

## Når generasjon X skal ansette Y

Av Cecilie Asting, Hodejeger SAM Headhunting

### INNHold:

#### Side 1:

– Generasjon X og Y

#### Side 2:

– "The Talent Tsunami"

#### Side 3-4:

- Rekrutteringsmetoder

#### Side 5:

– Arbeidsmarkedet

#### Side 6:

– Nytt fra  
SAM Headhunting

**En rekrutteringsprosess kan i dagens arbeidsmarked ofte være både lang og vanskelig. Når arbeidsgiver og arbeidstaker i tillegg har ganske ulike holdninger og forventninger til selve arbeidet og organisasjonen, kan det være snakk om et generasjonskille.**

### Generasjon X

Generasjon X er født på 60- og 70-tallet, og sitter i dag i mange nøkkelstillinger i næringsliv og offentlig forvaltning. Gruppen er preget av oppvekst under den kalde krigen, oppløsning av kjernefamilien, og kalles ofte ironigenerasjonen. Selvrealisering og sterk identifikasjon med jobben er viktig for generasjon X.

### Generasjon Y

Trendforskere beskriver generasjonen, som er født etter 1980, som generasjon Y. Det som kjennetegner denne gruppen er oppvekst i ekstrem rikdom og velferd på den ene siden, og konstant fare for terror på den andre siden. Kulturen som preger dem er å lykkes her og nå, de vil ikke leve "vanlige liv", samtidig som de er mer idealistiske enn sine forgjengere. Generasjon Y er opptatt av å være med på å skape en bedre verden, og mindre opptatt av jobb og karriere enn generasjon X.

Generasjon Y er opptatt av hvilke verdier og hvilket ansvar en organisasjon har, de har andre krav til både ledelse, arbeidsoppgaver og personlig utvikling, enn eldre generasjoner. For å komme i posisjon er det viktig at arbeidsgivere er klar over og opptatt av disse problemstillingene slik at de framstår som attraktive. Organisasjonen trenger en tydelig "identitet" og må være synlig i markedet.

Generasjon Y er vant til å bli sett, det ønsker de også i et ansettelsesforhold, blir de ikke det, eller er de på andre måter misfornøyd med sin egen utvikling, vil de rakst være på jakt etter nye oppgaver

utenfor organisasjonen.

Lojaliteten ligger hos dem selv, ikke hos arbeidsgiver, det blir mer ett spørsmål hva organisasjonen kan tilføre arbeidstakeren og ikke omvendt.

Eldre generasjoner kan lett tenke at dette er en selvopptatt gruppe som organisasjonen like godt kan være foruten. Men organisasjoner som vil overleve på sikt er avhengig av å tiltrekke seg og beholde de mest egnede ansatte for sin organisasjon, og må derfor forholde seg aktivt til endringer i arbeidsmarkedet. Positive kjennetegn ved generasjon Y er at de er flinke, de er godt utdannet, samtidig som de har en rekke kvaliteter eldre generasjoner ikke har. Som eksempel kan det nevnes at de er gode til å arbeide i team, og at de erfaring fra å forholde seg til og samhandle med et mangfold av etniske grupper.

Kilder: Aftenposten, konsulentguiden.no

## X + Y = XY

**I SAM Headhunting** har vi gode relasjoner med flere utdanningsmiljøer og kjenner derfor også godt til denne generasjonen, deres sterke sider og positive kjennetegn. Er din bedrift på jakt etter en kandidat i Generasjon Y mener vi at vi har gode muligheter til å presentere de beste kandidatene. Rett profil og riktig kandidat er imidlertid alltid vårt viktigste anliggende uansett om behovet for nyansatte representerer Generasjon Y eller eldre generasjoner.

### SAM Headhunting AS

– Et selskap i  
SAM Headhunting Group

Dyrløkkeveien 2  
NO-1440 Drøbak  
Tlf. +47 64 98 86 60  
Fax +47 64 98 86 61  
[www.samheadhunting.no](http://www.samheadhunting.no)



*"... gullklokkas  
tidsalder er forbi"*

*"Fremtidens  
arbeidstakere vil  
spørre; hva kan dere  
som arbeidsgiver  
gjøre for meg?"*

## "The Talent Tsunami"

*Av Dagfinn Unhjem, Hodejeger SAM Headhunting*

**Selv om det er uro og usikkerhet knyttet til situasjonen i verdensøkonomien, og at vi høyst sannsynlig vil oppleve stagnasjon eller tilbakegang i norsk økonomi, er det viktig at vi allerede nå tar innover oss en annen situasjon som vil komme med full kraft i fremtiden.**

Monster Worldwide Norway AS arrangerte nylig et interessant seminar med internasjonal rekruttering som tema. Noen av konklusjonene fra dette seminaret var:

**Dramatisk nedgang i netto tilvekst på arbeidsmarkedet.** I de neste 10-15 årene bare i Norge pensjoneres 10-15 000 flere 60-70 åringer enn antall 20-30 åringer som går inn i arbeidsmarkedet.

**En må tilpasse seg Generasjon Y.** Denne generasjonen som nå går inn i arbeidsmarkedet har helt andre krav enn tidligere generasjoner.

**Kun 14 % av alle arbeidstagere defineres som høyt motiverte.**

**Økt mobilitet.** En nyutdannet i 2008 vil i fremtiden trolig ha et sted mellom 10-13 ulike arbeidsgivere i sitt arbeidsliv. De som i dag går ut av arbeidslivet har i snitt hatt 3-4 arbeidsgivere i løpet av 40 års arbeid.

**Større utdanningskrav.** 85 % av alle stillinger i dag krever minimum gymnasutdannelse mot 61 % i 1991.

**Etterspørselsgap.** 60 % av alle nye jobber krever kompetanse/erfaring som kun 20 % av arbeidsstyrken besitter. Gapet er først og fremst på utdannet teknisk arbeidskraft og ledere.

**Kompetansegap.** 40 % av alle bedrifter sier de har akutte problemer med å rekruttere kompetanse. 79 % sier de ser store problemer i fremtiden for arbeidskraft til sin bedrift/bransje.



En må se på hva en kan gjøre for å få **utenlandsk spesialarbeidskraft** til Norge.

*Kilde: Monster Worldwide Norway AS,  
Stein-Erik Myhre.*

**Kort oppsummert:  
En må gjøre mer av alt!**

Dette er noe vi i SAM Headhunting Group har tatt innover oss, slik at vi stadig forbereder oss på den situasjonen som vil komme.

**SAM Headhunting Group** er i dag representert i over et 20-talls europeiske land, og med kontinuerlig videre utvikling og vekst World Wide. Vår internasjonale virksomhet og unike nettverk betyr at vi høy grad kan bidra til å gjøre "Talenttsunamien" mindre plagsom for norske selskaper og offentlig sektor.

Vi tar godt vare på våre kandidater og vi følger de opp både før, under og etter en rekrutteringsprosess. På den måten fremstår vi som en attraktiv partner for samarbeidspartnere innen privat og offentlig sektor. For å lykkes med Generasjon Y kreves det bl.a. god og effektiv kandidatoppfølging. Dette er en annen av våre styrker og som vi investerer mye ressurser på å få til.

# Rekruttering – et eget fag med flere metoder

Av Trine Hegna, direktør - seniorpartner SAM Headhunting AS

**Det er flere måter for en bedrift å gå frem på når man skal ha en ny medarbeider. Man kan lyse ut den ledige stillingen i media, man kan finne en kandidat blant nettverk/kjente, eller man kan benytte ekstern bistand.**

Bruk av ekstern bistand er stadig økende også i Norge. Dette skyldes ikke minst det vanskelige arbeidsmarkedet de siste årene, men det er også andre sentrale forhold som spiller inn. Det å rekruttere riktig person er en meget krevende prosess, hvor prisen for feilrekruttering er betydelig. Rekruttering er krevende også i forhold til å avsette tid, ressurser og fokus på prosessen.

Ofte kan den som skal ha en ny medarbeider være litt "låst" i forhold til hvilke profil man skal ansette eller hvilket behov man egentlig har. Forskning viser at man tenderer til å velge tilsvarende som man har hatt før.

Og ofte mangler bedrifter gode støtteverktøy slik at valg av kandidat utelukkende baseres på subjektive vurderinger og tidligere erfaringer.

Mange bedrifter velger likevel å rekruttere selv.

Argumentene er velkjente "det er vi som kjenner vår bransje best", "det er vi som vet hva vi skal ha", "det er vi som vet hvem som passer inn her" og "det er vi som skal like vedkommende".

## **Og det er helt riktig det.**

Selvsagt har bedriften førstehånds- og inngående kjennskap til seg selv og sin bransje, og selvsagt skal de ville ansette en de kan jobbe godt sammen med og som passer inn.

Skal man derfor benytte en ekstern samarbeidspartner må dennes verdigrunnlag derfor ligge i å investere tid i bedriften – og senere, tid med kandidatene.

Det er beinhard kamp også i rekrutteringsbransjen. Bare de siste 2-3 årene har antall aktører blitt mangedoblet. Vær klar over at det er mange ulike metoder og konsepter ute og går.

Vi ser at en del "rekrutterere" mer eller mindre administrerer prosessen på vegne av bedriften. Etter å ha utarbeidet en stillingsbeskrivelse og en annonse, søker man gjentatte ganger etter kandidater i tradisjonell avispresse. Denne metoden kan vi kalle defensiv rekruttering, og den er både tidkrevende og kostbar.

Vi ser også at prosessen hos mange rekrutteringsaktører håndteres svært fragmentert. Det vil si "noen har solgt", andre leter etter kandidater, mens atter andre intervjuer, referansesjekker og/eller presenterer kandidatene. Vi er usikre på hva dette kan kalles utover "mekanisk spesialisering".

Uansett tror vi dette kan medføre svakere fokus, eierskap og innlevelse i oppdragsgivers behov enn hva denne har grunn til og forvente. Ofte kan slike prosesser ta opptil 3-6 måneder. Vår erfaring er at det kan være vanskelig "å holde på" gode kandidater over så lang tid.

Andre aktører har spesialisert seg på å selge CV'er fra store og upersonlige CV databaser. Her kan du kjøpe "teorien" – "praksisen" må du finne ut av selv.

Endelig har du noen som "mikser" mer eller mindre litt tilfeldig av alle metoder.



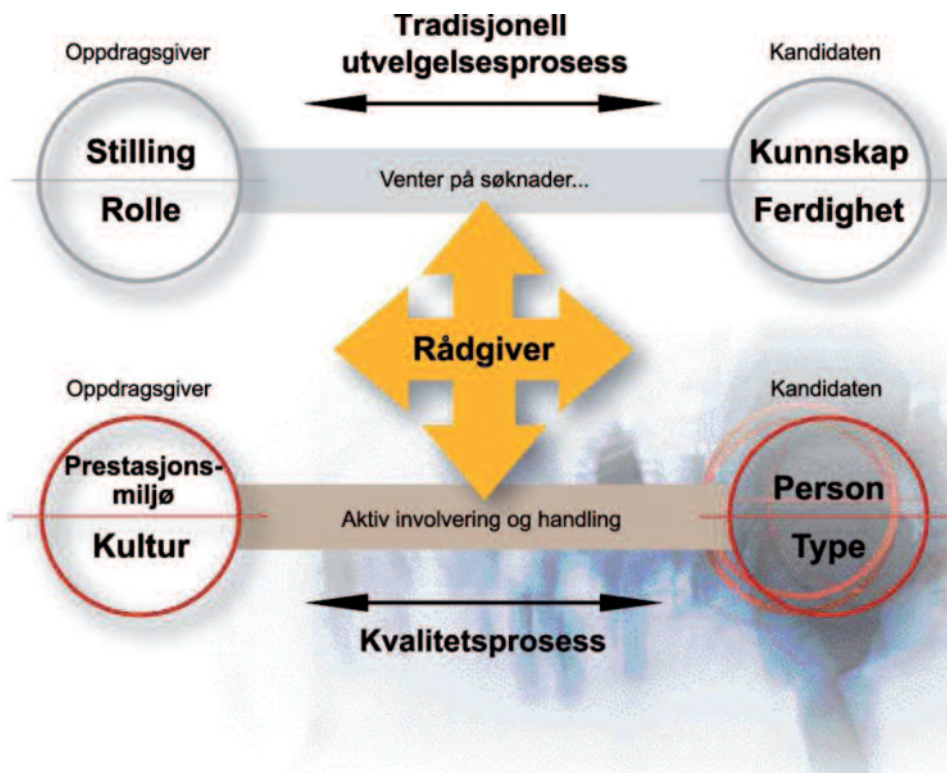
**Ikke alle veier er like velkjente, effektive og trygge**

**Ikke alle fører til deg til mål**

### SAM Headhunting tenker og jobber ikke slik.

- Vi har vært lenge i markedet og vi kan dokumentere vår prosess og våre gode resultater
- Vi er selv erfarne ledere med linje/stab eller toppledererfaring
- Vi ønsker å jobbe intensivt med få kunder og oppdrag ad gangen
- Vi dedikerer normalt hele oppdraget til én hodejeger, og som håndterer oppdraget fra a-å
- Vi investerer tid i forkant med bedriften, og opptre som sparringspartner og rådgiver
- Vi er profesjonelle nettverksbyggere
- Vi benytter oss av mange ulike kanaler for å tiltrekke oss oppmerksomhet
- Vi går aktivt ut i nettverkene for å lete opp riktige kandidatprofiler
- Vi investerer tid sammen med kandidatene
- Vi benytter enkle, men velrenommerte analyser som støtteverktøy
- Vi følger opp både bedriften og kandidaten i etterkant av ansettelsen
- Vår prosess tar normalt 4-6 uker

Det er dette vi kaller "SAM Forskjellen";



*Ikke vanskelig å være enig i at dette er en klok vei å gå, vel?  
Prøv oss, så får du selv erfare det som våre gode kunder og kandidater allerede har opplevd.*

*"SAM Forskjellen"  
– vår bærende styrke"*

## Arbeidsmarkedet

Av Trine Hegna, Direktør – Seniorpartner

Vi har tidligere meldt om "mørke skyer" på makroøkonomisk nivå, og at det er forventet avdempet vekst også i Norge. Vi registrerer nå selvfølgelig også den sterke uroen på finansmarkedene.

Foreløpige BNP-tall bekrefter omslaget i norsk økonomi med en markert nedgang i veksten. En viktig grunn til den lave veksten er utviklingen i det private konsumet, som nå over en lengre periode har flatet ut. Høyere rente og fortsatt fallende boligpriser vil føre til at veksten i det private konsumet også framover etter all sannsynlighet vil være lav.

SSBs konjunkturbarometer gir klare indikasjoner på at norsk økonomi også framover vil gå igjennom en periode med lavere vekst. Industriproduksjonen har imidlertid fortsatt stor vekst.

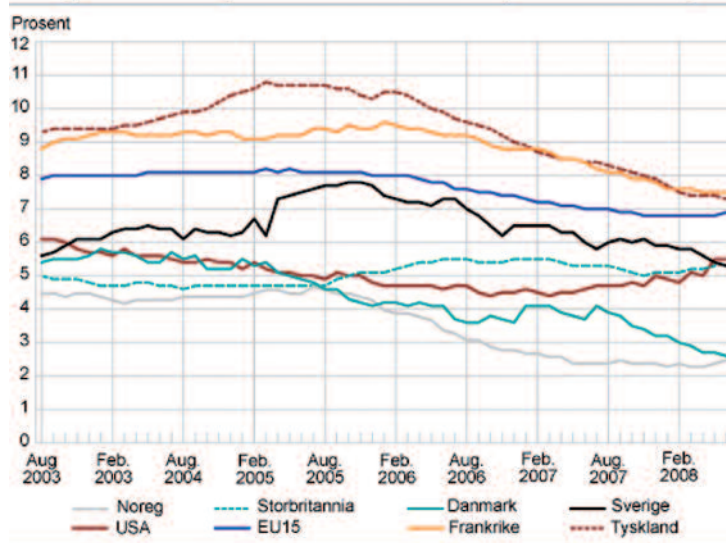
Færre ledere peker nå på at arbeidskraft representerer en begrensende faktor på produksjonen og stadig flere peker på at det er etterspørsels- og konkurranseforhold som nå begrenser produksjonen. Det er særlig trevareindustrien som nå melder om dårligere tider.

Rykende ferske prognoser fra NAV indikerer en svak nedgang i arbeidsledigheten med 0,3 %, eller ca 8.000 personer under år 2009. Økningen i arbeidsledigheten rammer først og fremst typiske mannsyrker og yrker spesielt innen bygg/anlegg. I tillegg er det særlig de unge og ufaglærte som først vil rammes av en konjunkturedgang.



**“Det handler uansett om å sikre seg dyktige medarbeidere”**

Sesongjustert arbeidsløyse i utvalgte land. 2003-2008. I prosent av arbeidsstyrken



Kilde: SSB og Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>).

Arbeidsledigheten er på et rekordlavt nivå i Norge med bare 2,8 % av arbeidsstyrken ledig. Dette betyr at det stadig vil være en fortsatt kamp om å få tak de riktige medarbeiderne, og en fortsatt sterk etterspørsel etter arbeidskraft for de fleste bransjer fremover.

Kilder: NAV pr august og september, NHO 2.kvartal 08.

**Nøkkeltall 2.kv 08:**  
2,8 % arbeidsledige  
71,7 % sysselsatte  
6,2 % sykefravær

## SAM Headhunting AS

– Et selskap i  
SAM Headhunting Group

Dyrløkkeveien 2  
NO-1440 Drøbak  
Tlf. +47 64 98 86 60  
Fax +47 64 98 86 61  
[www.samheadhunting.no](http://www.samheadhunting.no)

BELGIA

DANMARK

FINLAND

FRANKRIKE

HVITERUSSLAND

ISLAND

IRLAND

ITALIA

KARIBIA

KINA

LUXEMBOURG

NERDERLAND

NORGE

POLEN

RUSSLAND

SVEITS

SLOVAKIA

SPANIA

STORBRIANNIA

SVERGIE

SØR-AFRIKA

TSJEKKIA

TYSKLAND

UAE

UKRAINA

UAE

ØSTERRIKE

## Nytt fra SAM Headhunting

### Ny Hodejeger



**Dagfinn Unhjem** har lang erfaring fra Forsvaret og departement med ledelse, HR på flere nivå, internasjonal tjeneste fra flere land og flere år med endringsprosesser. Han har også erfaring fra egen konsulentvirksomhet med nettrekuttering som hovedområde. Han har innehatt både selvstendige lederstillinger og stabstillinger.

Dagfinn Unhjem er utdannet offiser i Hæren fra Forsvarets stabsskole og Forsvarshøgskolan i Sverige.

Vi ønsker alle en strålende flott høst!



## Hodejegerne hos SAM Headhunting AS:

**Svein M. Olsen.** Adm.dir – Sr. partner.  
Tlf. +47 934 18 787  
E-post: [smo@samheadhunting.com](mailto:smo@samheadhunting.com)

**Trine Hegna.** Direktør – Sr. partner.  
Tlf. +47 908 56 994  
E-post: [th@samheadhunting.com](mailto:th@samheadhunting.com)

**John K. Rasmussen.** Partner.  
Tlf. +45 28 40 24 84  
E-post: [navn@samheadhunting.no](mailto:navn@samheadhunting.no)

**Bjørn Jensen.** Partner - Hodejeger.  
Tlf. +47 900 22 871  
E-post: [bj@samheadhunting.com](mailto:bj@samheadhunting.com)

**Arne Larsen.** Partner – Hodejeger.  
Tlf. +47 917 51 778  
E-post: [al@samheadhunting.com](mailto:al@samheadhunting.com)

**Tore A. Hansen.** Partner - Hodejeger.  
Tlf. +47 970 13 072  
E-post: [tah@samheadhunting.com](mailto:tah@samheadhunting.com)

**Ronald A. Eriksen.** Hodejeger.  
Tlf. +47 400 67 000  
E-post: [re@samheadhunting.com](mailto:re@samheadhunting.com)

**Erik A. Mollèn.** Hodejeger.  
Tlf. +47 995 44 330  
E-post: [eam@samheadhunting.com](mailto:eam@samheadhunting.com)

**Cecilie Asting.** Hodejeger.  
Tlf. +47 450 02 247  
E-post: [ca@samheadhunting.com](mailto:ca@samheadhunting.com)

**Reidar Samuelsen.** Hodejeger.  
Tlf. +47 991 59 000  
E-post: [rsa@samheadhunting.com](mailto:rsa@samheadhunting.com)

**Helge Svensson.** Hodejeger.  
Tlf. +47 915 60 150  
E-post: [hsv@samheadhunting.com](mailto:hsv@samheadhunting.com)

**Dagfinn Unhjem.** Hodejeger.  
Tlf. +47 934 98 373  
E-post: [du@samheadhunting.com](mailto:du@samheadhunting.com)