Nieuws melden Contacteer ons Adverteren Over Hr World

HrWorld

Kluwer
a Wolters Kluwer business

Home News Topics Gespot Hr Traffic Forum Agenda Gids+ Kluwer aanbod Online producten FR

Formule Claeys Bruto/Netto SocialEye hrTODAY Loon Online ABC online

Login Gebruikersnaam : Paswoord : Inloggen Zoeken

Gratis lid worden ? Paswoord vergeten ? Onthoud mij volgende keer

afdrukken stuur naar een vriend reageer Share / Save

Hoe herken ik de grijze witte raaf?

De crisis is in het land. De werkloosheid stijgt enorm. De afgelopen 6 maanden verschoof voor hr daardoor de aandacht drastisch van werving -'Maakt niet uit welke kleur de raaf heeft, als ie maar wil'- naar selectie - 'Welke competentie-witte raaf willen we?'

Het wordt dus opnieuw belangrijk om u en uw medewerkers te wapenen tegen die menselijke reflex van selectief oordelen om uiteindelijk de beste kandidaat over te houden.

Een leeftijdsbewust wervings- en selectiebeleid kan u daarbij helpen.

Een goede selectie begint bij de functie- of competentieanalyse

Een succesvolle werving begint bij de arbeidsorganisatie. Welke extra competenties nodig zijn binnen een team, hangt sterk af van de verdeling van de taken. Een team lassers die Duitse instructies uitwerken, moeten niet allemaal Duits kennen. Ten minste, als diegenen die Duits kennen, goed verdeeld zijn over de verschillende shifts. Wie men wil aanwerven en hoeveel er geëist wordt, hangt dus af van de interne verdeling van de taken en van de arbeidsorganisatie.

- Betrek oudere werknemers en mogelijke directe collega's bij het opstellen van het functie- of competentieprofiel. Zij zullen eisen van (soorten) flexibiliteit, voltijds-deeltijds,... beter kunnen inschatten.
- Hou bij de vereiste opleiding ook rekening met gelijkgestelde ervaring. Een ongeschoolde arbeider kan zich in 20 jaar hebben opgewerkt van rekkenvuller tot afdelingshoofd van een grootwarenhuis.
- Bekijk ook het belang van aspecten waar ouderen sterker in scoren: een brede ervaring, een breed netwerk,...

Een vacaturetekst die je doelgroep aantrekt en niet afschrikt

De tips die hier worden gegeven, zijn niet alleen voor ouderen goed, maar zorgen ervoor dat iedereen beter door heeft wat er met de vacature bedoeld wordt.

- Vermeld specifieke mogelijkheden (individuele ergonomische aanpassingen, mogelijke flexibiliteit of deeltijds werken,...).
- Vermeld een tekst zoals "Oudere werknemers, personen met een handicap en personen van allochtone origine worden aangemoedigd te solliciteren."
- Gebruik geen onnodig moeilijke (nieuwe) taal. Gebruik enkel de niet-overbodige functie- en competentievereisten. Dit houdt het geheel duidelijk.
- Geef voorbeelden.
- Geef geen onwettelijke leeftijdsbepalingen (bv. maximum 40 jaar oud). Maar let ook op het impliciete taalgebruik. Laat u in de war for talent niet verleiden om uw organisatie zo aantrekkelijk mogelijk voor te stellen voor een kleine groep. We denken hierbij aan 'jong en dynamisch team', 'sportief en energiek', ...

Kijk voor wettelijke bepalingen op de **leeftijdsdiscriminatie-tool van het Centrum voor Gelijkheid van Kansen en Racismebestrijding**.

Werving linken aan missie en waarden

Voor externe werving is het belangrijk imago en identiteit niet over het hoofd te zien. Een uitgesproken imago trekt de 'juiste' mensen aan. Een goede wervingscampagne versterkt dit en zorgt ervoor dat de kandidaten zichzelf herkennen in de organisatie, een realistisch beeld hebben en gemakkelijker zullen geaccepteerd worden in de organisatie. Het opbouwen van een imago vraagt een zoektocht naar waarden, en neemt wel wat tijd in beslag.

Selectie van de witte grijze raaf: dé uitdaging

Selectie staat voor enkele grote uitdagingen:

- Selectie wordt vaak uitbesteed en komt zo in een commerciële leverancier-klantrelatie. In het kader van 'repeat business' geven sommige selectiebureaus informeel te kennen dat ze slechts hoogst uitzonderlijk 40-plussers voorstellen aan hun klant.

- Ondanks de hoge toegevoegde waarde van selectie aan hrm, is selectie in vele organisaties een instapjob voor jongeren. De 'similarity hypothesis' stelt dat deze jongeren andere jongeren sneller positief zullen beoordelen dan de 'anderen', in dit geval de ouderen.

- Als in een selectieprocedure elke test een horde vormt voor de volgende test, het zogenaamde multiple hurdle model, zullen groepen die zwak scoren in de eerste testen gemakkelijker uit de procedure vallen. Methodes waarbij elke kandidaat alle testen aflegt - compensatory model - zijn beter voor mensen met uitgesproken kwaliteiten en zwakten.

Enkele tips en tricks

- Diegenen die selecties uitvoeren, moeten zich bewust zijn van hun vooroordelen en dienen hierin getraind te worden.
- Bij de samenstelling van selectiecommissies verdient het aanbeveling om oudere werknemers op te nemen. Op grond van hun rijke werk- en levenservaring zijn zij goed in staat om de geschiktheid van een kandidaat voor een functie te beoordelen. Ook hun simularity hypotheses zal een tegengewicht zijn voor de oordelen van de andere leeftijden.

Een leeftijdsbewust wervings- en selectiebeleid zal u en uw medewerkers dus wapenen om de witte raaf te vinden. Ook al is deze grijs. Succes!

Gunter Bombaerts is lid van het **expertisecentrum Leeftijd&Werk** van de Vlaamse Overheid. Hij schrijft in eigen naam.

Hilda Martens is professor Personeelsbeleid aan de faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen van **Universiteit Hasselt**.

Meer lezen: **Leeftijdsbewust personeelsbeleid: de hofnar en de kanarie onderweg**

Jobs

OCMW Antwerpen - Bestuursdirecteur Maatschappelijke Integratie
Temco Europe - Recruitment Specialist Arbeidersprofielen

Alle jobs »

Human Ressources / HR / Management / Arbeidsongeval / Change / Coaching / Ecocheques / Leadership / Pensioenen / Selectie-interview / Onthaal / Communicatie / Opleidingen / Outplacement / Motivatie / Diversiteit / Loon / Loonfiscaliteit / Car Policy / Absenteïsme / Leeftijdsbewust Personeelsbeleid / E-recruitment / Pesterijen / Welzijn / Herstructurering / Collectief Ontslag / Personeelsevaluatie / Internationale Tewerkstelling / Sociaal Overleg

Klantenservice: Tel. : 0800 40 302 - **Disclaimer** - **Privacy statement** - metriweb®

© Wolters Kluwer Belgium 2010