



**Generation Z dominerer den vestlige verden via deres sociale medier, TikTok-trends og YouTube kanaler, men hvem er de egentlig og hvordan passer de ind i vores traditionelle optometriverden?**

## Ledelse og rekruttering: Hvordan passer Generation Z ind i optikerforretningerne?

Af Nadine A. H. Rosendahl

Optometrist, cand.san. Adjunkt ved KEA

**Denne artikel præsenterer et mindre forskningsprojekt, der søger at afdække de tanker og holdninger, som præger den unge generation af optometriste, og dermed vores fremtidige arbejdsfelt inden for optometri.**

### Generation Z

Hvem er Generation Z egentlig? Der er forskellige meninger om det præcise årstal de fødte i, men der er dog enighed om, at det er inden for årstallene 1995-1997 og frem til 2012<sup>(1)</sup>. Denne generation adskiller sig fra de tidligere generationer, og kan defineres som 'de digitalt indfødte'<sup>(2)</sup>, vokset op i en privilegiefyldt verden, med en stærkere økonomi end før set. De har set karrieremuligheder som 'Influencere' og 'YouTubere' og de skifter gerne job hyppigt uden nogen særlig bekymring for, om det vil påvirke deres CV.

I 2023 dimitterede 81 studerende fra optometristuddannelserne i Danmark, hvoraf 48% af årgangen var født i Generation Z<sup>(3)</sup>. Hvordan passer denne nye arbejdskraft så ind i branchen?

### Kvalitativt forskningsprojekt

Et mindre forskningsprojekt blev udført på Københavns Erhvervsakademi, med fokus på Generation Z og deres forventninger og drømme til deres fremtidige arbejdsliv. Projektet tog udgangspunkt i Frederic Laloux, en belgisk forskers teori om organisationsformer. Han præsenterer et nyt verdensbillede, med arbejdspladser organiseret med fokus på selvledelse, arbejderens som et menneske med fokus på privatliv og work-life-balance, samt et evolutionært formål med jobbet. En organisationsform, hvor jobs ikke kun tages for at tjene penge, men fordi den ansatte også kan se formålet med sit arbejde, og har et ønske om at opfylde dette<sup>(4)</sup>.

Denne organisationstype er i vækst, men ikke nødvendigvis inden for optometriens verden endnu. Med tanken om nye organisationsformer i baghovedet, rejses spørgsmål om, hvad vores fremtidige arbejdstagere inden for optometri egentlig drømmer om?

### Fem interviews

Fem dimittender fra årgang 2023, i aldersgruppen, der definerer dem som Generation Z, blev interviewet med fokus på deres tanker og drømme inden for det fag, som de netop var blevet færdiguddannede til.

De blev interviewet ud fra en spørgeramme, der fokuserede på dimittendernes tanker om fremtidige jobs, ledelse på arbejdspladsen, betydning af løn og lønbonus, arbejdstider, fremtidig arbejdsglæde og engagement.

### Arbejdstider

Vi har hørt det før i vores branche, og dimittenderne adskiller sig ikke meget på denne front, med et ønske om at gå tidligere hjem fra arbejde end den klassiske butikstid.



De fem dimittender er meget enige og en mandlig dimittend udtaler:

*"Jeg kunne måske godt tænke mig at slutte arbejdsdagen omkring klokken fire eller fem, og så starte lidt tidligere. Det hører jeg også andre klassekammerater og kollegaer snakke om."*

En kvindelig dimittend tilføjer:

*"Det jeg mest kan høre på min egen generation, det er det her med arbejdstider. Vi lægger meget vægt på arbejdstiderne. Vi er relativt fleksible med hvad vi laver, for vi kan godt lide vores fag, men det med at skulle være til de sene tider..."*

Flere af dimittenderne nævner familie som et omdrejningspunkt og udtrykker også tanker om deres fremtidige arbejde, men hos alle fem adspurgte dimittender, er arbejdstiderne noget der fylder, og noget de ser som en udfordring. Det er også grunden til, at nogle overvejer om de kan finde alternative ansættelsesformer i branchen, som ikke ligger i de traditionelle forretninger.

## Løn

Løn findes ikke som en vigtig faktor blandt de interviewede dimittender. Fire ud af fem dimittender er skeptiske omkring lønbonusser, og motiveres ikke af dette, særligt ikke på individuelt niveau.

Med tanke på Generations Z's opvækst, kan der findes en sammenhæng mellem den økonomiske sikkerhed de er vokset op med. En høj løn har motiveret tidligere generationer, men måske i højere grad dem, der har oplevet mindre økonomisk overflod.

En kvindelig dimittend udtaler:

*"Løn er faktisk ikke så vigtigt for mig lige nu. Jeg vægter egentlig højere at det er et sted jeg har det godt, og som passer til mig."*

Alle dimittender vægter arbejdsopgaver, de finder interessante, højere end løn.

Én dimittend har endda fravalgt en arbejdsplads, der kunne tilbyde kortere transport, samt højere løn, fordi hun var gladere for de sociale bånd på hendes nuværende arbejdsplads. Alle dimittenderne synes at det er en bonus, hvis de har gode kollegiale bånd, men de ser det ikke nødvendigvis som et krav, at deres kolleger skal blive private venner.

## Motivation

Ingen af de adspurgte dimittender betragter optometri som deres kald, men de lægger vægt på hvad de er kommet til at brænde for i faget; de sundhedsfaglige ydelser, herunder refraktive undersøgelser, fundusbilleder, OCT-scan, IOP-målinger og synsfeltscreeninger. Det motiverer dem, at de kan hjælpe patienter med en forøget livskvalitet og at de kan gøre en forskel. De ser ikke salg af hverken briller eller kontaktlinser som en del af dette, men snarere som den del af jobfunktionen de ønsker at undgå.

En kvindelig dimittend udtaler:

*"I forhold til min egen personlige interesse, der kunne jeg rigtig godt tænke mig at komme inden for det sundhedsfaglige perspektiv af vores fag eller vores branche, så for mig kunne det være rigtig spændende at arbejde hos en øjenlæge eller på et hospital."*



En anden kvindelig dimittend udtaler:

*"Hvis det skal være ideelt for mig (...), så kunne jeg godt tænke mig det handlede om at tage forprøver selv, tage billede og måle tryk. Så tage folk ind til synsprøven, og fratages ansvaret for at sælge brillen."*

En mandlig dimittend finder også størst interesse i det kliniske, men udtaler følgende:

*"Men jeg synes også det er godt at der er noget salg involveret i det, for nogle gange, hvis man bare sidder i et rum hele dagen lang, så bliver man også brændt ud, så man skal også ud og have noget nyt i hverdagen."*

Overvejende ønsker størstedelen at være helt fritaget for salg, men dimittenderne udtrykker også forståelse for branchen og den tilhørende økonomi. Som den mandlige dimittend udtaler, er der også et ønske om variation i arbejdsdagen, herunder udtrykker alle dimittender ønske om efter- og videreuddannelse inden for deres fag.

## Konklusion

Generation Z synes vores fag er spændende, men et af de største problemer, er drømme, som ikke altid går hånd i hånd særligt med vores branches klassiske tilrettelæggelse af arbejdstider, defineret inden for lukkeloven.

Som en branche der i høj grad skriger på arbejdskraft, må vi se på om vi kan beholde vores klassiske arbejdsmønstre, eller om branchen må reevaluere, udvikle og tilpasse sig til de arbejdskræfter der bliver tilgængelige. Generation Z er ikke bange for at udforske andre jobmuligheder, så hvis de ikke passer ind i vores branche på sigt, er det så branchen eller generationen, der skal ændre sig?

## Referencer

- 1) Schwieger D, Ladweg C. Reaching and Retaining the Next Generation: Adapting to the Expectations of Gen Z in the Classroom. Information Systems Education Journal (ISEDJ) 2018; 16 (3): 45-54.
- 2) Parker K, Igielnik R. On the Cusp of Adulthood and Facing and Uncertain Future: What we know about Gen Z so far. Paw Research Center; 2020.
- 3) Tal fra Københavns Erhvervsakademi, samt Erhvervsakademiet Dania, 2023.
- 4) Laloux F. Reinventing organizations – a Guide to Creating Organizations Inspired by the Next Stage of Human Consciousness. Bruxelles: Nelson Parker; 2014