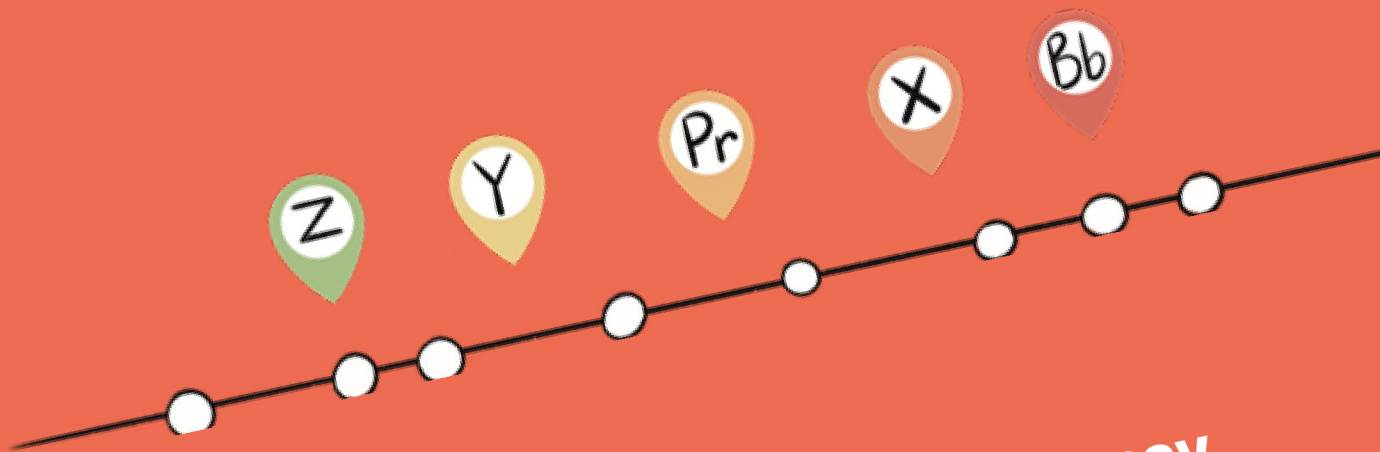


DE INVLOED VAN **AI** OP MOTIVATIE

E-BOOK

AI OP DE WERKVLOER: VOORKOM
5 VALKUILEN DOOR GENERATIES TE
VERBINDEN



GenerationJourney

KIJK VERDER DAN DE TECHNIEK

Wat betekent de opkomst van AI voor jouw organisatie? De manier waarop we werken, schrijven, beslissen en leren verandert in hoog tempo.

Als je de opkomst van internet hebt meegemaakt, dan herken je het patroon. Eerst is er vooral verbazing over alles dat mogelijk is. Dan volgt de hype, vol (soms overtrokken) verwachtingen. Gevolgd door een tijd van actie in organisaties: draaiend om de aanschaf van tools, het organiseren van trainingen en het herijken van KPI's.

Het klinkt allemaal logisch. Maar er schuilt een risico in.

Want terwijl de aandacht uitgaat naar de techniek, sneeuwt de aandacht voor de mensen die ermee moeten werken onder. Hun zorgen, hun motivatie, hun stille twijfels. Terwijl elk onderzoek hetzelfde laat zien: het succes van innovatieve projecten hangt maar beperkt af van tooling, en veel meer van de mensen die gemotiveerd zijn om mee te bewegen.

Aandacht voor de mens in het AI-tijdperk is dus geen soft thema. Het is een keiharde succesfactor voor toekomstig succes.

In dit e-book laten we zien wat er werkelijk speelt op de werkvloer. We bespreken vijf veelgehoorde uitspraken over AI: uitspraken die logisch klinken, maar bij nader inzien een andere lading hebben.

We laten zien hoe deze uitspraken uitpakken voor de verschillende generaties die samen op de werkvloer staan. Elk met hun eigen risico's én kansen. We sluiten af met de succesfactoren die het verschil maken in je organisatie. Bijvoorbeeld door de kracht van generaties bewust in te zetten in je AI-implementatie.

Veel leesplezier!

LEESWIJZER

Dit e-book is opgebouwd rond één centrale vraag: hoe zorg je ervoor dat AI-implementatie niet ten koste gaat van de motivatie van je medewerkers?

We nemen je mee langs theorie, praktijkvoorbeelden en concrete handvatten. Hieronder vind je de route.

- Tussen benutten en verkennen; hoe ga je als organisatie om met de opkomst van AI? Een theorie van organisatiewetenschapper James March.
- De 3 reflexen bij de implementatie van AI - welke reflex heeft de overhand in jouw organisatie?
- Het generatieperspectief - welke aandachtspunten hebben de verschillende generaties als het gaat om de implementatie van AI?
- Vijf veelgehoorde uitspraken over AI - Welke uitspraken horen we regelmatig voorbij komen, maar hoe zit het echt? Dit moet je weten.
- Van uitdagingen naar mogelijkheden - laat je inspireren door de case van Google uit 2001!
- Maak innovatie meetbaar met de Gen Motivatiescan - gemotiveerde mensen zijn de belangrijkste voorwaarde voor succes. Hoe zit dit in jouw organisatie?

TUSSEN VERKENNEN EN EXPLOITEREN

Bij de opkomst van AI staat iedere organisatie voor de vraag: willen we de kansen verkennen of leggen we de nadruk op het direct verzilveren van mogelijkheden?

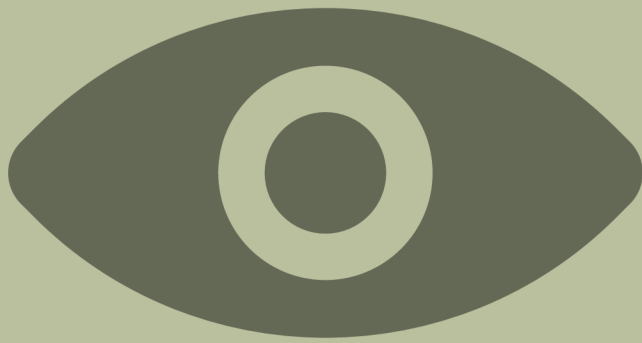
Al in 1991 beschreef **organisatiewetenschapper James March** deze basiskeuze, en waarom organisaties bij elke nieuwe technologie hetzelfde gedrag vertonen. Een organisatie moet twee dingen tegelijk doen: benutten wat ze al weet en kan (March noemt dat exploitation), en verkennen wat ze nog niet weet (exploration). Allebei nodig. Allebei waardevol.

Het probleem is dat exploiteren te vaak wint. De opbrengsten zijn zekerder, sneller zichtbaar en makkelijker te meten. Verkennen levert onzekere resultaten, het vraagt geduld en wie de kosten maakt is niet altijd degene die de vruchten plukt.

Bij AI-implementatie speelt dit extra. De verleiding is groot te sturen op doelen als productiviteit, adoptiegraad en kortere doorlooptijden. Om dit te bereiken is het logisch te investeren in tooling, training en standaardisatie. Met het idee: dat vindt iedereen prettig.

Maar wat je dan niet meet en opmerkt, is wat zo'n doelgerichte aanpak in de weg staat: de ruimte om te experimenteren, te twijfelen en te durven terugkomen op besluiten. Het is het perspectief dat een organisatie nodig heeft om te blijven leren.

Je herkent het aan drie organisatiereflexen.



3 REFLEXEN



- **SNELHEID**
- **CONTROLE**
- **METEN**

REFLEXEN BIJ AI

Bij veel organisaties zijn drie reflexen te zien.



De snelheidsreflex

Iedereen moet snel mee. Trainingen worden uitgerold, dashboards opgezet, adoptiecijfers gemeten. De onuitgesproken boodschap: wie nog niet meedoet, loopt achter.

Maar March liet zien dat snelle socialisatie (iedereen snel op één lijn) het kennisniveau van een organisatie juist verlaagt. De medewerker die niet meteen meegaat, is geen obstakel. Die houdt het spanningsveld levend dat de organisatie nodig heeft om te leren.



De controlereflex

Vaak groeit de behoefte aan kaders. Wat mag wel, wat mag niet. Welke tool, welke taken, welke prompts. Begrijpelijk, maar het effect is dat experimenten zich verplaatsen naar plekken waar de organisatie er niet van leert.

Neem organisaties waar ChatGPT verboden is. Daar kiezen medewerkers massaal voor gebruik van de gratis versie van ChatGPT op hun eigen telefoon of laptop. De ruimte om te experimenteren verdwijnt niet, maar raakt buiten zicht.



De meetreflex

Wat zichtbaar is, wordt gemeten: productiviteit, doorlooptijd, adoptiepercentage. Die cijfers zijn vaak indrukwekkend. Maar ze meten exploitatie: het effect van een nieuwe tool op bestaande werkwijzen.

Wat niet wordt gemeten:

- de mentale belasting die toeneemt als eenvoudige taken wegvallen.
- de informele kennisdeling tussen collega's die onder druk komt te staan, omdat collega's AI vragen stellen in plaats van elkaar.
- de motivatie die daalt omdat AI taken overneemt die het werk leuk en interessant maakt.

In de drie reflexen zie je hoe een organisatie vaak de voorkeur geeft aan beheersing boven verkenning, aan antwoorden boven vragen en aan eensgezindheid boven diversiteit.

Dat heeft effect op iedere medewerker binnen je organisatie, al verschilt de impact wel.



GENERATIEPERSPECTIEF

INVLOED OP MOTIVATIE PER GENERATIE

AI brengt mogelijkheden, maar ook risico's mee voor iedere generatie medewerkers. Het is belangrijk oog te hebben voor de verschillende belangen. Welke algemene ontwikkelingen zijn zichtbaar?



Gen Z (2000-2015 starters)

Risico: de starters-banen verdwijnen. Het instapwerk waarop carrières werden gebouwd (voorbereiding, eenvoudige analyses en uitzoekwerk) wordt het eerst geautomatiseerd. In verschillende vakgebieden (zoals de IT) is dit al zichtbaar. Wat betekent dit voor de starters van vandaag en morgen?

Kans: Gen Z heeft vanaf jonge leeftijd veel ervaring met digitale omgevingen. Dat vormt een ideale basis om ook AI snel te omarmen. De kans dat een startende Z'er meer AI-ervaring heeft dan een ervaren collega is reëel. Dit kan een bron zijn voor nieuwe vormen van samenwerking.



Millennials (1985-2000, nu mid-career)

Bij het dragen van de AI-transitie zijn veel ogen op de millennials gericht. Een digitaal vaardige generatie, die ook weet hoe organisatieprocessen werken. Maar wat doet zo'n trekkersrol met de mensen die hem moeten dragen?

Risico: overbelasting door versnelling. Wanneer AI leidt tot (de verwachting van) de versnelling van processen, dan is het zwaar om hierin persoonlijk het tempo vol te houden. Zeker omdat er al veel ballen zijn om in de lucht te houden.

Kans: iedere grote innovatie biedt kansen aan de generatie die de vaardigheden en ervaring heeft om een sprong te maken. De veranderingen geven ruimte voor persoonlijke groei.



Pragmatisten (1970-1985. ervaren middenlaag)

De pragmatische generatie was een belangrijke trekker bij de opkomst van internet. Wat betekent dit voor de rol bij de opmars van AI?

Risico: haak je aan? De digital natives werken met een vanzelfsprekendheid met nieuwe techniek die niet te kopiëren is. Het risico voor pragmatisten is dan om vast te houden aan routines waarop de eigen loopbaan is gebouwd.

Kans: randvoorwaarden creëren voor implementatie. De kennis en ervaring van pragmatisten is waardevol om niet mee te gaan in de waan van de dag en oog te houden voor succesfactoren buiten techniek.



Gen X (1955-1970, late-career)

Risico: afhaken op het verkeerde moment. Als je organisatie verandert, andere vaardigheden gewaardeerd worden en je weinig grip hebt op het tempo, kan dat sterk ten koste gaan van motivatie. Voor sommigen wordt afstand nemen de stille uitweg.

Kans: uitgroeien tot de stem die de juiste vragen stelt. Juist omdat AI vaak generieke antwoorden geeft, wordt het toevoegen van ervaringen in de eigen situatie van groter belang. Dat is precies wat een doorgewinterde professional brengt.

Je ziet: de vier generaties hebben ieder eigen aandachtspunten. We laten aan de hand van vijf veelgehoorde uitspraken zien wat dit in de praktijk kan betekenen.



VIJF VEELGEHOORDE UITSPRAKEN OVER AI

01

AI gaat jouw baan niet overnemen. Maar iemand die AI gebruikt wel.

”

02

AI neemt het saaie werk over, zodat jij je kunt richten op het echte werk.

”

03

AI maakt iedereen productiever.

”

04

AI geeft je juist méér tijd voor je collega's.

”

05

Wij zijn positief over AI, ons team omarmt het volledig.

”

"AI GAAT JOUW BAAN NIET OVERNEMEN. MAAR IEMAND DIE AI GEBRUIKT WEL."

Wat je hoort

Deze uitspraak hoor je regelmatig op AI-conferenties, LinkedIn en tijdens managementmeetings. Het klinkt motiverend. Het zegt dat je baan veilig is, als je maar meedoet.

Maar luister nog eens. Het is geen geruststelling. Het is een waarschuwing in een goed pak.

Wat je moet weten

Dit is de snelheidsreflex in één zin. Hij dwingt tot meedoen, snel, anders loop je achter.

Logisch dat organisaties zo communiceren. Er gebeurt veel, en niemand wil de boot missen. Het probleem is dat dreiging als motivator zelden werkt zoals bedoeld.

➤ Wie zich bedreigd voelt, gaat zich indekken. Dat beperkt de ruimte om vrij te experimenteren. Onderzoek laat zien dat een gevoel van baanonzekerheid leidt tot vermijdingsgedrag: precies het tegenovergestelde van de open, nieuwsgierige houding die je nodig hebt om iets nieuws onder de knie te krijgen.

De uitspraak activeert dus wat hij beoogt te voorkomen. Bovendien creëert de uitspraak een onzichtbare wedloop: niet AI is de bedreiging, maar je collega die AI beter beheerst! Dat zet de samenwerking onder druk. Juist op het moment dat je die het hardst nodig hebt.

"AI GAAT JOUW BAAN NIET OVERNEMEN. MAAR IEMAND DIE AI GEBRUIKT WEL."

Hoe het uitpakt per generatie

Gen Z raakt het aan de zoektocht naar professionele identiteit. De vraag is niet "verlies ik mijn baan?" maar "krijg ik de kans mijn loopbaan op te starten?"

Millennials en Pragmatisten voelen de druk om persoonlijk voorop te lopen, terwijl ze meer oog moeten hebben voor de totale transitie.

Gen X raakt het aan iets fundamenteelers: de vrees dat jarenlange expertise er ineens minder toe doet. Vooral pijnlijk wanneer eerder is gezegd dat ervaring zou worden gewaardeerd.

Wat je kan doen

- Schrap deze uitspraak uit je vocabulaire. Motiveer vanuit kansen, niet vanuit dreiging.
- Maak duidelijk welke rollen en taken veranderen en welke niet. Onduidelijkheid voedt angst.
- Voer het gesprek per generatie. Vraag niet "ben je er klaar voor?" maar "waar maak jij je zorgen over?" en "wat zie je als rol voor jou?"
- Maak twijfel over AI bespreekbaar. Wie hardop mag twijfelen, hoeft zich niet in stilte terug te trekken.

"AI NEEMT HET SAAIE WERK OVER, ZODAT JIJ JE KUNT RICHTEN OP HET ECHTE WERK."

Wat je hoort

Het meest gehoorde argument vóór AI: eindelijk af van de administratie, de notulen, het uitzoekwerk.... Meer tijd voor waar het écht om draait.

Wat je moet weten

Het klinkt onweerstaanbaar. Wie wil er nou níét van de saaie taken af? Maar de uitspraak verbergt drie dingen.

➤ Ten eerste: wat "saai" is voor de één, kan juist voldoening geven voor een ander. Routinetaken bieden structuur, bevestiging en ritme. Wie ze wegneemt, neemt ook iets weg waar mensen op vertrouwen.

➤ Ten tweede: het "echte werk" dat overblijft (controleren, valideren, samenbrengen) is cognitief zwaarder en vaak minder bevredigend. Dat blijkt nu al in de praktijk:

Bij het zorgonderdeel van a.s.r. gaven klantcontactmedewerkers aan dat hun rustmomentjes verdwenen. De variatie nam af, de mentale belasting nam toe.

➤ Ten derde: het zogenaamd saaie werk is vaak de leerschool van een organisatie. Junioren leren hun vak door voorbereidend werk, eenvoudige analyses, uitzoekwerk.

Ronald Dekker (TNO) waarschuwt expliciet voor wat er gebeurt als dat werk verdwijnt: het pad van starter naar professional valt weg. Tegelijk verdampt de mentorrol van senioren. Niet omdat ze niets te bieden hebben, maar omdat het efficiënter is om AI te evragen om hulp.

Het is de valkuil van exploitatie in zijn puurste vorm: bestaande processen efficiënter maken. Maar de organisatie leert juist van wat hierdoor verdwijnt.

"AI NEEMT HET SAAIE WERK OVER, ZODAT JIJ JE KUNT RICHTEN OP HET ECHTE WERK."

Hoe het uitpakt per generatie

Gen Z verliest de leerweg waarop carrières werden gebouwd. Sneller expertwerk uitvoeren met AI is iets anders dan het werk diep doorgronden.

Millennials lopen het risico op oververhitting: door opeenstapeling van complexe taken zonder afwisseling.

Pragmatisten en Gen X zien het werk verdwijnen waarmee ze jarenlang hun waarde hebben kunnen bewijzen. En daarmee ook hun positie als de collega die je iets vraagt.

Wat je kan doen

Breng in kaart welke taken een leerfunctie hebben vóórdat je ze automatiseert. Niet alle "saaie" taken zijn vervangbaar zonder gevolg.

Vraag medewerkers welke taken zij willen behouden. Niet alleen welke "weg kunnen". Het antwoord verrast vaak.

Maak begeleiding van starters expliciet onderdeel van het werk van senioren. Wie geacht wordt te coachen, moet daar ook ruimte voor krijgen in de planning.

Plan momenten waarin junioren en senioren samen aan dezelfde taak werken. Niet om de senior te vervangen door AI, maar om kennis (van beide kanten) uit te wisselen.

"AI MAAKT IEDEREEN PRODUCTIEVER."

Wat je hoort

De nieuwsberichten stapelen zich op. Consultants 25% sneller, programmeurs 55% sneller, klantenservice 14% productiever... AI maakt overal het verschil. Toch?

Wat je moet weten

Die cijfers kunnen correct zijn, maar ze vertellen een selectief verhaal. De productiviteitswinst is het grootst bij eenvoudige, eenduidige taken en bij minder ervaren medewerkers. Ervaren experts merken minder verschil. En productiviteit meet alleen output. Een team kan sneller werken en tegelijk minder tevreden zijn.

➤ Vooral bij specialistisch werk schuurt het. Een ervaren collega gebruikt AI voor een taak waar hij twintig jaar ervaring mee heeft, en ziet meteen wat de tool mist: de nuance, de context, de afweging die niet expliciet gemaakt is.

Voor zo iemand voelt AI niet als versnelling, maar als verschraling. Achter de productiviteitscijfers schuilt nog iets anders. Als iedereen dezelfde AI-tools op dezelfde manier inzet, stijgt het gemiddelde, maar daalt de variatie. Je organisatie werkt sneller, maar wordt daarmee ook inwisselbaar.

➤ Onderscheidend vermogen zit niet in een tool, maar in de mensen die er op eigen wijze mee omgaan.

"AI MAAKT IEDEREEN PRODUCTIEVER."

Hoe het uitpakt per generatie

Gen Z levert dankzij AI vergelijkbare output als een ervaren collega zonder AI. Dat klinkt democratisch, maar het kan een vals gevoel van competentie geven: de output is goed, het begrip is oppervlakkig. Kwetsbaar zodra AI tekortschiet.

Juist bij Millennials kunnen productiviteitsdoelen ten koste gaan van werkplezier. Als AI-implementaties worden verkocht in de taal van efficiëntie (tijd, snelheid, output) komt al snel de vraag: is dit waarvoor ik 's ochtends opsta?

Pragmatisten en Gen X kunnen het gevoel krijgen dat hun expertise minder zichtbaar wordt. De claim "iedereen productiever" kan voor hen voelen als “ten koste van mij”.

• Wat je kan doen

- Communiceer realistisch: AI werkt niet voor elke taak en niet voor iedereen gelijk. Beloof geen 25% productiviteitswinst aan een team dat complex specialistenwerk doet.
- Meet meer dan output. Vraag ook: voelt het team zich beter ondersteund, slechter, of geen verschil? Wat betekent AI voor onze kwaliteit en creativiteit?
- Maak ervaring expliciet zichtbaar. Vier de momenten waarop een ervaren collega iets oppikt wat AI miste. Wie de productiviteitskloof verkleint, moet de waarde van vakmanschap juist hardop benoemen.
- Stel je tools en werkwijzen niet teveel gelijk aan die van anderen. Onderscheidend vermogen levert op termijn meer op dan het voordeel van snelle implementatie.

"AI ONPERSOONLIJK? HET GEEFT JE JUIST MÉÉR TIJD MET JE COLLEGA'S."

Wat je hoort

Nu AI het voorwerk doet, houden medewerkers tijd over voor wat er echt toe doet: samenwerken, sparren, verbinden. Meer mens, minder machine.

Wat je moet weten

De belofte klinkt aantrekkelijk, maar de praktijk werkt anders. Onderzoek laat zien dat 80% van de medewerkers de vrijgekomen tijd herverdeelt over andere taken: niet over collega's. De werkdruk verschuift, maar verdwijnt niet.

➤ Daar komt iets bij wat minder zichtbaar is: AI vermindert de noodzaak tot overleg. Als AI het zoekwerk doet, hoef je niet meer naar je collega te lopen. Als AI het verslag maakt, vervalt het nabespreekmoment. Als AI je vraag beantwoordt, hoef je niemand iets te vragen. Het proces van informele kennisdeling wordt beperkt.

En daarmee verdwijnt iets waardevols. De kracht van samenwerking schuilt in de toevallige ontmoeting, het gesprek bij het koffieapparaat en het terloopse "hoe doe jij dit eigenlijk?"

➤ Dat zijn de momenten waarop een organisatie leert van de diversiteit in haar eigen team. Geen vergaderingen, geen formele overdracht, maar de losse contacten waaruit nieuwe ideeën ontstaan. Je wilt niet dat AI dit wegneemt.

"AI MAAKT IEDEREEN PRODUCTIEVER."

Hoe het uitpakt per generatie

Gen Z vraagt AI in plaats van een collega. Sneller, laagdrempeliger, en je hoeft niet toe te geven dat je iets niet weet. Maar het informele leermoment (de vraag die leidt tot een gesprek dat leidt tot een inzicht dat je niet had verwacht) verdwijnt.

Het geldt voor alle generaties, maar zeker ook voor Millennials: als AI je zelfstandiger maakt, dan voelt het informeel bijdragen aan een team minder vanzelfsprekend. Denk aan het navragen aan een collega hoe het gaat. Het aanschuiven bij een moment buiten werktijd. De kleine handelingen die geen persoonlijke taak zijn, maar wel een organisatie maken. Wie voelt zich daar nog verantwoordelijk voor?

Pragmatisten en Gen X verliezen hun adviesrol. Ze worden minder gevraagd. Niet omdat hun kennis er niet toe doet, maar omdat de weg via AI korter is. Dat kan voor motivatieproblemen zorgen, maar voor de organisatie brengt het ook een kennisrisico met zich mee. Onuitgesproken kennis die niet wordt overgedragen verdwijnt.

Wat je kan doen

- Plan momenten waarop AI bewust níét gebruikt wordt. Een werksessie, een review, een onboarding. Niet uit principe, maar om contact mogelijk te maken dat anders verdampt.
- Monitor of kennisnetwerken verschraken. Vraag in teams: van wie heb je het afgelopen kwartaal iets geleerd? Als het antwoord "ChatGPT" is, weet je genoeg.
- Bespreek in teams: welke sociale momenten zijn we kwijtgeraakt sinds we AI gebruiken?

"WIJ ZIJN POSITIEF OVER AI, ONS TEAM OMARMT HET VOLLEDIG."

Wat je hoort

In vergaderingen knikken mensen instemmend. In enquêtes scoren teams hoog op AI-bereidheid. Het beeld: deze organisatie is er klaar voor!

Wat je moet weten

- Dit is de gevaarlijkste uitspraak van de vijf. In een cultuur waar enthousiasme wordt beloond en twijfel wordt gezien als weerstand, geven medewerkers sociaal wenselijke antwoorden. De kloof tussen wat mensen zeggen en wat ze werkelijk denken is het grootste onzichtbare risico bij AI-implementatie.
- OESO-onderzoek wijst op een veelzeggend patroon: de meeste werknemers die met AI werken zijn minder positief dan hun managers. En medewerkers die meer controle door technologie ervaren, beoordelen hun eigen prestaties lager. Managers overschatten het draagvlak voor veranderingen, omdat ze de juiste signalen niet ontvangen.

In zo'n cultuur valt er één type collega op: degene die hardop iets zegt wat de anderen alleen denken. De bezwarenkoning: een persoon die zijn vraagtekens zet bij alle veranderingen en openlijk aangeeft niet mee te willen doen.

Het grappige is: de bezwarenkoning zelf is zelden het probleem. De afwijkende mening vormt vooral een groot contrast met wat sociaal wenselijk binnen je organisatie is. Kap je de afwijkende mening af, dan stoot je zonder het te merken ook andere twijfelaars (die zich niet uitspreken) voor het hoofd.

- Dat is het risico voor organisaties waar het lijkt alsof AI breed omarmd wordt. Iedereen praat dezelfde taal, lijkt dezelfde doelen na te streven, waardoor niemand merkt wat er onderhuids borrelt. Terwijl ruimte voor afwijkende meningen juist uitdaagt om slimmere, betere oplossingen te bedenken.

"AI MAAKT IEDEREEN PRODUCTIEVER."

Hoe het uitpakt per generatie

Gen Z voelt snel aan wanneer er verschil zit tussen wat een organisatie zegt en wat ze echt doet. Onuitgesproken twijfels binnen teams leiden juist bij starters tot onzekerheid wat ten koste gaat van het werkplezier.

Millennials zwijgen omdat ze de transitie moeten dragen. Wie midden in de uitvoering zit, kan zich slecht permitteren om hardop te twijfelen aan wat hij intussen aan het invoeren is.

Pragmatisten en Gen X uiten hun bezwaren liever als rationele kritiek dan als twijfel: privacy, betrouwbaarheid, verantwoording. Die bezwaren zijn legitiem, maar verhullen soms een diepere onzekerheid die niet hardop wordt uitgesproken.

Wat je kan doen

- Vertrouw niet op enquêtes die vragen of mensen "positief" zijn over AI. Meet in plaats daarvan de drie motivatiepijlers: autonomie, competentie, verbinding.
- Meet per generatie. Wat de ene generatie motiveert, kan het werkplezier van een andere generatie onder druk zetten.
- Vraag in elk teamoverleg minstens één persoon expliciet naar wat AI niet goed doet. Wie hardop mag twijfelen, hoeft zich niet stilletjes terug te trekken.
- Kijk naar gedrag, niet naar uitspraken. Wie vermijdt AI? Wie gebruikt het wel maar klaagt erover? Die signalen vertellen het echte verhaal.



**"EEN SPANNINGSVELD BIJ INNOVATIE MOET JE
NIET OPLOSSEN, MAAR OMARMEN."**

VAN UITDAGINGEN NAAR MOGELIJKHEDEN

In dit e-book hebben we laten zien welke valkuilen er zijn bij het implementeren van AI binnen je organisatie. Maar daarmee hebben we slechts een deel van het verhaal verteld.

Naast de valkuilen zijn er minstens zoveel mogelijkheden om AI tot een succes te maken. Ook nu door niet techniek, maar je mensen centraal te stellen. We benoemen graag twee voorbeelden.

Organiseer het samenspel tussen generaties

Iedere generatie brengt een eigen ervaring in, zoals we eerder lieten zien. Gen Z, Millennials, Pragmatisten en Gen X versterken elkaar doordat ze verschillende perspectieven vertegenwoordigen.

Een organisatie die deze perspectieven beoordeelt met goed of fout, raakt verlamd. Een organisatie die ze combineert, versnelt.

Een voorbeeld uit een eerdere technologie-revolutie: Google in 2001.

Larry Page en Sergey Brin (beiden 1973, Pragmatische generatie) waren 27 toen ze hun zoekmachine bouwden. Ze waren briljant, maar worstelden met de vraag hoe ze van hun idee een succesvol bedrijf konden maken. Toen investeerders voorstelden er een ervaren kracht bij te halen, twijfelden ze sterk.

Zoals veel pragmatisten waren Page en Brin zeer doelgericht. Ze maakten zich zorgen dat een nieuwkomer de 'vibe' in hun bedrijf zou veranderen. Eric Schmidt (1955, Gen X) overtuigde hen dan ook niet met zijn indrukwekkende cv. Wat overtuigde was dat hij het alternatieve festival 'Burning Man' had bezocht.

Dat detail vertelde hen dat Schmidt niet iemand was die op hun stoel zou gaan zitten, maar iemand die hun wereld begreep. Dat klopte, want als echte Gen X-er was Schmidt vooral een bruggenbouwer. Een man-in-pak die door investeerders werd geaccepteerd, maar ook de grillige startup kids begreep.

De rest is geschiedenis. Met Eric Schmidt in de directie werd Google een ongekend succes. Juist ook doordat ieder vanuit een eigen achtergrond nadacht over bedrijfsvisie, gewenste ontwikkeling en groei.

Wie zijn de Page, Brin en Schmidt in jouw organisatie?

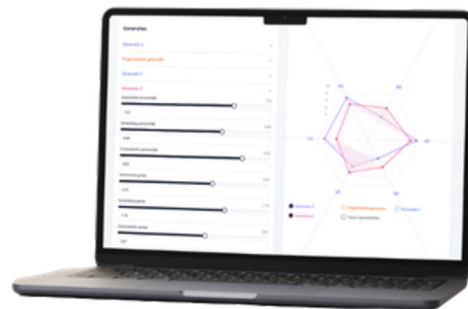
MAAK MOTIVATIE MEETBAAR BIJ INNOVATIE

Wil je de inzet van AI binnen je organisatie een impuls geven? Beperk je dan niet tot zakelijke KPI's. Productiviteit, tijdsbesteding en winst zeggen niets over motivatie op de werkvloer.

Dat is riskant, want zoals we in dit e-book lieten zien: gemotiveerd personeel is de belangrijkste randvoorwaarde voor zakelijk succes.

Start daarom met meten met de Motivatiescan. Deze scan kan op verschillende niveaus trends in motivatie signaleren en analyseren. Je krijgt inzichten per:

- generatie
- loopbaanfase
- team
- opleidingsniveau



Belangrijk bij de Motivatiescan is dat het zich niet beperkt tot het niveau van de meeste medewerkerstevredenheidsonderzoeken. Je krijgt niet alleen cijfers, maar ook concrete handvatten om verbeteringen in je organisatie door te voeren.

Benieuwd hoe het werkt? Vraag een demo aan op generationjourney.nl/motivatiescan.

BRONNEN

March, J.G. (1991). Exploration and Exploitation in Organizational Learning. Organization Science. Theoretisch kader voor de spanning tussen benutten (exploitation) en verkennen (exploration) bij innovatie.

Brynjolfsson, E., Li, D. & Raymond, L.R. (2023). Onderzoek naar de effecten van een GenAI-gespreksassistent in de klantenservice.

Peng, S. et al. (2023). Experiment met softwareprogrammeurs en GitHub Copilot.

SER (2024). AI en de werkvloer. Aanbevelingen voor de inzet van AI op het werk. Sociaal-Economische Raad.

TNO (2025). TNO 2025 R11119. Generatieve AI en werk. Inclusief casestudies bij o.a. het zorgonderdeel van a.s.r. (verdwijnen rustmomenten, verschraving takenpakket) en Deloitte Legal.

UWV / Ronald Dekker (TNO). Waarschuwing dat het door AI overgenomen instapwerk een leerfunctie heeft voor junioren en stagiairs.

Burghout, W. & De Vries, I. Anders dan jij denkt. Beter samenwerken met Generatie Z. Achtergrond bij het generatieperspectief en de samenwerking tussen generaties op de werkvloer.



OVER DIVERSIONS

Diversions, opgericht in 2013, is geen traditioneel onderzoeksbureau. Met een sterke basis in marketing en innovatie benaderen we generatievraagstukken vanuit een uniek perspectief.

Voor opdrachtgevers als Achmea, Trimbos Instituut en MKB Nederland vertalen we inzichten direct naar praktische oplossingen.

Onze bevindingen delen we actief via het kennisplatform [GenerationJourney.nl](https://www.generationjourney.nl) en onze boeken 'Breingeheimen' en 'Anders dan jij denkt'.

Prins Willem-Alexanderlaan 705
7311 ST Apeldoorn
055 20 32 193



Diversions



GenerationJourney