

Op jacht naar talent

‘Uitvaartbranche is juist interessant voor steeds grotere groep’



Foto: iStock

Bij het werven van nieuw talent stuiten de grote drie uitvaartorganisaties op vooroordelen en onbekendheid. De uitvaartbranche heeft niet per definitie een aantrekkelijk imago. Wat doen ze om (jong) talent aan te trekken? Wie zoeken ze? Hoe interesseren ze ‘het juiste profiel’?

De uitvaartwereld gaat veel verder dan koffie, cake en een luisterend oor. Om starters en professionals uit andere branches een nieuw perspectief te geven op werken in het uitvaartwezen, begon Monuta vorig jaar met een arbeidsmarktcampagne

‘De toekomst van de uitvaart’. Bekende Nederlanders stellen ‘prikkelende’ vragen, die moeten aanzetten tot nadenken over de toekomst van en veranderingen in de uitvaart.

“Nogal ambitieus”, blikt Daphne Beerepoot, manager HRM van Monuta, terug op de campagne. Beerepoot was destijds nog niet in functie. “Het doel was het imago van de branche positief beïnvloeden en mensen voor werk bij Monuta interesseren.” De een vindt werken in de uitvaart het mooiste wat er is; de ander moet er niet aan denken. En een brede groep mensen staat er simpelweg niet bij stil, weet Beerepoot. Beeldvorming en het imago van de branche zijn daar debet aan. Naast vooroordelen, kampen uitvaartondernemingen met de onbekendheid van en verscheidenheid aan functies. Tegelijkertijd wordt de arbeidsmarkt

krapper. Steeds meer bedrijven vissen in dezelfde vijver en zoeken de juiste competenties voor de toekomst, (jong) talent en meer diversiteit. Werk aan de winkel dus. De uitvaartbranche speelt daarop in met gerichte en meer online werving, nieuwe functies, traineeships en talentontwikkeling. De uitvaartonderneming toont zich als zelfbewuste werkgever op de arbeidsmarkt.

Misverstand

“Niet iedereen werkt bijvoorbeeld met overledenen”, benoemt Beerepoot meteen een misverstand. “Mensen denken dat het werk zwaar en verdrietig is, of saai en dat iedereen in een zwart pak loopt. Maar er wordt hier veel gelachen; we zijn juist van vier het leven.” Campagne voeren tegen vooroordelen is moeilijk. De sanering van de uitvaartzorg bij Monuta liep er ook

nog eens dwars doorheen. “Dat zorgde voor veel media-aandacht en leverde – verrassend – sollicitanten op voor de zwaardere management- en ICT-banen.” Want die banen zijn er ook bij de grote uitvaartondernemingen. Alleen weten werkzoekenden dat niet. Ton Broekhuis, manager Personeel & Organisatie van Yarden, legt uit: “Op ons hoofdkantoor hebben we bijvoorbeeld functies bij inkoop, financiën, marketing en IT. En in crematoria zoeken we regelmatig medewerkers restauratieve dienst.” Bas van Gemert is recruiter bij DELA voor Verzekeren en staf. “Wij zoeken nu bijvoorbeeld gastvrouwen, IT’ers en online marketingspecialisten.”

Markt

De arbeidsmarkt trekt aan. Dat bemoeit de zoektocht naar schaars talent. Recruiter uitvaartdiensten van DELA Lieke van Dongen: “Elke ICT-specialist kan nu kiezen uit zeven vacatures.” Broekhuis zegt wekelijks tientallen open

Yarden werft met aangepaste profielen. Broekhuis: “Werken in de uitvaart anno nu vraagt iets anders dan in 1920, namelijk veel meer communicatieve en organisatorische competenties.”

“Wij zoeken mensen die bij ons passen”, reageert Van Gemert op de vraag welke mensen, profielen of achtergronden DELA werft. “Mensen die werk maken van het leven, die betrokken, integer en ondernemend (BIO red.) zijn.” Om de verwachtingen over en weer zo goed mogelijk bij elkaar te laten aansluiten, biedt de coöperatie online de zogenoemde BIO-test. “Die test werkt zowel wervend als selecterend. Je voelt je aangesproken en thuis bij onze kernwaarden of niet.”

Verjonging

Zo’n twee derde van de medewerkers bij de grote drie uitvaartondernemingen is vrouw. De gemiddelde leeftijd is rond de vijftig, bij de verzekeringstak vaak

Diversiteit

Broekhuis vindt dat de branche zelf-kritischer mag zijn. “Als je er voor iedereen wilt zijn, dan moet je personeel ook een afspiegeling van die samenleving zijn. We werken eraan dat elke vestiging de regionale samenleving weerspiegelt.” Yarden heeft de bekende rapper Ali B. in zijn algemene campagne. “Hij spreekt jongeren aan”, merkt Broekhuis effect bij P&O, “en hij geeft inkleuring aan onze organisatie.” Beerepoot noemt Monuta ‘nog wel een heel wit bedrijf’. “Maar we zijn actief bezig om mensen met andere achtergronden binnen te krijgen.” “Als we meer een mix qua achtergronden willen hebben”, steekt Broekhuis de hand in eigen boezem, “dan zullen we op pad moeten. Dus gaan we ook naar bijvoorbeeld hotelscholen en zitten we op social media. Misschien moeten we ook naar Instagram of een community manager aanstellen”, overweegt hij hardop.

‘Mensen denken dat het werk verdrietig is, maar er wordt hier veel gelachen’

sollicitaties bij Yarden te ontvangen. “Maar voor sommige functies is werven lastiger”, beaamt hij. “Neem een actuaaris. Zo iemand heeft goede arbeidsmarktkansen. Hoewel we grosso modo beter betalen dan gemiddeld in de branche, betalen we wel minder dan bijvoorbeeld de echt grote verzekeraars.”

“Wij zijn inderdaad geen grote corporatie”, herkent Beerepoot de concurrentie, “maar wie op het hoofdkantoor of in de staf werkt, is wel meteen belangrijk. Het gaat over veel klanten en veel geld. We vragen eigenaarschap en aanpassingsvermogen. Je moet in projecten kunnen werken. Bij de uitvaartzorg hebben we ontleed wat onze beste mensen doen en kunnen. Zo’n talentanalyse was nieuw voor ons. Op basis daarvan hebben we het nieuwe profiel opgebouwd.” Ook

iets lager. “Dat gemiddelde mag eerder omlaag dan omhoog”, drukt Broekhuis van Yarden zich diplomatiek uit. Leeftijd ligt gevoelig. “Iedereen uit alle windstreken is welkom en jong talent is extra welkom. Zij zorgen voor verfrissing. Hun gekke, nieuwe ideeën zijn hard nodig om te innoveren.”

Monuta ziet de pensioengerechtigde leeftijd voor een aantal medewerkers hospitality naderen. “Daar gaan we met een meer gemêleerde, flexibele schil werken”, weet Beerepoot al. “We werven mensen uit de horeca of evenementenbranche. Zo krijg je ook nieuwe ideeën binnen.” DELA is ‘helemaal niet’ bezig met leeftijd van het personeel. Recruiter uitvaartdiensten Lieke van Dongen is stellig: “Leeftijd is bij ons niet belangrijk; dat mensen willen leren wel.”

DELA geeft gastcolleges op hogescholen en verzorgt spreekbeurten bij beroepsorganisaties om bij professionals in beeld te komen. “Laatst sprak een IT’er van ons op een congres over automatisering”, geeft Van Gemert een voorbeeld. Hij werft niet meer via advertenties in vakbladen of andere traditionele media. “Alles gaat online en is specifiek gericht op de doelgroep voor een vacature. Een IT’er komt via LinkedIn op een andere pagina uit dan een uitvaartverzorgster.”

Vernieuwing

Bij Monuta zijn sinds februari zestig uitvaartverzorgers vertrokken en meer dan veertig nieuwe begonnen. “Nieuwe functies, nieuwe mensen uit andere branches”, vat Beerepoot samen. “Hun achtergrond is heel divers en het zijn

andere types, extravert. Dat trekt ook weer andere mensen aan.” Ook Yarden vernieuwt. Broekhuis: “Wij doen dat alleen wel geleidelijk. Overledenzorg en vervoer zijn nu verschillende vacatures met andere profielen.”

neerd wordt door mannen.” Ze krijgen met begeleiding en training de kans om snel door te groeien. “Yarden heeft voor jonge, slimme, positief ingestelde, enthousiaste mensen met hooguit een jaar werkervaring een paar managementtrai-

werkt dat ook door op de arbeidsmarkt. Yarden doet het goed op de Beste Werkgeverslijst van Effectory, is uitgeroepen ‘het vitaalste bedrijf’ van Flevoland en bekroond als Top Employer. DELA ambieert een topnotering in de lijst van Great Place to Work. Van Gemert: “We begonnen vier, vijf jaar geleden op plek 18. Inmiddels staan we op plek 5.” Van Dongen vult aan: “Blijde collega’s zijn ook ambassadeur. Wie succesvol een nieuwe IT-collega aanbrengt, krijgt een bonus om te besteden aan persoonlijke ontwikkeling en DELA doneert aan Stichting Kinderdroomwens.”

Monuta onderzocht het effect van de arbeidsmarktcampagne ‘De toekomst van de uitvaart’ en heeft de toon en invulling aangepast. Beerepoot: “De conclusie: het heeft veel gekost en veel gedaan. Na de gevestigde namen, hebben nu onze eigen mensen de hoofdrol met hun passie en bevoegdheid. Door beter te laten zien wie wij zijn, bereiken we ook meer mensen, merken we nu al.” Bij DELA vertellen medewerkers hun verhaal op de site Maakwerkvanhetleven.nl. Van Gemert: “Op die site kun je zelf nagaan of jij bij ons past. Mensen die goed nagedacht hebben over wat zij willen betekenen, dát zijn onze beste sollicitanten”, zegt hij stellig. Om vervolgens goed voorbereid op gesprek te komen, kunnen ze gebruikmaken van de sollicitatietips die hij en zijn recruitmentcollega’s op YouTube hebben gezet..

Eind juni stonden er 36 vacatures open bij de grote drie uitvaartondernemingen. Als zelfbewuste werkgevers zegt geen van drieën benauwd te zijn voor krapte op de arbeidsmarkt. Volgens Monuta speelt de maatschappelijke trend de uitvaartbranche in de kaart. “Zingeving en met je werk het verschil maken worden steeds belangrijker”, zegt Beerepoot. “De branche is juist heel interessant voor een steeds grotere doelgroep.” Broekhuis voorziet ook in de toekomst geen tekorten: “Daarvoor is ons werk echt te betekenisvol.” ♦



Foto: iStock

“Wij creëren nu speciaal juniorfuncties bij onze facilitaire dienst”, doet Beerepoot er nog een schepje bovenop, “projectfuncties voor een jaar en leerwerkplekken voor mbo-studenten. Ook om jongeren met een andere achtergrond te bereiken. De jeugdwerkloosheid is nog altijd hoog en een startersfunctie vinden is niet makkelijk. Daar hebben wij als bedrijf ook een maatschappelijke verantwoordelijkheid in, vind ik.” Broekhuis merkt dat een bijbaantje of stage ‘enorm helpen’ om de branche en het bedrijf beter te leren kennen. “Maar net afgestudeerden willen een fulltimebaan en dat is in de uitvaartzorg lastiger. Gelukkig hebben we iemand, die tijdens haar studie op het callcenter bijverdiende, daarna aan kunnen nemen op het hoofdkantoor. Een ander met een bijbaantje in een crematorium is nu manager van dat crematorium.”

Talentontwikkeling

Van Gemert heeft bij DELA onlangs twee jonge IT-dames net van school aangenomen. “Ook goed voor de man-vrouwverhouding binnen het IT-vak, dat gedomi-

neeplekken”, zegt Broekhuis. “Wij willen graag dat ze ons bedrijf in de breedte leren kennen en zij doen via projecten werkervaring op. Wil je als organisatie groeien, dan moeten je mensen kunnen groeien.”

DELA kiest bewust niet voor een omlijnd management development-programma. Van Dongen: “Talentontwikkeling is voor iedereen. Dat kun je zelf doen, zowel persoonlijk als professioneel. Dat stimuleren we, zoals bijvoorbeeld in Ronde Tafelsessies.” In die bijeenkomsten zijn meer dan duizend medewerkers vorig jaar aan de slag gegaan met hun persoonlijke koers. Beerepoot is regelmatig verbaasd over hoe weinig collega’s in vaste dienst investeren in hun eigen aantrekkelijkheid voor de arbeidsmarkt. “We moeten allemaal langer door”, maant ze. “Blijf in beweging en zorg dat je ontwikkelt en groeit: hou vakliteratuur bij, kijk online eens naar een Tedtalk of ga vrijwilligerswerk doen.”

Werkgever

Wanneer werknemers tevreden zijn en je als werkgever goed te boek staat,