

JASPER SCHOLTEN

**HET
MILLENNIAL
MYSTERIE**

**JONG, KANSRIJK,
GEDREVEN EN TOCH
NIET TEVREDEN**



UITGEVERIJ LUCHT BV, HILVERSUM

Jasper onderzoekt gelukkig presteren en schrijft erover vanuit zijn eigen beleving en reflectie. Dat maakt het boek sterk en authentiek. Het overgrote deel van de jongste werkende generatie (Y of millennials, 1985-2000) werkt in flink vergrijzende organisaties. Daar raken veel van deze junioren verstrikt in verouderde cultuurtrekken. Dat neemt werkenergie, frisheid en geluksbeleving weg. Steun in het hervinden van hun eigen zinnige weg kunnen ze goed gebruiken. Dit boek draagt daaraan bij. Ook zeer geschikt voor ervaren collega's die deze jongeren willen coachen.

Aart Bontekoning, generatie-expert en partner in Generatiewerk.

De millennials, geboren in een tijd waarin alles mogelijk is en waarin er van alles te kiezen valt. Toch zorgt dit unicum voor een bepaalde druk op millennials. Hoe ga je met deze druk om? Als je geen antwoord hebt op die vraag maar wel leeft naar de overtuigingen die je ingegeven worden door je omgeving en die verwacht dat je 'meedoet', luister je misschien naar de verkeerde raadgever. Er kan een onbestemd gevoel aan je blijven knagen. 'Tets' klopt er niet. Er zijn dan twee dingen die je kunt doen. Je kunt besluiten om dat gevoel te negeren. Of je kunt dat onbestemde gevoel omarmen, onderzoeken en je kunt de antwoorden die dat zelfonderzoek oplevert serieus nemen.

Als je kiest voor het laatste, dan rest je nog maar een ding te doen: je hart volgen en springen. Spijt zul je niet krijgen! Dat bewijst ook het verhaal van Jasper. Zijn boek bevat lessen die niet alleen bestemd zijn voor millennials, maar ook gelden voor andere generaties. Hij geeft verklaringen en illustreert zijn zelfonderzoek met sprekende voorbeelden uit het echte leven en werpt daarbij vragen op die voor iedereen belangrijk zijn. Waardevoller nog, hij geeft antwoorden die voor de meesten van ons verassend zijn.

Baptist de Pape, bestseller auteur & producer The Power of the Heart.

Voorwoord 9

Introductie 15

Deel 1 De millennials

Inleiding 27

1 Wat is een generatie? 28

2 Generaties in Nederland 34

3 De millennials 47

4 De spanningsvelden van millennials 67

Deel 2 De onderliggende oorzaken

5 Het leven van drie millennials:

Jan-Willem, Fleur en Yuri 75

6 Wat willen we echt? 88

7 Te veel informatieprikkels 105

8 Te veel keuzemogelijkheden 118

9 De ander of ik? 123

Deel 3 Wat kunnen we doen?

Lang geleden 143

10 Een gelukkiger leven 146

11 Yuri 155

12 Fleur 167

13 Jan-Willem 190

Dankwoord 211

Bronnenlijst en aanbevolen literatuur 215

De millennials

Inleiding

‘Jeetje Jappie, hebben we weer een nieuw hokje gevonden waar we mensen in kunnen stoppen?’ was de reactie van een vriend toen ik hem vertelde over mijn plan om een boek te schrijven over mijn generatie, mensen die tussen 1985 en 2000 geboren zijn, de millennials. Tja, daar had hij wel een punt. We zijn als samenleving goed om mensen in hokjes te stoppen aan de hand van hun kenmerken. Heel sec gezien is het groeperen van mensen in generaties een vorm van discriminatie. Er wordt immers onderscheid gemaakt tussen mensen op basis van leeftijd.

Ik heb dit boek natuurlijk niet geschreven om te discrimineren. Integendeel, mijn doel is om meer begrip en samenhang te creëren door het gedrag, de worstelingen en behoeften van een grote groep mensen te beschrijven. Voordat ik de worstelingen van mijn generatie en potentiële oplossingen beschrijf is het belangrijk om eerst helderheid te krijgen wie deze millennials nu zijn. Hier gaat het eerste deel van het boek over. Ik leg eerst uit wat een generatie is. Vervolgens beschrijf ik welke generaties er zijn. Ten slotte ga ik dieper in op de kenmerken van deze bijzondere groep mensen op een top-downwijze.

1

Wat is een generatie?

Opvoeden is een nieuwe generatie proberen te vullen met de eigen vooroordelen.

SIMON CARMIGGELT, NEDERLANDS SCHRIJVER

‘Twee millennials (22 en 23) op scooter beroven babyboomer (71) van tasje’ of ‘Een Z’er (15) op zoek naar Pokémons is gearresteerd op landingsbaan Schiphol’. De kans is klein dat je deze krantenkoppen snel zult tegenkomen. Het gebruik van zulke generatietermen in de Nederlandse taal is nog niet echt ingeburgerd.

Toch is generatie een breed en veelgebruikt begrip. Helemaal in deze tijd zie je het woord generatie vaker terugkomen. Dat heeft alles te maken met de arbeidsmarkt. In het tijdsbestek 2015–2018 vindt er

een grote generatiewissel plaats op de werkvloer. Een grote pensioenwind waait pensionado’s terug naar hun hypotheekvrije woning waar ze van hun welverdiende oude dag kunnen genieten. Het gevolg is dat zij veel lege posities achterlaten die voor een flinke stoelendans zorgen. De leiderschapsposities die de afgelopen jaren zijn bezet door de pensionerende generatie worden overgenomen door mensen uit de generatie onder hen. De posities van deze jongere generatie worden op hun beurt weer overgenomen door de generatie daaronder, net zolang totdat iedereen weer een plekje heeft gevonden. Maar we dwalen af, wat is nu precies een generatie?

Wanneer je het orakel van Mountain View (hoofdkwartier van Google) raadpleegt over generaties, dan word je doorverwezen naar de wetenschap van biologie, genealogie, sociologie en technologie.

De gemene deler van het woord generatie in deze disciplines is dat het wordt gebruikt als tijdsindicatie om een bepaalde groep binnen een groter geheel aan te duiden. Voorbeelden zijn een iPhone 7 binnen de smartphonereeks van Apple en een foto van opa en oma met hun kinderen en kleinkinderen.

Waar soms onduidelijkheid over bestaat is wanneer kleinkinderen zelf kinderen krijgen. Worden ze dan de volgende generatie of blijven ze van dezelfde generatie? Het antwoord is dezelfde. Er komt simpelweg een nieuwe generatie bij.

In dit boek verwijzen generaties en in het bijzonder de millennials naar groepen mensen. Generatie zal ik dus

2 Generaties in Nederland

Soms valt het een generatie toe om groots te zijn. Jullie kunnen die generatie zijn.

NELSON MANDELA, VOORMALIG PRESIDENT VAN ZUID-AFRIKA

Aart heeft zeven generaties gecategoriseerd die anno 2017 in Nederland bestaan:⁴

Generatie	Geboortejaar	Hoofdkenmerken
Vooroorlogse generatie	< 1925	Niet bekend, weinig onderzoek naar gedaan
Stille generatie	1925 – 1940	Gedragen zich zoals het hoort
Protestgeneratie (babyboomers)	1940 – 1955	Idealisten, gedreven democratiseerders

Generatie X	1955 – 1970	Nuchtere verbinders, realistisch, oog voor risico's
Pragmatische generatie	1970 – 1985	Pragmatisch, bouwers van kennisnetwerken, persoonlijke ontwikkeling, doelgericht
Generatie Y (millennials)	1985 – 2000	Authenticiteit, streven naar geluk, ambitieus, weten niet goed wat ze willen
Generatie Z	2000 – 2015	Digital natives, ondernemend en optimistisch

In dit overzicht valt direct een aantal zaken op. Ten eerste wordt er onderscheid gemaakt tussen verschillende generaties. Iedere generatie heeft haar eigen benaming. Hoe of door wie wordt dit bepaald? Waarom gebruiken we het woord millennials en in mindere mate generatie Y? Ten tweede zijn de generaties per vijftien jaar gecategoriseerd. Waarom specifiek vijftien jaar? Ten derde heeft iedere generatie andere kenmerken. Hoe ontstaan deze kenmerken? En zijn deze kenmerken de bril van de generatie? En als vierde, waarom is er een generatie tussen X en Y gezet? Enige ironie zit wel in de naam. Het is niet erg pragmatisch om een generatie tussen X en Y te zetten. Of wel?

verschillende benamingen en jaartallen aan generaties worden gekoppeld. Howe en Strauss hanteren bijvoorbeeld deze verdeling:

- Baby Boom Generation (1943-1960)
- Generation X (1961-1981)
- Millennials / Generation Y (1982-2004)
- Homeland Generation (2005-2025)

Dit overzicht geeft ook een verklaring waarom we het over millennials hebben en in mindere mate over generatie Y. Het internet wordt gedomineerd door Engelstalige onderzoeken en artikelen. Verschillende benamingen voor een generatie hanteren kan verwarrend zijn. In Nederland zie je waarschijnlijk daarom steeds meer het woord millennials terugkomen. Vanwege die herkenbaarheid en toepasbaarheid heb ik gekozen om de naam millennials te gebruiken. Ik had net zo goed generatie Y kunnen gebruiken, want ze verwijzen in grote lijnen naar dezelfde groep mensen. Alleen hebben Aart, Howe en Strauss andere geboortejaren aan deze groep toegekend. Dit brengt ons bij de volgende vraag.

Vraag 2: Waarom zijn generaties per 15 jaar gekaderd?

Generaties worden door Aart en Becker per 15 jaar gekaderd. We hebben inmiddels gezien dat de Amerikanen Howe en Strauss de generaties om en nabij de 20 jaar kaderen. Waarom kiezen Aart en Becker toch specifiek voor een kader van 15 jaar?

Dat heeft te maken met een cultureel verschil. Beide partijen zeggen dat generaties na 15 of 20 jaar veranderen omdat de groep overgaat naar een nieuwe levensfase. In Amerika stellen ze dat een levensfase wat langer duurt en zijn er minder levensfasen in vergelijking met de Nederlandse standaard. In Nederland kennen we de volgende levensfasen:⁶

Levensfase	Leeftijd	Belangrijke levensvragen
Kind	0-15	Waar kan ik spelen, wat vind ik leuk in de wereld?
Adolescent	15-30	Wat wil ik leren en wat wil ik gaan doen in het (werkende) leven?
Volwassen	30-45	Is dit alles? Waarop kan ik nog meer invloed krijgen?
Leider	45-60	Waarop kan en wil ik invloed uitoefenen?
Senior	60-75	Hoe kan ik nog zinvol actief blijven en wat kan ik overdragen op de jonge generaties?
Bejaard	75-90	Hoe kan ik nog lang en gezond blijven genieten?
Late ouderdom	90+	Niet bekend

3

De millennials

Tweet others the way you want to be tweeted.

GERMANY KENT, AUTEUR

In Nederland zijn er ruim drie miljoen mensen die tot de millennials behoren. Wat zijn de kenmerken van die groep Nederlanders die op festivals staan, zich vol eten met avocado's en iedere dag berichten liken op social media? Academici, marktonderzoekbureaus, managers, zij willen het allemaal weten want millennials zijn voor veel organisaties een belangrijke doelgroep. Zij willen weten wat hen triggert, hoe ze hen kunnen motiveren, wat hun idealen zijn en waar ze tegenaan lopen. Millennials zijn hot!

Wat mij opviel toen ik academische en marktonderzoeken las, is dat de Nederlandse millennials weinig lijken te verschillen met de millennials uit andere westerse landen. Veel millennials in de westerse wereld ervaren stress en hebben nagenoeg dezelfde kenmerken.

De overeenkomstige kenmerken van millennials zijn:

- Op zoek naar zingeving en geluk
- Gericht op kortetermijngeluk
- Authentiek
- Prestatiegericht
- Saamhorig
- Twijfelaars

Toen ik deze kenmerken voor het eerst las, kwam er direct een aantal vragen bij mij op:

- Hoe komt het dat veel millennials juist deze kenmerken hebben?
- Waarom wringen deze kenmerken soms zo met de maatschappij?
- Is er een link tussen de kenmerken en het groeiend aantal burn-outs, depressies en zelfdodingen in deze groep?

Laten we met de eerste vraag beginnen: hoe zijn deze typische millennial-kenmerken ontstaan?

In het vorige hoofdstuk heb je gelezen dat de kenmerken van generaties ontstaan door opvoeding en de ervaring in de maatschappij. De wisselwerking tussen beide aspecten zorgt ervoor dat iedere generatie haar eigen kenmerken heeft. Het volgende overzicht geeft meer helderheid waarom millennials de eerdergenoemde kenmerken hebben.

	Generatie X	Millennials
Opvoeding	Gedrag zoals het hoort Zekerheid en veiligheid zijn geen gegeven Hard werken loont	Harmonie Stabiliteit Gelijkwaardigheid Hard werken loont
Ervaring	Koude Oorlog Oliecrisis Immigratie	Consumptie- en prestatie- maatschappij Kansen en keuzemogelijkheden Globalisatie Kredietcrisis
Generatiebril	Harmonie Zekerheid is belangrijk/risicomijdend Gelijkwaardigheid Hard werken loont	Geluk is hoogste goed Samen in een betere wereld Kansen voor iedereen/twijfelen Prestatiedrang

Ik zet X'ers en millennials tegenover elkaar omdat X'ers in de meeste gevallen de ouders van millennials zijn. De meeste ouders zitten, volgens het generatie-overzicht van Aart en Becker, twee generaties boven de generatie van hun kinderen.

Wij zijn dus opgevoed met de generatiebril van X'ers. Als je kijkt naar de tabel dan zie je dat de rij 'opvoeding'

bij millennials dezelfde begrippen heeft als de rij 'generatiebril' bij generatie X. De generatiebril van X kan gezien worden als de paplepel van de millennials.

Ondanks de paplepel hebben we niet dezelfde bril als onze ouders. Dat heeft te maken met het feit dat wij de wereld anders hebben ervaren. Zoals beschreven hebben wij weinig ervaringen gehad die wijzen op een onzekere en volatiele wereld. Geopolitieke spanningen zijn sinds de val van de Berlijnse muur in 1989 nagenoeg weg in Nederland. De internetbubbel die eind jaren negentig klapte kwam voor de meeste van ons nog te vroeg om er echt door geraakt te worden. Het eerste besef voor millennials dat veiligheid en zekerheid niet vanzelfsprekend zijn, kwam door 9/11 en de opeenvolgende politieke 'war on terror'-agenda. De gebeurtenis die millennials nog het meest zal hebben beïnvloed in het besef van veiligheid en zekerheid is de kredietcrisis van 2008. Door de kredietcrisis zijn er flink wat millennials tussen wal en schip gevallen op de arbeidsmarkt. Tussen 2008 en 2012 waren ineens veel minder startposities beschikbaar. Ongeveer een derde van de millennials heeft deze krapte op de arbeidsmarkt gemerkt. De rest is de arbeidsmarkt op gegaan in een tijd dat de economie weer aantrok. De gemiddelde millennial zal dus niet de sterke overtuiging hebben dat zekerheid en veiligheid niet vanzelfsprekend zijn.

Dit is een kort stukje dat illustreert waarom wij niet dezelfde bril hebben als onze ouders. Wat is er verder nog gebeurd dat we heel andere kenmerken dan onze ouders hebben? Laten we dat per millennial-kenmerk bekijken.

6

Wat willen we echt?

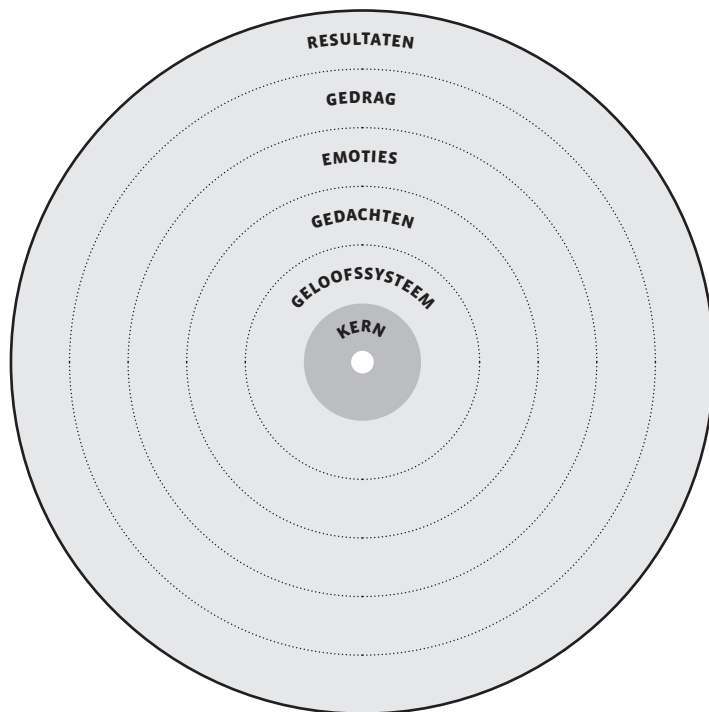
De moderne mens leeft met de illusie dat hij weet wat hij wil, terwijl hij eigenlijk wil wat hij wordt verondersteld te willen.

ERICH FROMM, DUIJS-AMERIKAANS FILOSOOF EN PSYCHOLOOG

‘Wat wil je, Jasper?’ was de vraag die mijn manager op maandagochtend stelde om mijn motivatie te peilen. Ik had twee mogelijkheden: bij mijn werkgever blijven en mijn huidige leven leiden of ontslag nemen en een heel ander leven tegemoet gaan. Allerlei gedachten schoten door mijn hoofd. Ik zag beelden van de gezellige borrels met collega’s, een te koop-bord aan de gevel van mijn appartement en ik zag zelfs een brug waar ik met een slaapzak onder lag. De dagen na die vraag stelde ik mezelf dezelfde vraag: ‘Ja Jasper, wat wil je eigenlijk?’

In deel 1 heb je gelezen dat een gemiddelde millennial vol tegenstrijdigheden zit. Een voorbeeld van zo’n tegenstrijdigheid is dat een gemiddelde millennial heel veel wil, maar tegelijkertijd niet goed weet wat ie nu precies wil. Dat kan voor de nodige frustraties zorgen. De frustratie zien we langzaam ontstaan bij Jan-Willem. Hij worstelt overduidelijk met de vraag ‘wat ik wil ik?’. Hij heeft lang gedacht dat hij bij een groot bedrijf wilde werken, internationaal carrière wilde maken en een leven vol luxe en aanzien wilde hebben. Nu de eerste onderdelen van dit plaatje gerealiseerd zijn komt hij erachter dat dit niet het leven is dat hij het liefst wil leiden. Hoe dat leven er dan wel uit zou zien, weet hij nog niet.

Wat mij in mijn onderzoek opviel is dat veel millennials dezelfde soort verwachtingen en wensen als Jan-Willem lijken te hebben. Ik noem deze wensen en verwachtingen de Polderdroom; de American Dream van de polder. Hoewel de details van de Polderdroom per individu verschillend zijn, zijn veel genoemde onderdelen van de Polderdroom: aanzien, een leuke relatie, geld, uitdagend werk, waardering, drie keer per jaar op vakantie en veel vrije tijd. Als je het van een afstand bekijkt dan is het geen heel reële bestemming om te bereiken. Toch lijkt menig millennial zich hier weinig van aan te trekken. De vraag is waarom dat zo is. Misschien is nog wel een belangrijkere vraag: hoe komt het dat zoveel millennials dit succesplaatje nastreven? Is dit het leven wat iedereen ook echt wil leven? Of zijn wij gedurende ons leven ervan overtuigd geraakt dat we dit plaatje willen en dat dit een haalbare bestemming is?



Het Kernmodel

Het Kernmodel vind ik een prettige weergave die goed illustreert waarom zaken als carrière, status en succes voorbeelden zijn van wat we denken te willen. Ik noem dit model het Kernmodel, maar het model bestaat in vele varianten en onder verschillende namen. Het model wordt onder andere gebruikt in de cognitieve gedragstherapie, door persoonlijk leiderschapmeesters als Tony Robbins en Wayne Dyer en in de methodiek van Neurolinguïstisch Programmeren (NLP). Dit model wordt voor verschillende doeleinden gebruikt. Een van de doeleinden is een verklaring te geven voor het menselijk gedrag. Het geeft inzichten in waarom we doen wat we doen en wat de oorzaak is van resultaten in ons leven.

Ik deel het model voor het gemak in tweeën. Het eerste deel is het binnenste gedeelte, de kern. Het tweede deel bestaat uit de lagen om de kern heen.

De kern

De kern symboliseert het unieke wezen dat wij allemaal zijn. Het is het stuk dat aangeboren is. In het Engels noemen we dit *nature*. De kern zouden we kunnen zien als de blauwdruk die ligt in het krijsende pasgeboren baby'tje dat wij ooit waren. In onze blauwdruk zitten al onze talenten, passies, behoeften en geweten verstopt, aldus Stephen Covey.¹⁸ Ik gebruik trouwens het woord 'kern'. Je zou ook andere benamingen kunnen gebruiken zoals innerlijk kind, hart of ziel; de essentie is hetzelfde.