



To be connected or not to be

Een nieuwe generatie professionals dient zich aan in de bedrijfswereld: Generatie Y. Ze zijn de eerste generatie die is opgegroeid en opgeleid in een wereld waarin internet alomtegenwoordig is en ze verwachten diezelfde connectiviteit ook op de werkvloer: ze willen hun favoriete toestellen waar en wanneer ook kunnen gebruiken. Nu werken twee generaties zij aan zij: digitale autochtonen en digitale immigranten. Het is nog maar de vraag of het mogelijk is om hen, op kantoor of de productievloer, op dezelfde golflengte te krijgen.

Vrolijk kerstfeest, mevr. de CIO!

Wie behoort tot Generatie Y, ook wel de Net Generatie of de Millennials genoemd, heeft er een grote behoefte aan om in contact te staan met anderen en sociaal bezig te zijn. Smartphones en andere mobiele toestellen helpen hen daarbij. De activiteiten die deze toestellen mogelijk maken, zijn duidelijk belangrijker voor een Generatie Y-er dan de technologie die erachter schuilgaat. Een Millennial gebruikt technologie om personalisatie, gemak en samenwerkingⁱ te bevorderen, maar tegelijkertijd plaatst hij, in een educatieve context, persoonlijk contact op de eerste of tweede plaats.ⁱⁱ



“Het ‘Federated Mission Networking’ project is een groot project dat voor de komende jaren bepalend wordt voor de manier waarop men zich op het NAVO-netwerk kan aanmelden en informatie kan gebruiken. Apps zijn hierin belangrijk en worden nu al gebruikt in oorlogscontext. Vele soldaten zijn van de Y-generatie en gebruiken graag dit soort apparaten.”

ir. Johan Schrooyen, Informatie-ingenieur, Permanente Belgische Vertegenwoordiging bij de NAVO

Dit is de persoonlijke mening van de geïnterviewde. Ze weerspiegelt niet noodzakelijk het standpunt van de organisatie die hij vertegenwoordigt.



Sarah Callens, trainer & consultant, Frajlick Campus

Privé zijn Generatie Y-ers zware gebruikers van sociale netwerken en virtuele gemeenschappen. Flickr, Orkut, Facebook, Foursquare en vele andere platformen bieden tal van mogelijkheden tot sociale interactie.

Tijdens hun studies gebruikten ze internet om snel en makkelijk toegang te krijgen tot een waaier aan informatiebronnen – de ene al betrouwbaarder dan de andere en sommige wel heel betwifelbaar. Generatie Y-ers staan niet stil bij de technologie die erachter schuilgaat, maar hebben een welomlijnd idee van het type applicatie dat

ze nodig hebben om hun doel te bereiken. Ze gebruikten het wereldwijde web voor hun research voor school (94%) en 78% van hen gelooft dat ze er baat bij hadden in hun schoolopdrachten.ⁱⁱⁱ

Onderzoek toont aan dat de generatie die opgroeide met computers op een andere manier informatie verzamelt en verwerkt dan de vorige generaties. Ze verschillen ook op andere gebieden van de vorige generaties^{iv}:

- Het vermogen om visuele beelden te interpreteren – visueel communiceren doen ze intuïtief

ⁱ Diana Oblinger & James Oblinger, “Is it Age or IT: First Steps toward Understanding the Net Generation”, www.educause.edu

ⁱⁱ Diana Oblinger, Op. Cit.

ⁱⁱⁱ Amanda Lenhart, Maya Simon, and Mike Graziano, “The Internet and Education: Findings of the Pew Internet & American Life Project” (Washington, D.C.: Pew Internet & American Life Project, September 2001), http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Schools_Report.pdf, mentioned in Diana Oblinger, Op. Cit.

^{iv} Marc Prensky, “Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do They Really Think Differently?” “On the Horizon”, vol. 9, no. 6 (December 2001), pp. 15–24; available from <http://www.marcprensky.com/writing/>, mentioned in Diana Oblinger, Op. Cit.

- Visueel-ruimtelijk inzicht - ze kunnen, mogelijk dankzij hun ervaring met games, het virtuele en fysieke integreren
- Inductief ondervinden - ze leren beter door ondervinding dan door instructie
- Gerichte aandacht - ze kunnen hun aandacht snel overschakelen van de ene naar de andere taak en kunnen er bewust voor kiezen om geen aandacht te besteden aan zaken die hen niet interesseren
- Snelle reactietijd - ze zijn in staat snel te reageren en verwachten snelle reacties terug

De Net Generatie op het werk

De Net Generatie heeft haar eigen kenmerken en de bedrijfswereld zal hier rekening mee moeten houden als men uit deze groep het volle potentieel wil puren. Hierna volgen de eigenschappen die in een werkomgeving de grootste rol spelen.

Generatie Y is digitaal - haar leden gebruiken op een intuïtieve manier een heel gamma aan IT-toestellen en hebben geleerd om informatie samen te puzzelen op basis van uiteenlopende bronnen. Ze denken niet lineair en omdat ze zo goed vertrouwd zijn met het wereldwijde web vinden ze er relevante en betrouwbare informatie. Ze zijn zich er wel van bewust dat dit niet aan al hun informatiebehoeftes kan beantwoorden.

Omdat ze bijna altijd geconnecteerd zijn, hebben ze mobiele connectiviteit als een levensstijl aangenomen. Onderweg van huis naar school, van school naar sociale evenementen of van huis naar het werk blijven ze geconnecteerd. Hun mobiele toestellen (smartphone en tablet) zijn de spil van deze connectiviteit. Dat verklaart waarom ze zo snel reageren op boodschappen of informatie kunnen opvissen. Zo snel, dat precisie of correcte bewoording er vaak aan opgeofferd worden.

De meeste werknemers van de Y-generatie leren liever van generatiegenoten en uit praktische ervaring dan dat ze van iemand anders (meestal een digitale immigrant) te horen krijgen hoe ze iets moeten doen. Eén van de grootste

uitdagingen in ons hedendaags educatief systeem is de botsing tussen digitale immigranten (leraren) die digitale autochtonen vertellen hoe ze het best informatie verzamelen of leren.

Hun ervaring met activiteiten op het vlak van sociale interactie maakt dat Generatie Y-werknemers openstaan voor interactie met anderen, zelfs als ze de groepsleden niet persoonlijk kennen. Ze aanvaarden diversiteit en delen zonder aarzelen emotionele en persoonlijke informatie over zichzelf. Ze zien het ook als vanzelfsprekend om deel te nemen aan sociale aangelegenheden met een altruïstisch aspect, zoals acties voor het milieu of een veilige buurt. Ze geloven echt dat ze het verschil kunnen maken.

Uit een bevraging van 1.000 deelnemers door communicatiebureau Frajlick Campus^v in 2011 komen volgende belangrijke punten naar voor:

- Om problemen op te lossen doen Generatie Y-werknemers liever een beroep op collega's dan op managers.
- Slechts 22% van de leden van de Y-generatie hebben er geen probleem mee als de baas hen vraagt om over te werken, tegenover 40% van de babyboomers.
- Eén op twee werknemers van generatie Y ondervindt stress door een gebrek aan duidelijke richtlijnen op het werk.
- 53% van de werknemers uit de Y-generatie zijn tegen beperkingen op internet voor privégebruik op het werk, maar 47% maakt er geen punt van.
- Verschillende taken tegelijk beheren veroorzaakt aanzienlijk meer stress voor Generatie Y-werknemers dan voor de voorgaande generaties.
- Eén op drie werknemers uit Generatie Y ondervindt stress als hij een project alleen moet beheren.
- Het gebruik van nieuwe technologie stresseert Generatie Y-werknemers meer dan Generatie X-werknemers. Babyboomers ondervinden de meeste stress bij de introductie van nieuwe technologieën.
- Overuren maken in ruil voor extra vakantie spreekt Generatie Y-werknemers bij uitstek aan.



“Unify is belangrijk voor onze toekomstgerichte Unified Communications: vandaag beschikken secretariaten over een lijstje met telefoonnummers waarop ze een arts in de loop van de dag kunnen bereiken; we hopen dat snel te vereenvoudigen met een One Number aanpak.”

Pieter Van Delm en Tom Verhulst, Netwerkbeheerders, AZ Nikolaas

Dit is de persoonlijke mening van de geïnterviewden. Ze weerspiegelt niet noodzakelijk het standpunt van de organisatie die zij vertegenwoordigen.



“We volgen alle kanalen vrij actief op en het channel via Facebook wordt nauwgezet in de gaten gehouden. Het frissere imago dat hieruit ontstaat, lijkt vruchten af te werpen, want we groeien omdat we ook jongere klanten aantrekken. Intern is Unify een belangrijke driver om onze manier van communiceren te verjongen.”

Herman Willekens, Teamleader IS Operations, Mazda Motor Logistics Europe

Dit is de persoonlijke mening van de geïnterviewde. Ze weerspiegelt niet noodzakelijk het standpunt van de organisatie die hij vertegenwoordigt.



“De moderne communicatietools zorgen ervoor dat we geconnecteerd blijven. Wij willen zoveel mogelijk toegevoegde waarde creëren voor het kind met een beperking. Ook die kinderen zijn deel van de Generatie Y. Ze zijn echt mee met alle sociale media, ze zijn permanente gebruikers ervan. De laagdrempeligheid is vooral voor de ouders van belang.”

Carl Ide, Coördinator Dienst Informatica, Multifunctioneel Centrum Sint-Gregorius

Dit is de persoonlijke mening van de geïnterviewde. Ze weerspiegelt niet noodzakelijk het standpunt van de organisatie die hij vertegenwoordigt.



“De manier waarop we informatie delen, verandert snel. Alle generaties kunnen zich aanpassen. We hebben oudere medewerkers die zich de nieuwe media toe-eigenen en daardoor weer een aanspreekpunt worden voor jongere collega's en klanten.”

Ann Demey, Manager Infrastructure, Services & Procurement, ICT Directie, NVSM-UNMS

Dit is de persoonlijke mening van de geïnterviewde. Ze weerspiegelt niet noodzakelijk het standpunt van de organisatie die zij vertegenwoordigt.

- Generatie Y-werknemers werken niet graag met gedateerde IT, maar ook andere generaties zijn hier niet voor te vinden.

Zullen digitale autochtonen de regels veranderen?

De opdeling van een bevolking in generaties houdt een veralgemening in en niet alle stellingen die aan die opdeling gekoppeld worden, zijn juist. Er zijn argumenten die stellen dat door de alomtegenwoordigheid van technologie alle generaties bepaalde eigenschappen van Generatie Y aannemen. Wie is tegenwoordig niet voortdurend geconnecteerd? Wie bewaart zijn contactgegevens niet in het geheugen van zijn mobiele telefoon in plaats van in zijn eigen geheugen? Het Frajlick Campus-onderzoek geeft aan dat we misschien beter over de Y-cultuur zouden spreken dan over de Y-generatie en wijst erop dat er minder onderscheidende factoren lijken te zijn dan verwacht. Sommige stereotypes worden niet gestaafd door de bevindingen:

- Generatie Y-werknemers zijn geen betere multitaskers dan de vorige generaties.
- Generatie Y-werknemers zijn niet beter vertrouwd met het gebruik van nieuwe technologieën.
- Generatie Y-werknemers hechten niet meer waarde aan teamwerk dan andere generaties.

De Y-cultuur

In een presentatie tijdens een zakenbijeenkomst van Unify in Brussel op 28 januari 2014 verwees Sarah Callens, trainer en consulent bij Frajlick Campus, naar de Y-cultuur, die zich steeds meer laat voelen in alle generaties die vandaag actief zijn. Bedrijven die op deze Y-cultuur gegrondvest zijn, moeten vier sleutelbegrippen onderschrijven: interactiviteit, individualisering, een kritische leerhouding en instant voldoening.

Interactiviteit is een algemeen fenomeen in de huidige economie. We gebruiken

allemaal snelle en gemakkelijke middelen zoals Booking.com, TripAdvisor of Groupon om ons leven te organiseren en onze keuzes te maken.

Individualisering – iets anders dan individualisme – is gebaseerd op de beschikbaarheid van individuele keuzes op maat voor iedereen: TV op aanvraag is een voorbeeld daarvan dat bovendien bij alle generaties in gebruik is.

De kritische houding beantwoordt aan de gespannen verwachtingen die de transparante hedendaagse leefwereld stelt: situaties in vraag stellen, antwoorden zoeken en zin geven aan gebeurtenissen.

Instant voldoening sluit aan bij het veeleisende werkmilieu van snelle bedrijfsprocessen, afstandswerken en gesloten-lusprocedures.

Team 2.0

Sarah Callens gelooft dat het successteam van de toekomst – team 2.0 – zijn prestaties moet kunnen onderbouwen met de dynamiek van verschillende



generaties. Deze 'multigeneratieteams' zullen zich onderscheiden door een hogere interactiviteit tussen groepsleden, gepersonaliseerde communicatie en individueel management dankzij samenhangende feedback en meer kritische overwegingen met betrekking tot processen, initiatieven en de (in) coherentie van het systeem.

Vrolijk kerstfeest, mevr. de CIO!

De Y-cultuur zal van IT-diensten een hoge inventiviteit vergen en een soepele ondersteuning van de verschillende gebruikersgeneraties. Toegangsbeperkingen, uitsluiten van applicaties,

restricties op toestellen en andere connectielimities zijn eenvoudigweg geen optie voor de Y-cultuur.

Een veelzeggende quote van Pattie Orr, Vice-President IT, University Libraries, Baylor University^{vi}: "In de herfst van 2011 deden we een meting naar het aantal unieke toestellen op ons netwerk en bij de terugkeer van de studenten na de zomerpauze merkten we een stijging van 16% unieke toestellen. Alvast een vrolijk kerstfeest aan mezelf gewenst als ik me na het kerstverlof aan meer dan 4000 van de allernieuwste toestellen mag verwachten. Stuk voor stuk toestellen die het systeem zal moeten ondersteunen!"



"Bij e-mail, Facebook en Twitter is de reactiesnelheid die men verwacht steeds korter, de inhoud minder zorgvuldig en minder gedocumenteerd. De kunst is om de goede match te vinden, ook in relatie tot de klant. Wij communiceren doorgaans op de manier die de klant verkiest. Ons call center reageert per e-mail op e-mails, telefonisch op telefoons, per brief op briefwisseling. De klanten appreciëren dat model."

Patrick Gillis, Managing Director en Björn Van Beeck, Manager Business Development, Hexacom

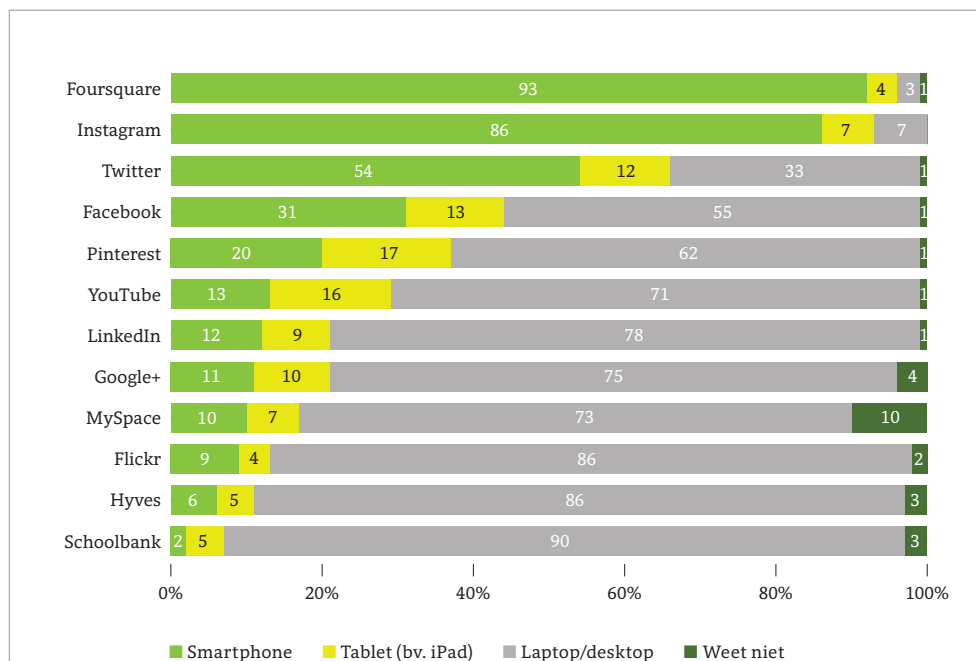
Dit is de persoonlijke mening van de geïnterviewden. Ze weerspiegelt niet noodzakelijk het standpunt van de organisatie die zij vertegenwoordigen.



"Elke economische of sociologische verandering verstoort het evenwicht van een organisatie. Daarom moet men in de eerste fase steeds bijzonder oplettend zijn om performantieverlies te vermijden. Maar na verloop van tijd zou het gebruik van nieuwe manieren van werken, kanalen en devices productiever moeten zijn. Toch blijft de persoonlijke inzet grotendeels bepalend voor de performantie."

Frédéric Berti, Directeur VOO Business, Tecteo Group

Dit is de persoonlijke mening van de geïnterviewden. Ze weerspiegelt niet noodzakelijk het standpunt van de organisatie die hij vertegenwoordigt.



Marktonderzoek van Newcom Research & Consultancy in Nederland (van begin 2013, met een representatieve testgroep vanaf 15 jaar en ouder) toont een stijgend gebruik van mobiele toestellen voor de favoriete sociale applicaties. Om Facebook te bezoeken gebruikten de meeste jongeren tussen 15 en 19 jaar een smartphone (54%), tegenover 31% verspreid over alle leeftijdsgroepen. Oudere generaties geven de voorkeur aan een laptop of desktop computer. Om te tweeten gebruikt 70% van de jongeren een smartphone (tegenover 54% in alle leeftijdscategorieën).

vi Judith A. Pirani, Educause Consultant and President Sheep Pond Associates, Leadership Roundtable, What does BYOE mean to IT, May 2013, found on <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERS1301/ECS1304.pdf>

Over Unify

Unify—vroeger Siemens Enterprise Communications— is een van 's werelds grootste communicatiesoftware- en dienstverleningsorganisaties. Onze oplossingen verenigen multi-pele netwerken, toestellen en applicaties in één gemakkelijk te gebruiken platform dat teams in staat stelt zich te engageren in betere en betekenisvolle conversaties. Het resultaat is een transformatie in de manier waarop het bedrijf communiceert en samenwerkt die gezamenlijke inspanningen kracht bijzet, het bedrijf energie geeft en businessprestaties aanzienlijk verbetert. Unify is geboren uit het DNA van Siemens en bouwt verder op de erfenis van productbetrouwbaarheid, innovatie, open standaarden en beveiliging om geïntegreerde communicatie-oplossingen te bieden aan 75% van de Global 500-bedrijven. Unify is een joint venture van The Gores Group en Siemens AG.

unify.com



Copyright © Unify GmbH & Co. KG, 2014
Hofmannstr. 51, D-81379 Munich, Duitsland
Alle rechten voorbehouden.
Reference No.: A31002-P3010-D101-2-7629

De informatie in deze brochure bevat enkel algemene beschrijvingen of prestatiekenmerken die in geval van werkelijk gebruik niet altijd gelden zoals beschreven of die kunnen veranderen als gevolg van de verdere ontwikkeling van de producten. Een verplichting om de respectieve kenmerken te garanderen zal enkel gelden als dit uitdrukkelijk wordt overeengekomen in de bepalingen van het contract. De beschikbaarheid en de technische specificaties kunnen zonder kennisgeving wijzigingen ondergaan.

Unify, OpenScape, OpenStage en HiPath zijn geregistreerde handelsmerken van Siemens Enterprise Communications GmbH & Co KG. Alle andere bedrijfs-, merk-, product- en servicenamen zijn handelsmerken of geregistreerde handelsmerken van de respectieve eigenaars.

UNIFY Harmonize
your enterprise

Formerly Siemens Enterprise Communications