

Contact: Evelyne Lekime  
Press & Communications  
Tel: + 32 2 600 60 12  
GSM: +32 476 74 64 18  
Email: [elekime@deloitte.com](mailto:elekime@deloitte.com)

Global Millennial survey van Deloitte Touche Tohmatsu Limited - 4<sup>e</sup> editie

### **Bedrijven moeten hun doelen bijstellen, willen ze de millennials van vandaag aantrekken**

- *Millennials suggereren dat bedrijven en academische instellingen moeten samenwerken om talent aan te trekken*
- *Leidinggevende ambities verschillen tussen mannen en vrouwen, alsook tussen millennials uit ontwikkelde markten en groeiemarkten*
- *Millennials zien Technologie, Media & Telecommunicatie als de sector van hun voorkeur om hun competenties uit te bouwen*

**Diegem, 19 januari 2015 – Bedrijven moeten zich in de 21ste eeuw richten op mensen en doelen, en niet louter gaan voor producten en winst. Zo luiden de bevindingen van de vierde jaarlijkse Millennial Survey van Deloitte Touche Tohmatsu Limited (Deloitte Global). Deze en andere resultaten van de enquête tonen aan dat bedrijven, vooral in ontwikkelde markten, aanzienlijke veranderingen zullen moeten doorvoeren om hun toekomstige werknemers aan te trekken en te behouden.**

Deloitte Global peilde bij de leiders van morgen uit 29 landen naar hun mening over leiderschap, de manier waarop bedrijven te werk gaan en de impact ervan op de maatschappij. Een overgrote meerderheid van de millennials (75 procent) is ervan overtuigd dat bedrijven zich eerder concentreren op hun eigen agenda dan op het verbeteren van de maatschappij.

“De boodschap is glashelder: wanneer ze het hebben over hun loopbaanambities, zijn de millennials van vandaag even sterk geïnteresseerd in de manier waarop een bedrijf zijn werknemers ontwikkelt en waarop het een bijdrage levert aan de maatschappij, als in zijn producten en winsten,” verklaart Barry Salzberg, CEO van Deloitte Global. “Deze bevindingen moeten worden beschouwd als een wake-up call voor de bedrijfswereld, vooral dan in de ontwikkelde markten. Ze moeten beseffen dat ze een andere aanpak moeten hanteren voor de rekrutering van talentvolle millennials. Anders lopen ze het risico achter het net te vissen.”

Slechts 28 procent van de millennials vindt dat hun huidige organisatie hun competenties volledig benut. Meer dan de helft (53 procent) heeft ambities om de hoofdverantwoordelijke of de meest senior executive te worden binnen hun huidige organisatie. Daarbij tekenen zich duidelijke verschillen in ambitie af tussen millennials uit ontwikkelde markten en groeiemarkten. Vijfenzestig procent van de millennials uit groeiemarkten verklaarde deze ambitie te willen waarmaken, tegenover slechts 38 procent in ontwikkelde markten.

### Opvallende bevindingen uit de studie:

- **Millennials willen werken voor organisaties met een doel.** Voor zes op tien millennials maakt het “besef van een doel” deel uit van de redenen waarom ze besloten aan de slag te gaan voor hun huidige werkgevers. Bij millennials die relatief intensieve gebruikers zijn van sociale netwerken (de “super-connected millennials”) blijkt de nadruk nog meer op de bedrijfsintenties te liggen; 77 procent van deze groep gaf aan dat het doel van hun bedrijf gedeeltelijk de reden vormde voor hun besluit om er te gaan werken, tegenover slechts 46 procent voor de “minst verbonden” millennials.”
- **Technologie, media en telecommunicatie (TMT) meest aantrekkelijke werkgevers.** TMT wordt door de millennials gezien als de geprefereerde sector die hen de meest waardevolle competenties te bieden heeft. Bijna tweemaal zoveel mannen (24 procent) als vrouwen (13 procent) verkozen TMT als de sector waar ze in de eerste plaats aan de slag willen gaan. Van alle sectoren werd TMT gezien als de sector met het sterkste leadership (33 procent). Dit percentage lag drie keer hoger dan de tweede in de rij, namelijk de voedings- en drankensector (10 procent), en vier keer hoger dan de derde, de sector van banken en financiële dienstverlening (8 procent).
- **Vertrouwenkloof? Mannelijke millennials meer geneigd om leidinggevende positie te ambiëren.** Mannelijke millennials waren meer dan vrouwen geneigd om te stellen dat ze een ‘topjob’ binnen hun organisatie te pakken willen krijgen (59 procent vs. 47 procent). Vrouwen waren ook minder geneigd om hun leidinggevende capaciteiten bij hun afstuderen als sterk te kwalificeren; 27 procent van de mannen vs. 21 procent van de vrouwen quoteerde die capaciteit als sterk. Op de vraag wat ze als leider zouden benadrukken, waren vrouwen echter meer geneigd om de ontwikkeling van de werknemers voorop te stellen (34 procent vergeleken met 30 procent). Veel millennials vonden overigens dat dit aspect te weinig aan bod komt binnen hun huidige organisatie.
- **Organisaties en universiteiten moeten meer doen om nieuwe leaders te vormen.** Over het algemeen vonden de millennials dat hun organisaties niet ten volle gebruikmaken van hun capaciteiten (slechts 28 procent zei dat hun organisatie hun competenties integraal benut). Dit cijfer zakt echter drastisch bij millennials uit ontwikkelde markten (amper 23 procent). Bovendien daalt het tot onder 20 procent in Japan (9 procent), Turkije (15 procent), Zuid-Korea (17 procent) en Chili (19 procent). Op de vraag om in te schatten welke bijdrage hun competenties, verworven in het hoger onderwijs, hebben geleverd aan de doelstellingen van hun organisatie, bedraagt het gemiddelde van de antwoorden van de millennials 37 procent.
- **De veranderende kenmerken van leadership.** De millennials van vandaag hechten minder belang aan zichtbare (19 procent), met een uitstekend netwerk uitgeruste (17 procent) en technisch beslagen (17 procent) leaders. In plaats daarvan definiëren ze echte leaders als strategische denkers (39 procent), als inspirerend (37 procent), voorkomend (34 procent) en visionair (31 procent).

“Millennials willen meer van een bedrijf dan 50, 20 of zelfs 10 jaar geleden het geval was,” geeft Salzberg aan. “Ze zenden een krachtig signaal uit naar bedrijfsleiders in de hele wereld om zaken te doen met een doel voor ogen. Het nastreven van deze andere, betere manier van werken in de 21<sup>ste</sup> eeuw begint met het herdefiniëren van leadership.”

U kunt het volledige rapport hier downloaden: [www.deloitte.com/millennialsurvey](http://www.deloitte.com/millennialsurvey).

### Over de Deloitte Millennial Survey

De bevindingen van het onderzoek zijn gebaseerd op een studie, uitgevoerd door Deloitte in samenwerking met de Britse vennootschap Millward Brown, bij meer dan 7.800 millennials die 29 landen uit de hele wereld vertegenwoordigden. 200 Belgische respondenten namen deel aan deze studie. Via een screening in de rekruteringsfase werd gegarandeerd dat alle respondenten millennials waren: geboren na 1982, in het bezit van een diploma hoger onderwijs, voltijds tewerkgesteld en voornamelijk actief in grote (100+ werknemers) organisaties in de privésector.

###

**Hebt u vragen over de 4<sup>e</sup> editie van de Global Millennial Survey, aarzel niet contact op te nemen met:**

**Yves Van Durme, Deloitte Belgium Human Capital Leader**

[yvandurme@deloitte.com](mailto:yvandurme@deloitte.com)

M +32 478 65 40 53

### Over Deloitte

Deloitte is met meer dan 2.900 medewerkers en 10 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, belastingadvies, consulting en financial advisory services. Onze dienstverlening richt zich zowel naar de grootste nationale en internationale ondernemingen als naar kmo's, de publieke sector en non-profit organisaties. Deloitte België is een onafhankelijke en zelfstandige organisatie en een member firm van Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Voor het boekjaar 2014 werd een omzet gerealiseerd van 370 miljoen euro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited is een organisatie van zelfstandige memberfirms, die zich richt op de hoogste kwaliteit bij het leveren van professionele dienstverlening en advies. De dienstverlening is gebaseerd op een wereldwijde strategie voor meer dan 150 landen. Daartoe is de expertise beschikbaar van meer dan 210.400 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2014 bedroeg de omzet meer dan 34.2 miljard US dollar.

Deloitte verwijst naar een of meerdere member firms binnen DTT Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK, en het netwerk van haar member firms, die elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid zijn. Bezoek <http://www.deloitte.com/about> voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van Deloitte Touche Tohmatsu Limited en haar member firms.