

MAXIMALISTEN

Ik: 'Mijn naam is Jeroen, en ik ben een maximalist.'

Allen: 'Hallo, Jeroen.'

Leidster: 'Welkom, Jeroen. Vertel ons je verhaal.'

Ik: 'Het begon, denk ik, toen ik zestien was. Toen deed ik voor het eerst iets niet omdat ik het leuk vond, maar omdat het goed zou staan op m'n cv. Vervolgens ging het van kwaad tot erger. Ik ging studeren aan een University College, da's een selectieve opleiding maar je hebt er zoveel vrijheid dat je erna nog minder goed weet wat je met je leven wilt doen dan toen je er binnenkwam. Nu zit ik dus met hoge verwachtingen, maar die zijn heel abstract en nergens op gericht. Ik weet dat ik veel voor elkaar wil krijgen, maar ik heb geen flauw idee waarin. Dit maximalisme heeft trouwens invloed op alle gebieden van m'n leven, niet alleen op studie of werk. Neem bijvoorbeeld vakanties. Nu ik al die foto's op Facebook zie van mensen die door Australië trekken, wil ik echt niet meer fietsen op de Veluwe.'

Leidster: 'Herkennen jullie dat?'

Allen: 'Ja.'

Mijn generatie kent vele namen. Journalisten en onderzoekers hebben het over Generatie Y, Generatie Einstein, the Millennials, the Net Generation, Generation Next, the Echo Boomers, de Netwerkgeneratie, the Digital Natives, de Shuffle-generatie, the Strawberry Generation, de Internetgeneratie, de Grenzeloze Generatie. Over één ding zijn alle experts het eens: jongeren van nu hebben torenhoge verwachtingen van hun leven. Ze zijn allemaal op de één of andere manier 'handig' (voornamelijk met digitale middelen) en willen graag rijk, beroemd en/of succesvol worden. Je kunt dit als iets positiefs zien, zoals Inez Groen en Jeroen Boschma doen, die in hun boek *Generatie Einstein* benadrukken dat jongeren tegenwoordig sterk voor zichzelf opkomen, of je kunt de gevaren ervan blootleggen, zoals in de VPRO-documentaire *De BV IK*. Maar het staat vast dat mijn generatie het allerbeste voor zichzelf wil. We verlangen naar een perfecte relatie, eisen een inspirerende baan en kunnen niet zonder meeslepende reiservaringen. Vaak valt het echte leven tegen, wat kan leiden tot verschijnselen als de *quarterlife crisis*: een identiteitscrisis, vaak met burn-out, van mensen tussen de twintig en de dertig.

Dat ik zelf ook nogal hoge verwachtingen heb van het leven realiseerde ik me pas laat. De eerste keer dat ik er echt over begon na te denken was in maart 2012. Ik was toen aanwezig bij de Nationale Carrièrebeurs in de RAI in Amsterdam. Dit evenement besloeg meerdere hallen, en had meer dan vijftienduizend mensen getrokken. Op het gedeelte van de beursvloer dat alleen voor academici toegankelijk was speelde zich een kenmerkend tafereel af. Studenten en jonge afgestudeerden dromden samen bij de

stands van zogenaamde topwerkgevers, op jacht naar een babbeltje met een van de weinige recruiters. Achterin bevond zich een nog exclusiever gedeelte. Hier werden alleen studenten toegelaten die op voorhand waren uitgenodigd voor een interview of op de beursvloer een wildcard voor een gesprek in de wacht hadden gesleept. Zij mochten op audiëntie komen bij Shell, Unilever of KLM.

Je raadt het al: ik kreeg geen uitnodiging. Dat kon ik natuurlijk prima aan mezelf uitleggen, want ik was jong, onervaren en noem maar op, maar toch was ik een tikje teleurgesteld – ik had het leuk gevonden als ik wel was uitverkoren. Maar het ging niet alleen om die gesprekken. Overal op deze beurs hadden de mensen die op mij leken, de studenten dus, hetzelfde doel: zo snel mogelijk contact leggen met deze topwerkgevers. Dat was overigens een abstract doel; niemand wilde naar Unilever omdat ze zo geïnteresseerd waren in voedselveiligheid of iets dergelijks, maar alleen omdat Unilever een grote naam was. We gingen dus met z'n allen niet voor de inhoud, maar voor de vorm; niet voor het product, maar voor de merknaam. Gewoon, omdat ze nou eenmaal de beste zijn.

Met dat doel in je achterhoofd is zo'n beurs geen pretje. Met wie je ook praat, er is altijd wel iemand die een moeilijkere studie heeft afgerond, een prestigieuzere stage heeft volbracht of net die belangrijkere bestuursfunctie heeft bekleed. En toch moet je vol goede moed en met een grote glimlach flirtend de bedrijven tegemoet. Die zijn natuurlijk spekkoper. Met de huidige ruime arbeidsmarkt zijn hun arbeidsplaatsen schaars. Ze kunnen zich laven aan de overvloedige aandacht van de gretige academici. Want die voelen de markt ook aan, en dat maakt ze alleen

nog maar wanhopiger om contact te leggen met de werkgever van hun dromen – of eigenlijk, van de collectieve droom.

Mijn generatiegenoten op de beurs en ik hopen dat we bij een topwerkgever aan de slag kunnen. Deze hoop wordt al snel verwachting. We willen een hoog salaris, internationale oriëntatie, goede doorgroeimogelijkheden. Helaas zijn er niet zoveel bedrijven die aan onze verwachtingen voldoen. Daarmee is ook het aantal optimale banen gelimiteerd. En dit betekent dat het grootste deel van de banenzoekers uit mijn generatie zal worden teleurgesteld.

Dat het streven naar optimalisatie gepaard gaat met de verwachting dat het maximale ook echt te bereiken valt, niet alleen bij ons maar ook bij volgende generaties, werd me duidelijk toen ik van de carrièrebeurs thuiskwam. In het *Volkskrant Magazine* van die dag stond een interview met drie kinderen die iets bijzonders gepresteerd hadden. De één had in de finale gestaan van *Junior Masterchef*, een kookprogramma voor kinderen, de ander had meegedaan aan *AVRO's Junior Dance*, en de derde, een twaalfjarig meisje genaamd Tijgerlelie, was bezig met haar eerste boek. Vooral dit laatste kind had hooggespannen verwachtingen van haar carrière. Ze wilde niets minder dan beroemd worden. Zelf zette ze deze instelling treffend uiteen: 'Ja, ik zou wel teleurgesteld zijn als ik niet uniek ben.' Ze is heus niet de enige. Zoals documentairemaakster Roos het zegt in *De BV IK*: 'Als ik eraan denk dat ik een *gewone* student zou zijn, dan heb ik echt het gevoel dat ik mijn leven aan het verpesten ben.'