, met de vraag in hoeverre zij zich hierin herkennen. En vervolgens welk profiel, als ze er één moeten kiezen, het best hun houding ten opzichte van hun huidige werk beschrijft.

Allereerst kijken we naar Nederlandse werknemers in het algemeen. Daarna gaan we wat meer de diepte in en bekijken we hoe de houding ten opzichte van werk is verdeeld per sector, functiesoort, leeftijd en organisatiegrootte.

Welk profiel beschrijft het best hoe jij je huidige werk ervaart?

Nederland 2019, n=934



Van alle Nederlandse werknemers:

- heeft 35% als belangrijkste oriëntatie Job
- vindt 31% het Career-profiel het best passen
- kiest 23% voor het perspectief Calling

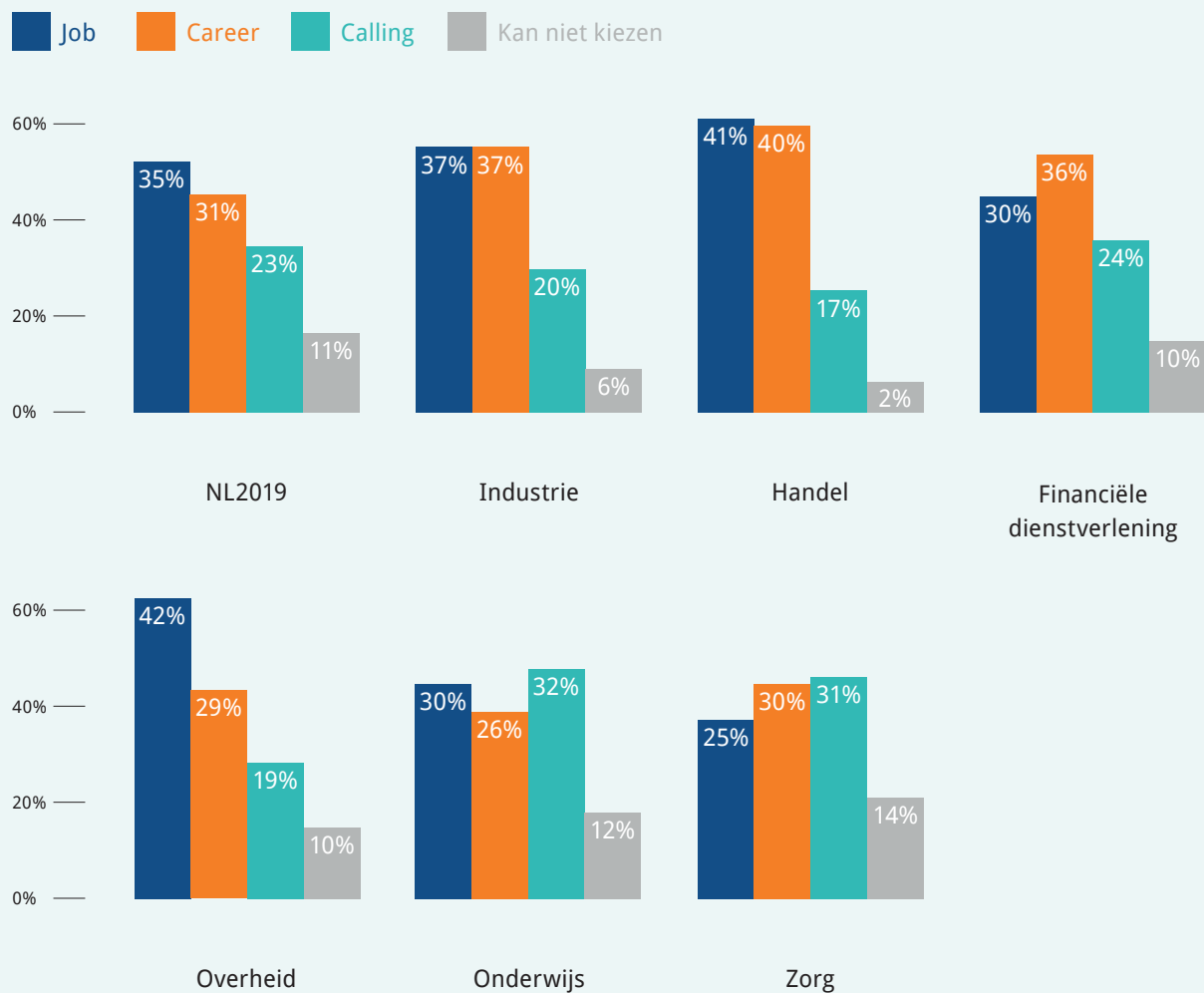
Van de ondervraagden zegt 11% geen keuze te kunnen maken uit deze mogelijkheden.

Verdeling naar sector

Als we per sector kijken, dan valt het volgende op:

- Binnen de sector overheid zien we het hoogste aandeel van mensen die hun baan als Job zien.
- Binnen de sector handel zien we het hoogste aandeel van mensen die hun werk als Career beschouwen.
- In het onderwijs en de zorg zien we het hoogste aandeel van mensen die hun werk als Calling zien.
- Calling is nergens de unieke dominante basishouding, ook niet binnen de sectoren onderwijs en zorg.

Verdeling naar sector



Verdeling naar functie

Ook de verdeling naar functie – medewerker, manager of directie/senior managers – laat verschillen zien. Onder medewerkers is de groep die hun werk als roeping ziet in de minderheid. Bij de managers vormt Career duidelijk de grootste groep (41%); bij directie/senior managers is dit Calling (43%).

Verdeling naar functie

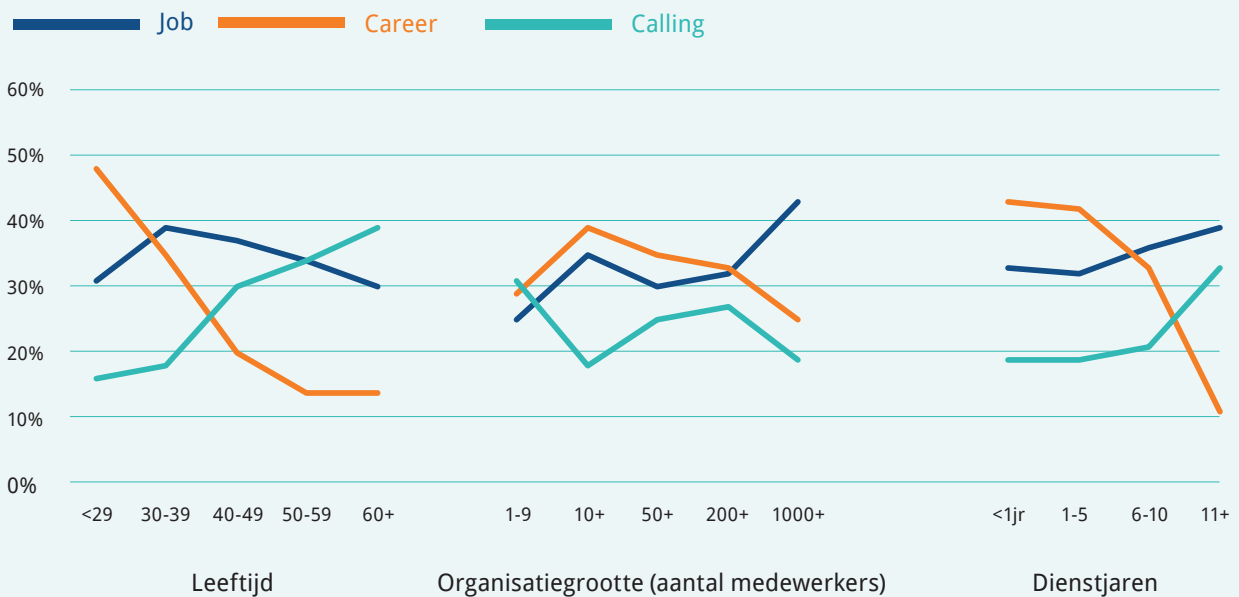
Per categorie het aandeel mensen dat hun werk als Job, Carreer of Calling ziet



Andere subgroepen

Ook keken we naar de werkoriëntaties binnen andere subgroepen: leeftijd, organisatiegrootte en het aantal jaren dat men werkzaam is bij de huidige werkgever (dienstjaren).

Andere subgroepen



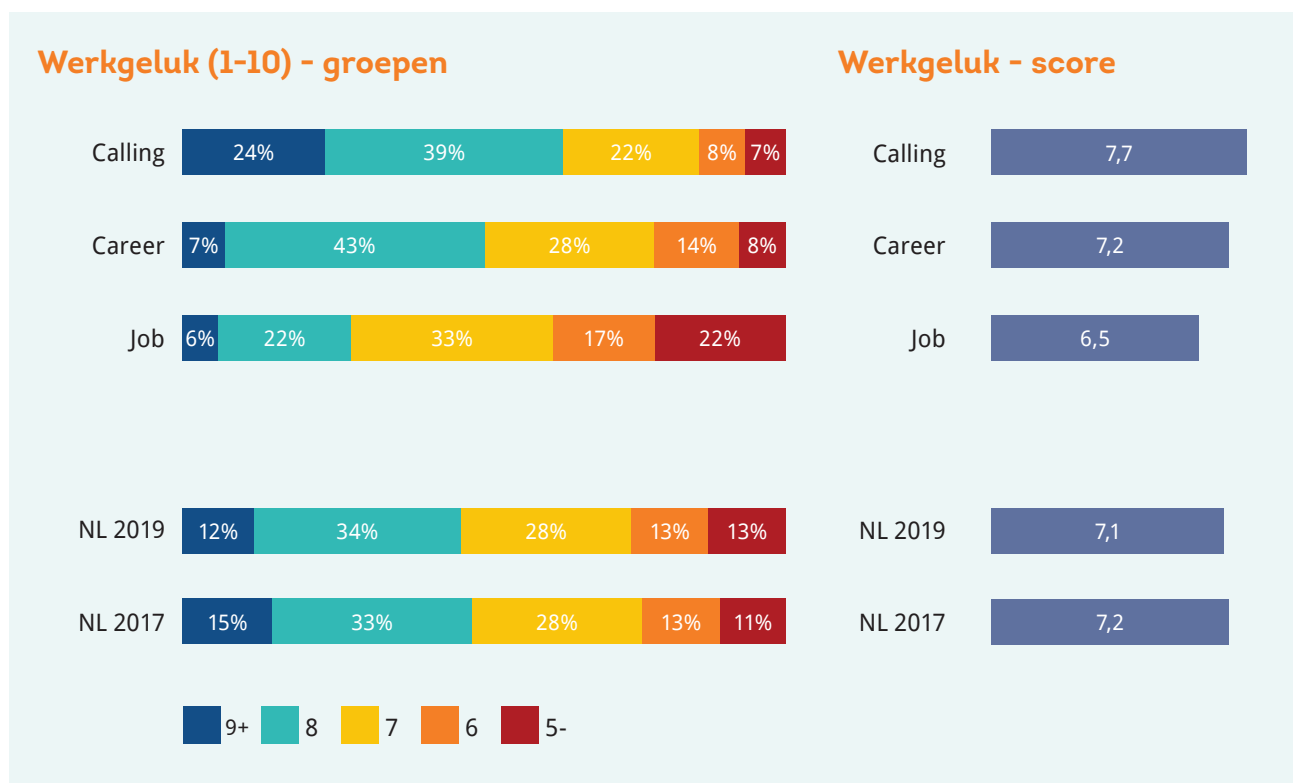
Mannen en vrouwen verschillen nauwelijks van elkaar, maar de verdeling van Job-Career-Calling naar leeftijd laat een interessant beeld zien. Het aandeel mensen dat hun werk als Job ziet, verandert nauwelijks met het ouder worden. Maar vanaf het veertigste levensjaar neemt het aandeel Calling fors toe en het aandeel Career fors af: zingeving komt met de jaren.

Verder zien we dat het aandeel Job stijgt naarmate organisaties groter zijn; in organisaties met 1000+ medewerkers is het zelfs de dominante werkoriëntatie. En ten slotte, de Career-oriëntatie neemt fors af naarmate men langer bij dezelfde organisatie in dienst is. Als je veel langdurige dienstverbanden hebt, lijkt het dus goed om jezelf de vraag te stellen hoe je ambitie in je organisatie vasthoudt.

Deel B: de relatie met werkgeluk

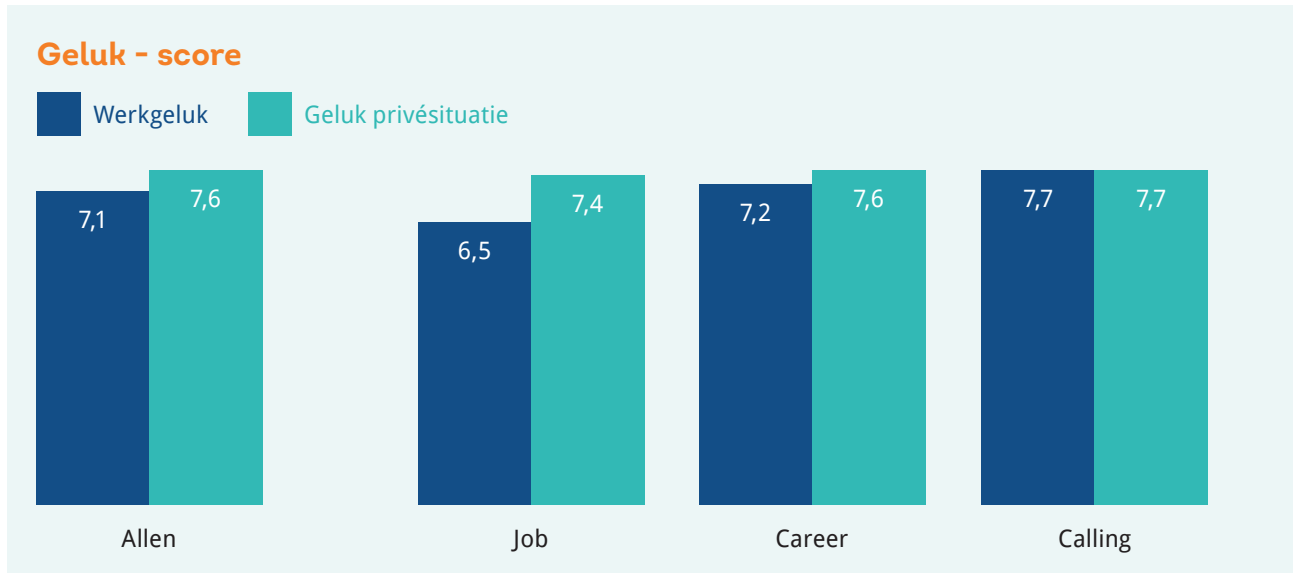
Dit onderzoek had onder meer als doel om inzicht te verkrijgen in de relatie tussen iemands werkoriëntatie en het werkgeluk. Deze relatie blijkt sterk. Zij die hun werk als roeping zien, ervaren meer geluk op het werk (score 7,7) dan zij die hun werk doen vanuit een ander perspectief. Medewerkers met het perspectief Job scoren significant lager. Van hen is een relatief groot deel juist echt ongelukkig (22% van deze groep geeft een score 5 of lager).

NL 2017 en NL 2019 geven de benchmarkscores op werkgeluk voor geheel Nederland.



Werkgeluk en geluk in de privésituatie

Over alle Nederlanders bezien geven we ons geluk op het werk een lagere score dan ons geluk in de privésituatie (7,1 versus 7,6). Alleen bij de groep met een werkoriëntatie Calling is dit niet geval, bij hen is er geen verschil tussen geluk thuis en op het werk; beide zijn hoog. Bij mensen die hun werk als Job zien, is het verschil tussen beide scores het grootst: zij voelen zich op hun werk evident minder gelukkig dan thuis.



De scores voor werkgeluk zijn vanuit dit onderzoek ook beschikbaar voor alle genoemde subgroepen (sectoren, leeftijdsgroepen, organisatiegrootten en de duur van het dienstverband). Binnen al deze groepen geven medewerkers met werkoriëntatie Job de laagste scores voor werkgeluk, en zij met werkoriëntatie Calling de hoogste. In deze whitepaper zoomen we hier niet verder op in.

Deel C: Welke andere verbanden zijn er?

Tijdens dit onderzoek naar de houding van Nederlanders ten aanzien van hun werk zijn ook andere onderwerpen aan de respondenten voorgelegd. Een aantal uitkomsten wordt hieronder toegelicht.

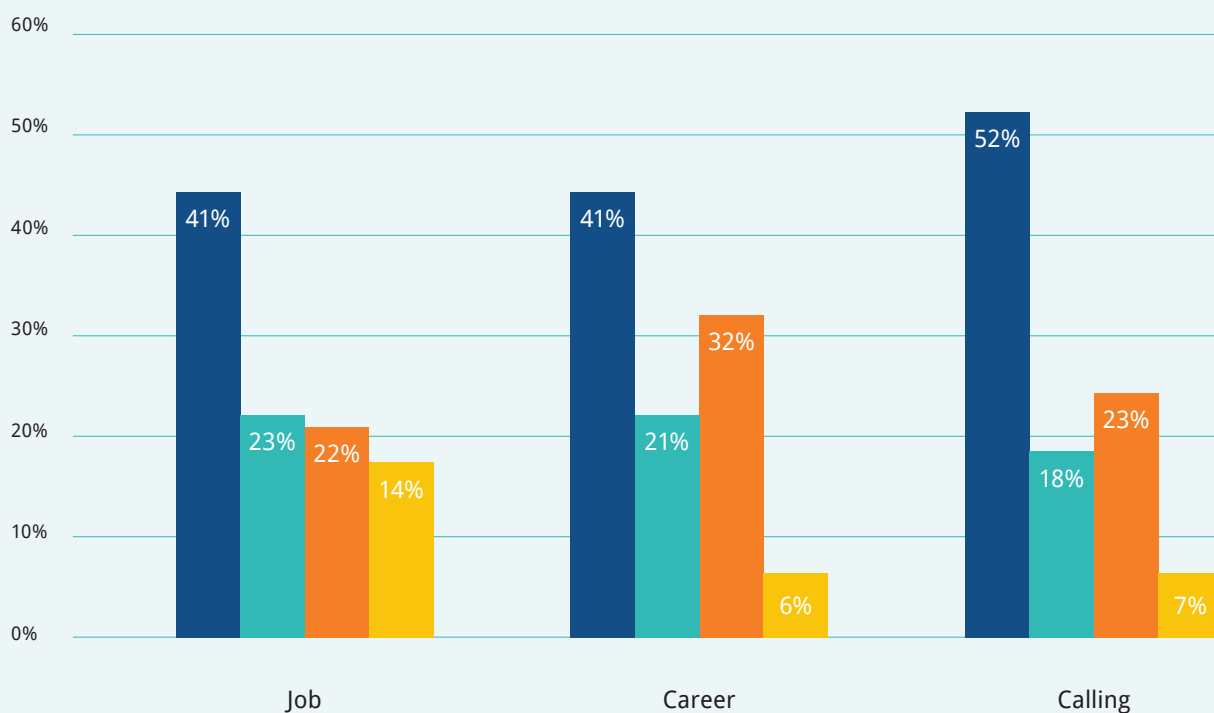
Relatie met ziekteverzuim

Is er een relatie tussen de manier waarop je naar je werk kijkt en ziekteverzuim? De gegevens die de respondenten in het kader van het onderzoek aanleverden, wijzen daarop. De groep met werkoriëntatie Calling is significant minder vaak absent wegens ziekte dan zij die een ander perspectief op hun werk hebben.

Het aangaan van het gesprek met mensen over hun werkoriëntatie en hen te helpen hier meer Calling in te ervaren, lijkt dus een goede strategie in het licht van verzuimreductie. We zeggen 'lijkt', want het betreft hier de eigen inschatting van respondenten. We zijn daarom voorzichtig met het interpreteren van deze uitkomst.

Verzuim wegens ziekte laatste 12 maanden (eigen opgave)

■ Geen verzuim ■ 1-2 dagen ■ 3-10 dagen ■ Langer dan 10 dagen

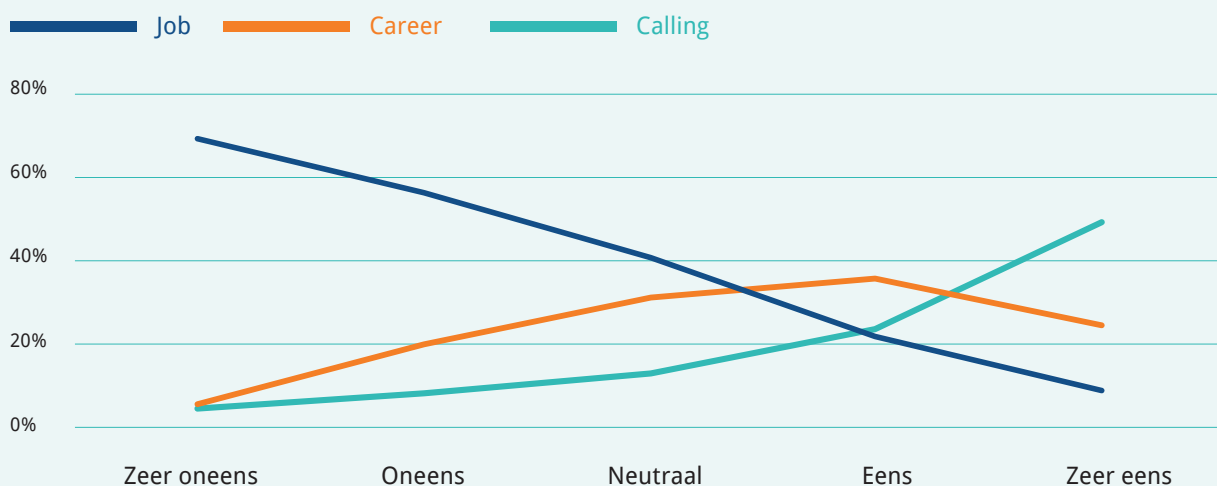


Relatie met trots op producten of dienstverlening

We hebben de respondenten gevraagd of ze trots zijn op de producten of dienstverlening van hun organisatie. Het verschil in antwoord tussen de mensen met een Job- of Calling-oriëntatie is aanzienlijk.

'Ik ben trots op onze producten en/of dienstverlening' - per subgroep

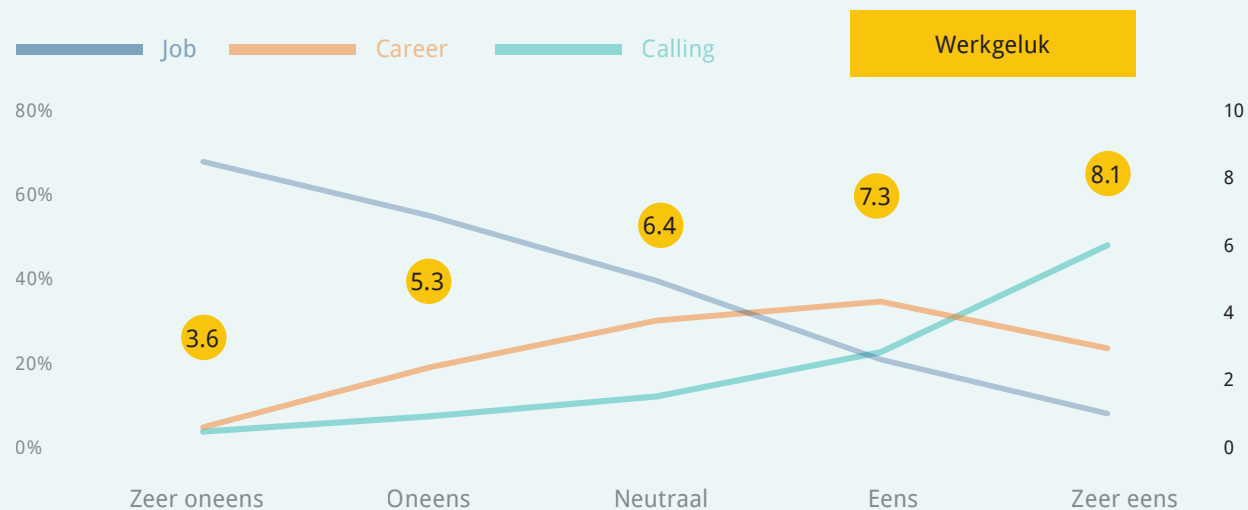
Antwoord 'Kan niet kiezen' wordt niet getoond



Er bestaat tevens een relatie tussen werkgeluk en de mate waarin medewerkers trots zijn op de producten en/of dienstverlening van hun werkgever. Medewerkers die niet trots zijn, hebben meestal een Job-oriëntatie en geven hun werkgeluk gemiddeld een 3,6. Zij die écht trots zijn ('zeer eens') komen vaak uit de groep Calling. Zij geven hun werkgeluk een 8,1.

'Ik ben trots op onze producten en/of dienstverlening' - per subgroep

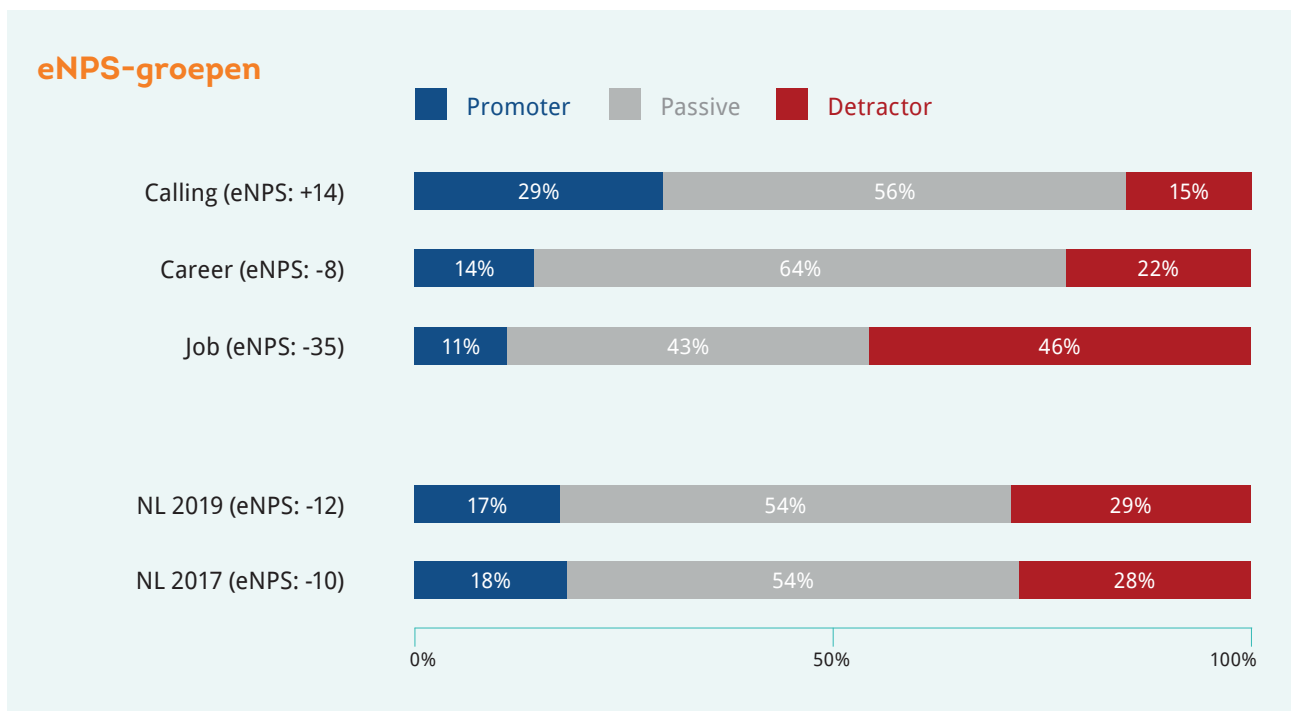
Antwoord 'Kan niet kiezen' wordt niet getoond



Relatie met het al dan niet aanbevelen van de organisatie

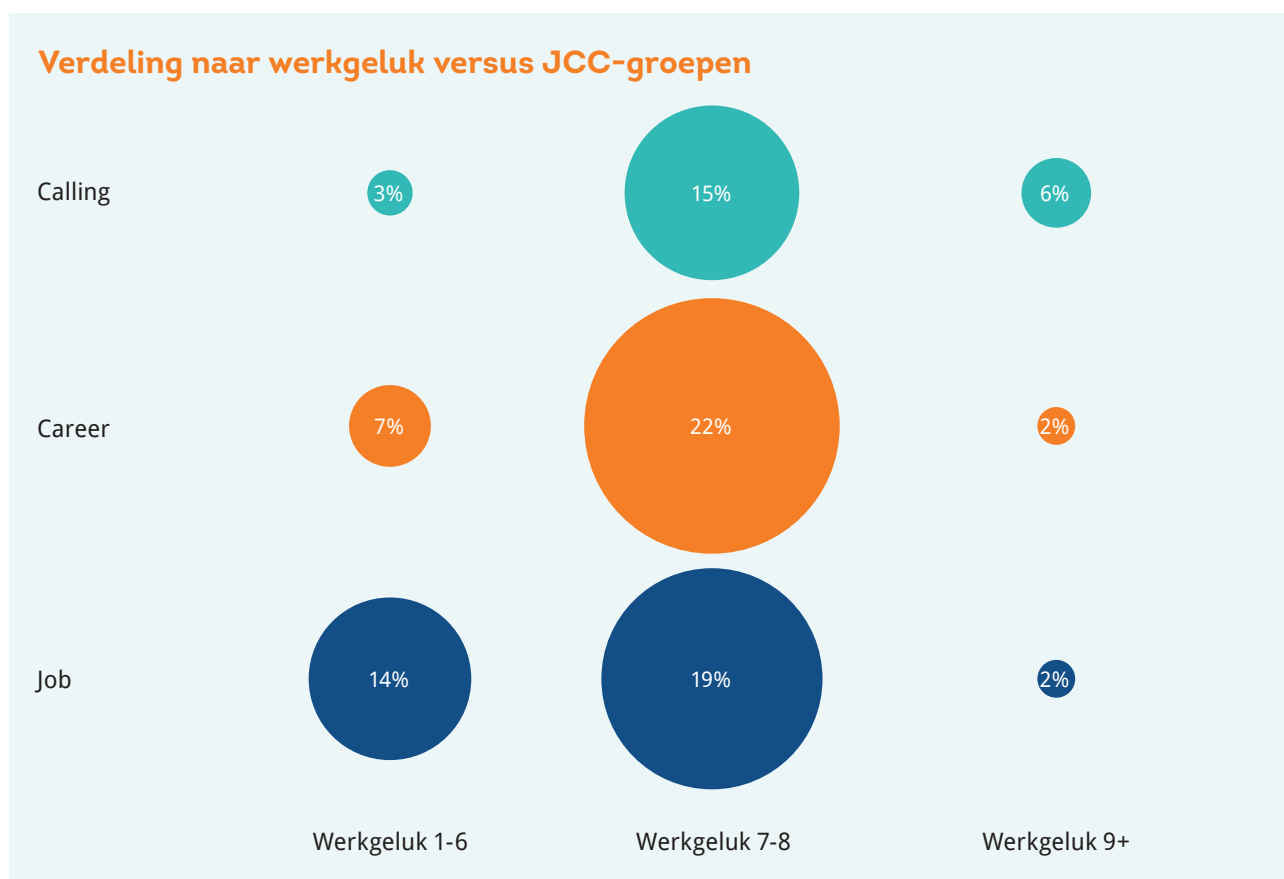
De mate waarin medewerkers de organisatie aanbevelen is een indicator voor de recruitmentkracht van de organisatie. Op basis van de aanbevelingsvraag (0-10) is iemand een *detractor* (score 0-6), een *passive* (score 7-8) of een *promoter* (score 9-10). Het verschil in groepsgrootte tussen promoters en detractors (het percentage promoters minus het percentage detractors) is de *employee Net Promoter Score* (eNPS).

De gemiddelde eNPS in Nederland is in dit onderzoek -12. Twee jaar geleden was dat -10. Dat komt overeen met het gemiddelde in West-Europa. Calling is de enige groep met een positieve score en dus met écht enthousiasme om de organisatie aan te bevelen.



3. Strategieën voor meer werkgeluk

De missie van het HappinessBureau is om werkgeluk de norm te maken, in organisaties in Nederland én daarbuiten. Dit onderzoek naar Job-Career-Calling heeft onder meer als doel om strategieën te vinden die het werkgeluk vergroten. We hebben daartoe de groepen Job, Career en Calling afgezet tegen drie groepen werkgeluk. De verdeling van alle Nederlandse werknemers (met uitzondering van de 11% die aangeeft geen van de drie profielen te kunnen kiezen) zie je in de grafiek hieronder. Bijvoorbeeld: het bolletje links onderin de grafiek illustreert dat 14% van de medewerkers een Job-oriëntatie heeft én een 6 of lager scoort op werkgeluk.



Als je werkgeluk wilt vergroten, moet je medewerkers meer 'naar rechts' in dit schema zien te krijgen. De meeste 'winst' is te behalen bij de groep links onderin, want deze ervaart overduidelijk het minste werkgeluk. Vanuit onze benchmark weten we dat deze groep:

- voornamelijk bestaat uit medewerkers, nauwelijks uit (senior-)managers
- relatief veel mensen kent met een part-time dienstverband van 3 tot 4 dagen per week
- gemiddeld een 4,9 scoort op werkgeluk
- hun werkgever niet of nauwelijks aanbeveelt (eNPS score is -78)
- weinig trots is op de producten en dienstverlening van hun organisatie
- vaak langdurig verzuim kent (20% is 11 of meer dagen per jaar ziek)

Het HappinessBureau heeft een aanpak ontwikkeld voor meer werkgeluk, met als doel medewerkers met (voornamelijk) een Job-oriëntatie meer richting Career, Calling of meer werkgeluk te laten bewegen. Wil je hier meer over weten? Neem dan contact met ons op.

Samengevat

Of medewerkers hun werk zien als Job, Career of Calling heeft een sterke relatie met hun werkgeluk. Uitzonderingen daargelaten, zijn medewerkers die hun werk primair als roeping ervaren gelukkiger dan zij die focus hebben op carrière. Die zijn op hun beurt weer gelukkiger dan medewerkers die hun werk als Job zien.

Dit onderzoek toont de kracht van deze relatie, en biedt tevens inzicht in de samenhang met zaken als ziekteverzuim, de mate waarin medewerkers trots zijn op producten en/of diensten, en de bereidheid om de organisatie aan te bevelen.

De combinatie van werkoriëntatie en werkgeluk – zoals weergegeven in de negen bolletjes op pagina 12 – biedt ons inziens een praktisch raamwerk om mee aan de slag te gaan. Enerzijds kun je de groepen in kaart brengen met een survey en kijken wat de verschillende groepen bezighoudt. Anderzijds biedt dit raamwerk een mooie leidraad voor het persoonlijke gesprek met mensen. Denk dan aan vragen als: Waar zit jij? Ben je tevreden over waar je zit? Wat hindert je of wat kan beter? Wat heb je nodig om beweging mogelijk te maken?

Het HappinessBureau gaat hiermee in organisaties aan de slag. En hopelijk jij ook in jouw organisatie!

December 2019

Wil je reageren of je eigen ervaringen met ons delen, neem dan contact op met het HappinessBureau via info@HappinessBureau.nl.