

JOUW MENING

VRAAG VAN DE WEEK

Verloren talent

Creativiteit is de motor van onze economie. Dat zegt de Amerikaan Richard Florida, een hoogleraar economie uit Pittsburgh. Nieuwe ideeën die voor meer jobs zorgen, leuk! Helaas wordt het de werknemer vaak al te moeilijk gemaakt om nog echt creatief te zijn. De race tegen de klok is daar wellicht de grootste oorzaak van. 'Management-by-stress' heet dat in vaktermen. Een

bedrijfscultuur die nog steeds wijdverspreid is, en die ten koste gaat van heel wat creatieve activiteit. Iemand dwingen om tussen tien en twaalf creatief te zijn, levert meestal niet het verhoopte resultaat op. Hoe zit dat met de Jobat-sitebezoeker? Vind jij van jezelf dat je een creatief persoon bent, vroegen we vorige week. Maar liefst 75 procent antwoordde daar 'ja' op. Veel talent, hopelijk niet allemaal verloren.

Jobat.be

NIEUWE VRAAG

Vind je dat jouw chef hoger geschoold moet zijn dan jij?

Antwoord via www.jobat.be en maak kans op een duoticket van Kinopolis.

Winnaar van vorige week: Dorine van Noyen uit Zemst



EDITO



Trix Slock is hoofdredacteur van Jobat

Terwijl op 11 september de hele westerse wereld de vijfduizend slachtoffers van de WTC-ramp herdacht, liepen de Amerikanen angstvallig met hun neus in de lucht, en uit hun ooghoeken hielden ze het gebouw dat nu het hoogst boven de skyline van New York uitkomt in de gaten. Terwijl de angst voor terreur en de pijnlijke herinneringen aan de aanslag nog ongeheerde wonden openscheurden, zag Lea-Catharina Slock om half twee in de namiddag in Bonheiden het levenslicht.

Vruchtbare start

Nine eleven, niet zomaar een dag om geboren te worden. Een beetje zoals geboren worden op kerstdag of wapenstilstand, maar dan gruwelijker. Een speciale dag, voor een speciaal kind. Niet omdat het mijn petekind is, maar omdat ze de vrucht is van de overwinning van de liefde. Dat lijkt me symbolisch op zo'n dag. Haar moeder is twintig jaar jonger dan haar vader en samen vormen ze niet onmiddellijk het meest modale koppel. Lea-Catharina heeft een voor-geschiedenis, die hier niet toe doet, maar die de belichaming is van liefde en volharding.

Dat ze precies op de dag die de kloof tussen oost en west symboliseert werd geboren, is bijzonder. Met haar nog halfnatte haartjes en dichtgeknepen oogjes ligt ze in mijn armen. Onnoemelijk klein en breekbaar.

Lea-Catharina Slock, het is een kanton van een naam voor zo'n breekbaar hummelkje. Adellijk, keizerlijk, prinselijk... de termen vliegen door de ziekenhuiskamer, waar haar jonge, trotse moeder nog ligt te bekomen van het harde labuur. Ook anno 2006 – met alle toeters en belzen waar een kraamafdeling mee is uitgerust – is het immers nog steeds het oerinstinct van de barende moeder dat het kind op de wereld zet.

"Een naam waar ze trots zal kunnen op zijn", zegt haar vader. "Een die je niet zomaar vergeet, een naam met waarde." Blinkend van trots zit hij naast het kraambed van zijn jonge vrouw, zijn hand op haar schouder.

"Maar ook een naam waarmee ze later indruk zal maken als ze gaat solliciteren", vervolgt de kersverse moeder. Ik kijk haar verbaasd aan. Deze pas bevalen mama heeft immers in de verste verte niets te maken met de rekruteringswereld, maar slaat de nagel op de kop. Alles op je cv is van belang als je een job ambieert, ook je naam. En met eentje als Lea-Catharina Slock neem je beslist een vruchtbare start.

trix.slock@jobat.be



Collega's die niets liever doen dan voor jou te werken

De bedrijfspsycholoog

In een bedrijf heb je verschillende soorten werknemers. Eén soort is degene waarmee je als werknemer zelf vaak in aanraking komt. Het zijn mensen die tot jouw dienst staan, bij wie je terecht kan met vragen of die het je makkelijker kunnen maken in de onderneming. Gedurende acht weken stelt *Jobat* je een aantal interessante 'werknemers voor werknemers' voor. Deze week is dat de bedrijfspsycholoog.

ibertin.sanders@jobat.be

Het profiel van dé bedrijfspsycholoog schetsen valt niet mee, bekennt Luc Verhoeven (54). Volgens

hem moet elke opdracht anders ingevuld worden, want geen enkel bedrijf is hetzelfde en persoonlijkheden verschillen. Verhoeven is licentiaat in de organisatiepsychologie en werkte zowel voor kleine bedrijven als voor een 'mammoetorganisatie' als Exxon Chemicals Europe. Zijn expertise op het vlak van organisatie- en veranderingsmanagement en

de vorming van senior managers brengt hij de jongste jaren als zelfstandig consultant in de praktijk. "Hoe groter het bedrijf, hoe groter de zelfcensuur. Weinig mensen durven bij het topmanagement een kritische noot

laten horen. Sterke bedrijfspsychologen hebben wel dat lef. Als vanuit de top een 'domme' beslissing dreigt – die slecht zal uitvallen voor de medewerkers – dan moet een integere bedrijfspsycholoog over de nodige assertiviteit beschikken om dat duidelijk te communiceren. Ach, we zijn nu eenmaal als het ware de hofnarren van de organisatie en we kunnen ons zoiets permitteren. Dat maakt van ons tegelijk sterke én kwetsbare figuren. Bedrijfspsychologen hebben weinig formele macht. We kunnen wel onze invloed laten gelden op alle niveaus." Verhoeven zit niet om een onderbouwde boutade meer of minder verlegen. "Zijn we te excentriek, dan worden we afgestoten. Zijn we te conformistisch, dan vraagt men zich af wat onze toegevoegde waarde is. Daarenboven is een van de valkuilen het botsen op verborgen agenda's. Daarom moeten wij over een sterke intuïtie beschikken." Verhoeven heeft een erg brede kijk op het leven. Het stoort hem dat sommige topmanagers snel uitgepraat zijn over andere dingen dan hun zaken, en weinig interesse hebben voor thema's als politiek, ecologie en cultuur. "Een dergelijke schraalheid kunnen wij ons in een contactberoep niet permitteren. Wij houden een vinger aan de pols in de hele organisatie, niet zozeer via tests en scoreborden, maar veeleer door te luisteren en te communiceren. Als ik door mijn inzicht in een probleem en het aanbrengen van alternatieven de werknemer geholpen heb om zélf een oplossing te vinden, dan is dat de mooiste waardering die ik kan krijgen." Bedrijfspsychologen kunnen door de bedrijfsarts worden ingezet bij de behandeling van werkgerelateerde klachten zoals stress,

burn-out of traumabehandeling. Maar de bedrijfspsycholoog moet meer doen dan brandjes blussen of kandidaten peilen bij werving en selectie. Hij organiseert ook trainingen op het vlak van conflicttherapie, stresspreventie of assertiviteit.

Als hofnar van de organisatie kan de bedrijfspsycholoog zich een kritische noot permitteren



© Hendrik De Schrijver

10 goeie redenen om bedrijfspsycholoog te worden

1. Je komt met veel mensen in contact, op alle niveaus. Als je een uitgesproken interesse hebt voor menselijke interactie, dan is dit je terrein.
2. Als bedrijfspsycholoog is veel van wat je verneemt vertrouwelijk. Soms ben je gebonden en beschermd door het beroepsgeheim.
3. Transparantie, rechtlijnigheid en eerlijkheid zijn vanzelfsprekende competenties.
4. Je bent master in de psychologie. In de Verenigde Staten gelden de George Washington University en Wharton als de referenties, in Europa torent een Ashridge MBA boven alle andere opleidingen uit.
5. De functie vereist een levenslange vorming op alle domeinen: psychologie en alles wat daar in de buurt van ligt, zoals communicatietechnieken, veranderingsmanagement, coaching en bedrijfsleer.
6. Routine is uit den boze. Als je van afwisseling en evolutie houdt, is deze job geknipt voor jou.
7. Je geldt zowat als de ombudsman van de organisatie. Daarvoor moet je mentaal erg weerbaar zijn.
8. Bij het ultieme dilemma, het belang van de organisatie versus het belang van het individu, sta je sterk genoeg in je schoenen om te kiezen voor de mens.
9. Je hebt niet de pretentie te denken dat je de wereld op je schouders kan tillen. Daarom beschik je zelf over een externe persoonlijke coach of mentor.
10. Startende bedrijfspsychologen op de loonlijst van een bedrijf strijken een bruto maandloon van 2500 euro op. Maar nogal wat bedrijfspsychologen gaan aan de slag als zelfstandig consultant.

Nieuwe jobs zetten NMBS op het goede spoor

De NMBS-groep lanceert vandaag, tijdens de gloednieuwe Nacht van het Openbaar Vervoer, een grootschalige aanwervingscampagne. Uit een onderzoek van VVL-BBDO blijkt immers dat, hoewel de NMBS een vrij goed imago geniet bij haar klanten, de maatschappij bij het grote publiek niet bekendstaat als interessante werkgever.

ljohan.depaepe@jobat.be

De voorbije jaren kwam de aanwervingsstroom bij de NMBS tot stilstand, maar nu is de situatie veranderd, zegt directeur-generaal human resources Tony

Van den Berghen: "Er komt als het ware een demografische tsunami op ons af, met een overvloed aan oudere werknemers. De drie ondernemingen die sinds

vorig jaar de NMBS-groep vormen, hebben daarom een geconsolideerd ondernemingsplan opgesteld, waarin sprake is van 1.500 aanwervingen, alleen al dit jaar. Die inspanningen moeten we de komende tien jaar volhouden", verduidelijkt Van den Berghen.

Opklimmen

Het klinkt vreemd dat een nieuwe golf van aanwervingen nodig is, terwijl de voorbije jaren jobs zijn verdwenen. "In 2002, de periode-Vinck, werkten er ruim 41.000 fulltime-equivalenten bij de NMBS. Nu zijn er dat 37.000. Maar inmiddels zit het treinvervoer weer flink in de lift en stijgt het aantal reizigers elk

jaar", zegt de hr-manager. De NMBS-groep zoekt vooral profielen voor zijn corebusiness: het reizigersvervoer. Dat gaat dan om treinbestuurders, -begeleiders en bestuurders-rangeringen. Er zijn ook jobs beschikbaar bij wat de volksmond 'de rode kep's' noemt, zoals de onderstationschefs. "Wij hebben werk voor elk diplomaniveau", verzekert Tony Van den Berghen. "Wie alleen een humanioradiploma heeft, kan bijvoorbeeld onderstationschef worden en zo opklimmen, eventueel zelfs tot in het kader. Geïnteresseerden met een A3-diploma kunnen onder meer aan de slag als bestuurder-rangeringen in de Antwerpse haven, terwijl ook universitair bij ons mooie kansen krijgen. Maar onze be-

langrijkste troef is wel, dat we aan de jobkandidaten werkzekerheid aanbieden."

Technologische evolutie

Vooral in Antwerpen en Brussel is het moeilijk om voldoende geschikt personeel te vinden. In de rest van Vlaanderen raken de vacatures makkelijker ingevuld. In Antwerpen speelt bijvoorbeeld de concurrentie van General Motors mee, dat onlangs nog 300 technici in dienst nam. Alhoewel een zekere technische bagage noodzakelijk is, investeert de NMBS-groep zwaar in opleidingen. "Er is geen enkele school die je leert hoe een seinrichting werkt, hé", zegt Tony Van den Berghen. "Ook bij de Spoorwe-

gen staat de technologische evolutie niet stil, maar tegelijk moet ook de oudere technologie nog kunnen functioneren. Onze technici moeten de beide beheersen. Technici industriële elektronica moesten wij vroeger bijvoorbeeld niet aanwerven. Nu wel, terwijl we ook nog mensen nodig hebben die de bovenleidingskabels kunnen ophangen." De NMBS-groep hamert er ten slotte op, dat diversiteit geen loos begrip is: de campagne richt zich evenredig op mannen en vrouwen, jongeren en oudere werknemers, alloctonen en autochtonen, met een Belgische of EU-nationaliteit.

"Nacht van het openbaar vervoer", vanavond en vannacht, in Antwerpen, Brussel en Brugge. www.nmbs.be