

Nederlanders vinden 40-urige werkweek achterhaald

17-05-2024 13:00



Ruim zes op de tien werkende Nederlanders vinden 40 uur werken per week te veel. Dit geldt voor maar liefst 80 procent van de vrouwelijke werknemers en bijna de helft van hun mannelijke collega's. Bovendien geeft ruim een derde aan bang te zijn bij hun bestaande werkgever een burn-out te krijgen, een angst die vooral jongeren (40 procent) bezighoudt. In deze leeftijdsgroep (18 tot 35 jaar) is dan ook sprake van een grote behoefte aan hulp van de werkgever om hun mentale en fysieke welzijn te vergroten en te zorgen voor een gezonde balans tussen werk en privé. Dat blijkt uit onderzoek van Achmea waarin zij de behoeften en motieven van ruim 1.000 werkende Nederlanders (18 tot 67 jaar) op de arbeidsmarkt in kaart heeft gebracht.

De grote schaarste aan arbeidskrachten en de toetreding van een nieuwe generatie op de arbeidsmarkt heeft veel impact op hoe werknemers tegenwoordig naar hun baan kijken. Zo geeft ruim de helft van de Nederlanders in loondienst aan de traditionele 40-urige werkweek niet meer van deze tijd te vinden. Dit lijkt volgens Achmea vooral te worden ingegeven doordat werknemers een goede balans tussen werk en privé steeds belangrijker vinden. Zo benadrukken maar liefst negen op de tien werknemers dat zij dit belangrijker vinden dan een veelbelovende carrière. Ook is ruim 44 procent niet bereid om overuren te maken.

“Ons onderzoek laat zien dat de arbeidsmarkt en ook de motieven en behoeften van werknemers enorm aan het veranderen zijn. Een overgrote meerderheid van de werknemers zegt te werken om te leven en niet andersom. Hoewel salaris nog altijd het belangrijkste wordt gevonden door werknemers, staan ook de werk-privé balans, werkcultuur, ontwikkelingsmogelijkheden en zingeving - met name bij jongeren - hoog op het prioriteitenlijstje bij het kiezen van een nieuwe werkgever”, vertelt Nadine Beister, groepsdirecteur HR bij Achmea. “Dit noopt ook werkgevers om anders te gaan kijken naar de arbeidsmarkt om jong talent aan te trekken en écht te luisteren naar de behoeften van werknemers. De nieuwe generatie werknemers wil impact maken, niet alleen in hun eigen leven, maar ook voor een betere wereld.”

Werknemers willen betekenisvol werk doen, maar kijken toch eerst naar salaris

Ruim twee op de drie werknemers zouden het liefst werken bij een organisatie waar zij betekenisvol werk kunnen doen en een positief verschil kunnen maken voor de maatschappij; 60 procent geeft zelfs aan nooit te willen werken voor een bedrijf dat een negatieve maatschappelijke impact maakt. Het is echter de vraag of zij bereid zijn hiervoor een persoonlijk en/of financieel offer te brengen. Zo geeft 53 procent aan zingeving in het werk belangrijker te vinden dan het salaris, maar opvallend genoeg kiezen veruit de meesten bij het kiezen van hun werkgever toch voor salaris als belangrijkste criterium (77 procent).

Behoefte aan hulp van werkgever

Maar liefst zeven op de tien werkende Nederlanders hebben behoefte aan (meer) hulp van hun werkgever, zoals bij het creëren van een gezonde werk-privébalans (42 procent). Ruim een derde geeft daarnaast aan dat hun werkgever de voorwaarden dient te scheppen voor het versterken van zowel hun mentale welzijn (36 procent) als hun fysieke welzijn (35 procent). Ook hier geldt dat vooral jongeren de lat hoger leggen, vooral als het gaat om het vergroten van hun mentale en fysieke welzijn (43 procent) en hun loopbaanontwikkeling (40 procent).

“Werkgevers hebben verschillende mogelijkheden om te zorgen dat medewerkers letterlijk en figuurlijk goed in hun vel zitten, bijvoorbeeld door het bieden van flexibele werktijden, zoals de 34-urige werkweek die we bij Achmea hanteren, maar ook door actief bij te dragen aan een fijne werksfeer en goede ontwikkelmogelijkheden”, vertelt Beister. “Als werkgever is het belangrijk om doorlopend kritisch te kijken naar deze mogelijkheden en in gesprek te blijven met werknemers over hun behoeften. Zo zorgen we ervoor dat iedereen het beste uit zichzelf kan halen, zowel op werk- als privégebied.”

Redactie