

Economie

Kwart werknemers twijfelt aan nut baan

Peter de Waard
Amsterdam

Acht van de honderd werknemers ervaart het werk dat ze doen als zinloos. Nog eens 17 van de honderd betwijfelen of hun werk enig nut heeft. Dat blijkt uit een onderzoek van Robert Dur (Erasmus Universiteit) en Max van Lent (Universiteit Leiden) onder 100 duizend werkenden in 47 landen in de wereld.

'Er doen veel verhalen de ronde over mensen die vinden dat hun werk nutteloos is of zelfs een negatieve impact heeft op de samenleving. Maar de bewijzen daarvoor waren tot nu toe vooral anekdotisch. Nu hebben we dat ook met getallen proberen te onderbouwen', zegt Dur.

Hij vindt 8 procent zelf hoog-hoger dan op voorhand was verwacht. Het onderzoek is gebaseerd op data van het International Social Survey Program in vier tijdsperiodes. Hierbij wordt werknemers op basis van anonimiteit gevraagd of ze het eens zijn met het de uitspraak: 'Mijn werk is nuttig voor de samenleving'. Driekwart van de werknemers beaamde dat in het laatste onderzoek.

Er zijn aanzienlijke verschillen per

land. In landen als Polen, Israël en India ervaart een veel groter deel van de mensen hun werk als nutteloos dan in Noorwegen, Zwitserland en Mexico.

Als mensen hun werk nutteloos vinden betekent dat een grote verspilling van arbeidskracht, aldus de onderzoekers. Het leidt tot een lagere productiviteit.

Opvallend is dat in tijden van recessie mensen hun beroep vaker zinloos vinden. Dur: 'Dit duidt erop dat organisaties en bedrijven vaak mensen in dienst houden die weinig te doen hebben in hoop op betere tijden.' Een lage of hoge ontslagvergoeding maakt geen verschil. 'Slecht management zou ook een oorzaak kunnen zijn. Managers zien niet dat sommige banen zinloos zijn geworden.'

Daarnaast kunnen werknemers ook mogelijke negatieve gevolgen van hun werk voor de samenleving laten meewegen. Dat geldt bijvoorbeeld voor effectenadviseurs, makelaars en assurantietussenpersonen. Ook in de tabaksindustrie en casino's zijn er mensen die denken dat ze met hun werk de mensheid eigenlijk een slechte dienst bewijzen. Ook wijst Dur op de theorie van denker Karl Marx die stelt dat vergaande specialisatie zinvol werk zinloos zou kunnen doen lijken.

Hebben is uit, huren is in

In de nieuwe, bezitloze economie zou het niet meer om kopen gaan, maar om gebruiken. Toch blijken veel Nederlanders kritisch over zulke constructies. Terecht?

Door Koen Haegens

Wie heeft er nou lampen, tafels, stoelen en vloerbedekking nodig? In een duurzame economie gaat het om gebruiken, niet om bezitten. Dus worden er lichturen afgenomen bij de fabrikant, net als tafeluren, zituren en zelfs loopuren - voor op die vloerbedekking. Dat klinkt als toekomstmuziek, maar sommigen doen het al. Zoals architect en duurzame denker Thomas Rau. 'Je komt met niks en je gaat met niks', zo haalde hij een in Bhutan opgedane wijsheid aan in een eerder interview met *de Groene Amsterdammer*. 'Waarom dan tussendoor al die spullen verzamelen en ophopen?' De voordelen van een bezitloze economie zijn groot, vooral voor het milieu. In de huidige wegwerpmaatschappij kunnen fabrikanten er baat bij hebben als hun producten niet al te lang mee gaan. Maar als we die spullen gaan huren in plaats van ze te kopen, komt een circulaire economie in zicht. Hoe duurzamer het product, hoe langer er immers geld aan verdiend kan worden. En loopt het abonnement af, dan kan de fabrikant

i
70

PROCENT van de Nederlanders ziet weinig in abonnementen op fysieke goederen als wasmachines en koelkasten.

zijn spullen opnieuw verhuren, of ze hergebruiken. Zoals Philips, dat ondernemers de keuze biedt enkel nog voor de dienst 'verlichting' te betalen. Het materiaal - armaturen, lampen - blijft dan eigendom van Philips.

Kan zo'n economie zonder eigendom ook aanslaan bij consumenten? Op het eerste gezicht lijkt de tijd rijp voor een omslag. Kochten we vroeger fysieke cd's, tegenwoordig nemen we een abonnement op Spotify. In een vandaag verschenen onderzoek schat ING de totale uitgaven in die 'abonnementen-economie' in Europa op 350 miljard euro per jaar. Daarbij lijken er ook groeimogelijkheden voor abonnementen op fysieke goederen, zoals auto's. Het aantal particuliere leasecontracten in Nederland nam het afgelopen jaar naar schatting toe van 64.000 naar 103.000.

Inmiddels regent het abonnementen. Marieke Blom, hoofdeconoom van ING Nederland, maakt daarbij onderscheid tussen duurzame goederen als auto's en wasmachines en consumptiegoederen als voedselboxen of wc-papier. 'Die verbruik je, dus dan heb je het veel minder over de circulaire economie', legt ze uit. 'Gebruiksgemak staat voorop bij dit soort abonnementen. Je koopt tijd.'

IK VIND MIJN WERK NUTTIG

TOP 5

- 1 Brandweerman / -vrouw
- 2 Bijstandsbambtenaar
- 3 Bibliothecharis
- 4 Verpleegkundige
- 5 Docent

IK VIND MIJN WERK NUTTELOOS

TOP 5

- 1 Kunstenaar
- 2 Pr-functionaris
- 3 Financieel manager
- 4 Kok, ober of bartender
- 5 Econoom

Advertentie

Vakantie op jouw manier

Zin in wat anders?

Altijd inclusief: ✓ vlucht ✓ verblijf ✓ huurauto

Altijd Inclusief Auto

Wil jij tijdens je vakantie weg van de massa op ontdekking gaan en zelf je tempo bepalen? Zoek je rust, ruimte en vooral geen gedoe? Kijk dan op www.karinschoice.nl

Karin's Choice

Italië - Toscane - Cerreto Guidi
Agriturismo Isola Verde
8 dgn v.a. 6 p. € 390 p.p.

Griekenland - Lesbos - Molivos
Rodi Villa
8 dgn v.a. 3 p. € 544 p.p.

Coolblue bezorgt nu ook pakketjes per fietskoerier

Marijn Thijs
Amsterdam

Webwinkel Coolblue zet sinds dinsdag in Eindhoven en Den Haag eigen fietskoeriers in om kleine pakketjes te bezorgen. De retailer gaat vooral kleinere elektronica producten zoals laptops, hoofdtelefoons en smartphones per fiets bezorgen. Voor de bezorging van wasmachines en koelkasten blijven bestelbussen noodzakelijk.

Coolblue denkt dat het bezorgsysteem flexibeler wordt door fietskoeriers in te zetten. Het bedrijf biedt in de steden met een fietskoeriersdienst een tijdsvak van één uur waarin het pakketje geleverd wordt. Ook stuurt de fietskoerier vijftien minuten voor aankomst een sms aan de koper.

Coolblue is niet het eerste e-commercebedrijf dat gebruik maakt

van fietskoeriers. Marktlieder Bol.com bezorgt in woonwijken volgens een woordvoerder ruim 24 procent van de pakketjes per fiets via externe partners zoals PostNL. Daarnaast levert Bol.com pakketten aan afhaalpunten om 'duurzame bezorging te stimuleren'. Ook e-retailer Wehkamp heeft vorig jaar een fietskoeriersdienst in de arm genomen om in twaalf steden bestellingen per fiets af te leveren. 'We hebben de ambitie dat aantal verder uit te bereiden', vertelt een woordvoerder. 'Steden worden steeds drukker en met de fiets kunnen we klanten gemakkelijker bereiken. Ook is bezorging per fiets veel milieuvriendelijker dan bezorging per auto.'

CoolBlue zoekt 250 nieuwe bezorgers om pakketjes op de fiets rond te brengen. Na Eindhoven en Den Haag wil het bedrijf de fietsbezorgingsdienst uitbreiden naar Amsterdam, Rotterdam, Utrecht en Groningen.