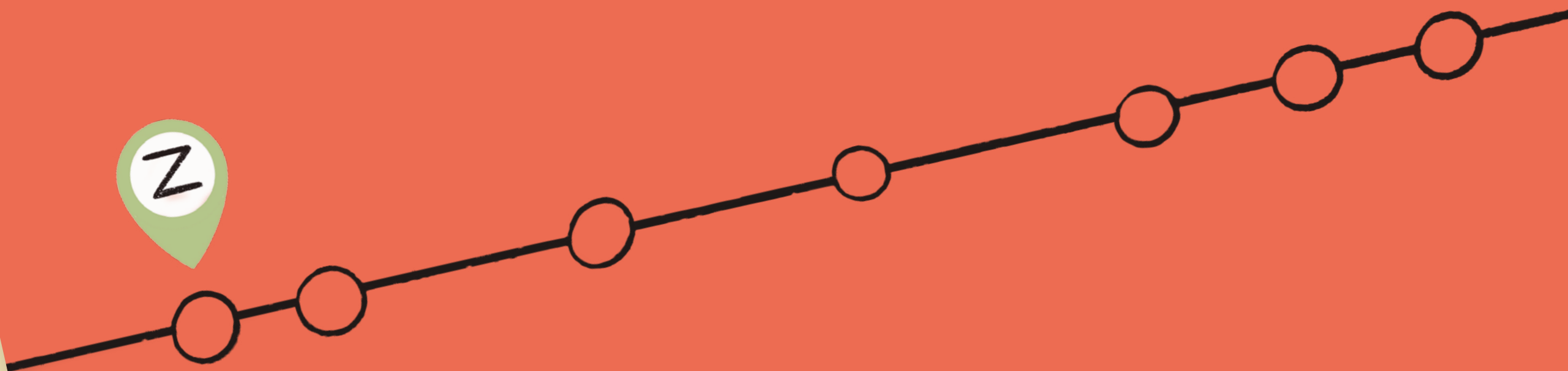


ANDERS DAN JIJ DENKT

HANDOUT

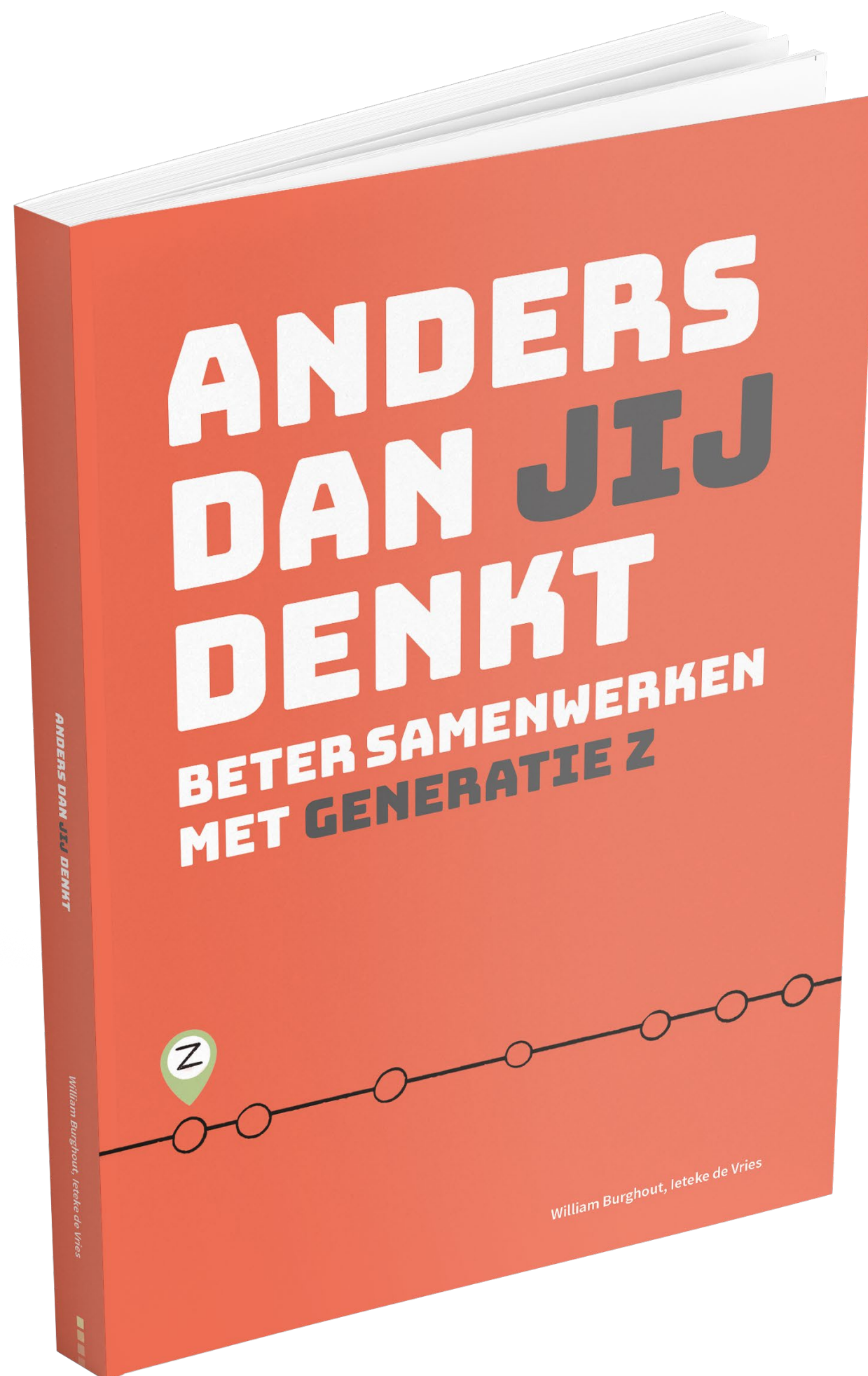
GENERATIE Z:
TUSSEN FEITEN
EN VOORROORDELEN



William Burghout, Ietke de Vries

Inleiding op het boek:

Anders dan jij denkt
Beter samenwerken met Generatie Z



William Burghout, Ietke de Vries



**DE INTERACTIE
TUSSEN GENERATIES**

DE INTERACTIE TUSSEN GENERATIES

‘Het zijn allemaal prinsjes en prinsesjes’. ‘Ze denken dat alles in deeltijd kan’. Maar ook: ‘Ze verrassen met frisse ideeën’. Over Generatie Z hoor je vaak meningen die variëren van uitgesproken positief tot ronduit kritisch.

Als je erop let, dan herken je patronen in deze meningen. Van Groningen tot Limburg horen we de tegenstelling. Enerzijds bewondering voor de energie, het ondernemerschap en de zelfregie van Z’ers. Anderzijds bedenkingen bij vermeende luiheid, verwend gedrag en gemakzucht.

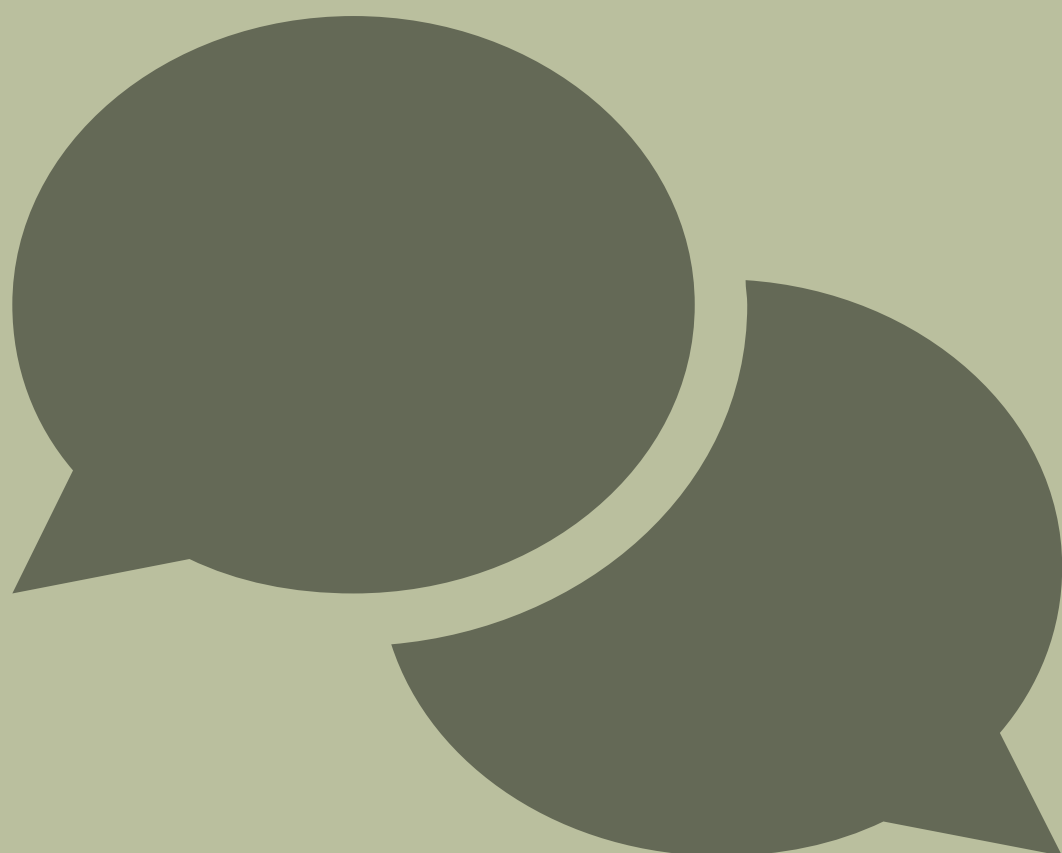
Als de beelden bij Generatie Z aan de ene kant zo uniform zijn en aan de andere kant zo sterk verschillen, wat is dan het complete verhaal van deze generatie?

Om het antwoord op deze vraag te geven hebben we een boek geschreven: **‘Anders dan jij denkt - Beter samenwerken met Generatie Z’**. Het boek is gebaseerd op interviews met meer dan 100 Z’ers, hun ouders, docenten en werkgevers.

In deze handout delen we alvast een voorproefje. Aan de hand van vijf veelgehoorde meningen over Gen Z laten we zien waar vooroordelen vandaan komen en wat er werkelijk speelt.

Want begrip is de eerste stap naar betere samenwerking.

‘Anders dan jij denkt’ biedt een kompas voor de wereld van Generatie Z, compleet met praktische handvatten voor dagelijks gebruik in onderwijs- en werksituaties.



VIJF VEELGEHOORDE MENINGEN OVER GENERATIE Z OP EEN RIJ

01

“ Gen Z wil **persoonlijke groei**, maar dan zonder er tijd en energie in te steken. ”

02

“ Gen Z zegt **zingeving** boven alles te stellen, maar als een concurrent meer loon biedt, dan zijn ze snel vertrokken. ”

03

“ Z’ers worden **digital natives** genoemd, maar technische problemen oplossen is niet hun sterkste punt. ”

04

“ Gen Z verwacht directe actie van anderen, maar gunt zichzelf alle tijd. ”

05

“ Generatie Z heeft de naam ondernemend te zijn, maar ik zie vooral een passieve en afwachtende houding. ”

STELLING

01

**“ GEN Z WIL PERSOONLIJKE
GROEI, MAAR DAN ZONDER
ER TIJD EN ENERGIE IN TE
STEKEN.”**

WAT WE HOREN

Generatie Z hecht veel belang aan persoonlijke ontwikkeling en groei. Het idee stil te staan voelt beklemmend, er is een doorlopende zoektocht naar ontwikkelkansen.

Dat is mooi, zeggen docenten en werkgevers, maar dat vraagt dan wel de nodige inspanning. Er bestaat soms twijfel of deze generatie wel de tijd wil nemen om zich kennis en vaardigheden eigen te maken.

WAT JE MOET WETEN

Gen Z leert doorlopend en haast ongemerkt. Starten met social media, sporten met een smartwatch of online beleggen: je hoeft er geen handleiding voor te lezen, maar ontdekt stap voor stap wat er mogelijk is. Hierbij is steeds duidelijk wat je inspanning oplevert: meer online volgers, effectiever trainen of meer geld op je rekening.

In het onderwijs en op de werkvloer hebben Z'ers vaak andere ervaringen. Hier zijn doelen niet altijd duidelijk en kan voortgang haast onzichtbaar zijn. Dat zorgt voor een ongemakkelijk gevoel: taken kunnen voelen als tijdverspilling.

De oplossing? Zorg ervoor dat Generatie Z ervaart dat inspanning direct bijdraagt aan het behalen van een doel. Dat motiveert sterk om verder te gaan.

WAT JE KAN DOEN

Sluit aan bij de manier van leren die bij Generatie Z past:

- Zorg voor een eenvoudige start waarbij je verschillende vervolgstappen kunt maken;
- Voorkom tijdverlies aan processen en administratie;
- Koppel groei aan doelen: laat zien hoe kennis en ervaring bijdragen aan het bereiken van persoonlijke- en organisatiedoelen.

Meer over dit onderwerp en praktische oplossingen lees je in 'Anders dan jij denkt', hoofdstuk 3: Gemeenschappelijke kaders.

STELLING

02

“GEN Z ZEGT ZINGEVING BOVEN ALLES TE STELLEN, MAAR ALS EEN CONCURRENT MEER LOON BIEDT, DAN ZIJN ZE SNEL VERTROKKEN.”

WAT WE HOREN

Gen Z wil werk dat ertoe doet. Ze hebben ambities in het leven en praten over impact en maatschappelijke waarde. Veel onderzoeken laten zien dat zingeving belangrijker is dan salaris. Sommige werkgevers hebben daar twijfels bij. Want waarom switcht jong talent naar een andere baan voor een paar tientjes extra per maand?

WAT JE MOET WETEN

Gen Z groeit op in een tijd van keuzemogelijkheden. Er zijn meer banen dan werknemers, dus je hebt de ruimte om te kiezen. Waarom zou je werken voor een bedrijf dat geen positieve impact heeft?

Tegelijkertijd hebben veel Z'ers financiële uitdagingen. De studieschuld van deze generatie is (als gevolg van het leenstelsel) fors, huizenprijzen gaan door het dak.

Het is dus niet vreemd dat deze generatie niet kiest tussen zingeving óf geld, maar zoekt naar een combinatie.

WAT JE KAN DOEN

Bedenk dat zingeving en geld samengaan en elkaar kunnen versterken:

- Staar je niet blind op de hoogte van een gevraagd salaris: bedenk ook wat een medewerker hier daadwerkelijk mee kan (en wat niet);
- Maak impact zichtbaar - laat zien hoe je organisatie een verschil maakt voor collega's, klanten en de maatschappij;
- Ga het gesprek aan over wat zingeving voor jonge talenten persoonlijk betekent.

Meer over dit onderwerp en praktische oplossingen lees je 'Anders dan jij denkt', hoofdstuk 5: Demografische invloeden.

STELLING

03

**“Z’ERS WORDEN DIGITAL NATIVES
GENOEMD, MAAR TECHNISCHE
PROBLEMEN OPLOSSEN IS NIET
HUN STERKSTE PUNT.”**

WAT WE HOREN

Gen Z zie je zelden zonder telefoon in de hand. Al vanaf jonge leeftijd navigeren ze moeiteloos door apps, platforms en online diensten. Het leverde de Z’ers de bijnaam ‘digital natives’ op.

Maar vraag je ze om te bellen voor een afspraak? Dan lijkt die vaardigheid te ontbreken. Een opstartprobleem op een laptop oplossen? Ook dat kan voor Generatie Z verrassend lastig zijn. “Ze zijn minder handig dan ik had verwacht.” hoor je dan. Hoe kan een generatie zo tech-savvy én zo onhandig tegelijk zijn?

WAT JE MOET WETEN

De tijden zijn veranderd. Vroeger leerden kinderen al op jonge leeftijd hoe telefoneren werkt: door zelf de huistelefoon op te nemen of volwassenen te horen bellen. Dat is sinds de komst van de mobiele telefoon niet meer vanzelfsprekend. Ook de tijd dat je zelf een ‘personal computer’ moest installeren en activeren is al ruimschoots voorbij.

Gen Z leerde andere digitale lessen. Ze zijn meesters in het gebruik van interfaces en doorgronden snel hoe apps werken. Zo ontdekken ze mogelijkheden die anderen ontgaan. En werkt een laptop niet? Dan rekenen ze al snel op hulp van ouders of de ICT-er op school.

Digitale vaardigheden zijn dus verschoven: van technisch probleemoplossend naar snel en slim gebruik van intuïtieve tools.

WAT JE KAN DOEN

Accepteer dat de nieuwe generatie andere vaardigheden heeft:

- Benut de sterke punten van Gen Z. Ze werken vaak sneller met nieuwe software, apps en online tools dan oudere collega's;
- Neem niet aan dat taken als ‘bellen’ een basisvaardigheid zijn, maar bied een korte introductie en oefening;
- Maak gebruik van de leerstijl van Gen Z: met korte video-tutorials en stap-voor-stap handleidingen.

Praktische hulp bij het benutten van de vaardigheden van Generatie Z lees je in ‘Anders dan jij denkt’, hoofdstuk 6: Het verhaal achter gedrag.

STELLING

04

**“GEN Z VERWACHT DIRECTE ACTIE
VAN ANDEREN, MAAR GUNT
ZICHZELF ALLE TIJD.”**

WAT WE HOREN

De verwachtingen van Generatie Z zijn op veel terreinen torenhoog. “Waarom duurt het zo lang voordat ik feedback krijg?” Of: “Ik heb gisteren een mail gestuurd, wanneer krijg ik antwoord?”

Z’ers verwachten snelheid van docenten, HR en leidinggevenden. Maar als een verzoek aan henzelf wordt gedaan, dan is een direct antwoord niet altijd de standaard. Het verschil tussen ‘eigen verwachtingen’ en wat je van Gen Z mag verwachten is groot.

WAT JE MOET WETEN

Gen Z is opgegroeid in een wereld waar directe respons heel gewoon is. Plaats een bericht op de socials en je krijgt direct reactie. Entertainment is op afroep beschikbaar en bestellingen zijn razendsnel in huis, soms al dezelfde dag. Deze on-demand verwachtingen nemen de Z'ers mee naar werk en studie. Ze denken er eigenlijk amper over na.

Maar zodra het gaat over hun eigen tempo, dan kom je op een ander terrein. Gen Z jongleert vanaf jonge leeftijd met meer ballen dan ooit: school, bijbaan, hobby's, sociale verplichtingen en persoonlijke ontwikkeling. Geen enkele generatie werkte zo jong al zo veel als zij. Om dit vol te houden, moeten ze keuzes maken en grenzen stellen.

WAT JE KAN DOEN

Iedere generatie heeft andere ideeën over wat redelijk is om te vragen en te verwachten:

- Zorg voor heldere verwachtingen. Net als bij de Chinese webwinkels: een levertijd van weken is geen probleem, als het maar vooraf duidelijk is;
- Kom zelf afspraken na. Door het goede voorbeeld te geven zorg je voor een heldere standaard;
- Leg uit waarom sommige zaken tijd kosten. “Deze feedback heeft tijd nodig omdat...” helpt meer dan “Heb geduld”.

Meer over dit onderwerp en praktische oplossingen lees je in ‘Anders dan jij denkt’,

hoofdstuk 3: Gemeenschappelijke kaders.

STELLING

05

**“GENERATIE Z HEEFT DE NAAM
ONDERNEMEND TE ZIJN, MAAR
IK ZIE VOORAL EEN PASSIEVE EN
AFWACHTENDE HOUDING.”**

WAT WE HOREN

Gen Z is innovatief en ondernemend. Veel Z'ers snuffelen aan eigen ondernemerschap of beleggen al op jonge leeftijd. Maar op de werkvloer zien werkgevers dit eigen initiatief niet altijd terug.

“Ze zijn amper in beweging te krijgen, en zetten nauwelijks een stapje extra.” Dat vormt geen fijne basis voor een collegiale samenwerking.

WAT JE MOET WETEN

Generatie Z is gewend eigen keuzes te maken, maar dan wel binnen een duidelijke structuur. Denk aan games waarin je verschillende levels doorloopt. Of aan online influencers die kant-en-klare stappenplannen bieden voor van alles: van sporten tot beleggen en ondernemen.

Het klinkt tegenstrijdig, maar de vaste kaders zorgen voor ruimte voor eigen initiatief. Binnen opleidingen en op de werkvloer ontbreekt deze duidelijkheid soms. Veel wordt als ‘bekend’ beschouwd, waardoor taken en verwachtingen onduidelijk blijven.

Het resultaat? Gen Z valt terug op afwachten in plaats van initiatief nemen. Zo krijgt een ondernemende generatie een passief gezicht.

WAT JE KAN DOEN

- Geef duidelijke opdrachten: vertel wat je verwacht en waarom en geef een indicatie hoe de taak kan worden opgepakt;
- Bied een stappenplan: deel taken op in duidelijke fasen met concrete tussenstappen en deadlines;
- Zorg voor regelmatige (korte) feedback momenten. Dit kan al de simpele vraag zijn hoe het gaat en of de opdracht duidelijk is.

Meer over dit onderwerp en over betere samenwerking tussen generaties lees je in ‘Anders dan jij denkt’, hoofdstuk 7: De kracht van samen.



**ONTDEK HET
ECHTE VERHAAL**

VAN OORDEEL NAAR VERWONDERING

De vijf veelgehoorde meningen laten zien dat je eerste indruk van Generatie Z soms niet de juiste hoeft te zijn. Dat is lastig, want het vraagt om een andere manier van kijken.

Denk eens terug aan jezelf op je 23e. Welke oordelen hadden oudere collega's toen over jouw generatie? En hadden ze gelijk?

De ervaring uit je jonge jaren kan je nu helpen om de samenwerking met Generatie Z anders aan te pakken. Oordeel niet te snel, maar zet de stap naar verwondering.

Vraag jezelf af welke motieven er schuilen achter het gedrag. Het geeft de ruimte om verwachtingen te bespreken, misverstanden op te lossen en heldere afspraken te maken. Een ideale basis voor betere samenwerking.

In onze interviews spraken we verschillende docenten en werkgevers voor wie het samenwerken met Gen Z als vanzelfsprekend lijkt te gaan. Hun gemene deler? Ze werken vanuit verwondering: met een onderzoekende blik kijken ze naar Z'ers. Ook vertellen ze enthousiast over manieren die ze hebben ontdekt om met typische 'Z-vraagstukken' om te gaan.

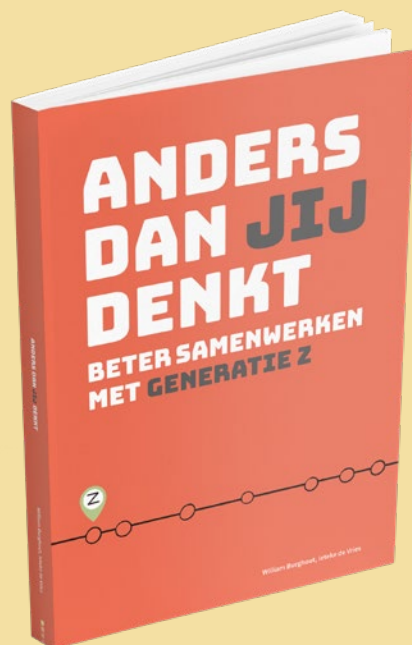
Generatie Z is hier zelf ook enthousiast over. Als we hen bijvoorbeeld vragen naar hun favoriete docent, dan kiezen ze meestal degene die moeite doet om hun perspectief te begrijpen. Daaraan hechten de Z'ers meer belang dan aan bijvoorbeeld de perfecte uitleg van lesstof.

VERBETER DE SAMENWERKING MET GENERATIE Z

Wil je beter samenwerken met Generatie Z? Wij helpen je graag:

- jong talent aan te trekken en te behouden;
- ergernissen om te zetten in productieve afspraken;
- generaties beter te laten samenwerken;
- de energie van Gen Z optimaal te benutten.

ONTDEK ONS AANBOD VOOR JOU:



‘Anders dan jij denkt - Beter samenwerken met Generatie Z’

Generatie Z leert, werkt en denkt anders dan voorgaande generaties. In het boek vertellen we het volledige verhaal.

Ook bieden we praktische tools om vraagstukken rond miscommunicatie, uiteenlopende verwachtingen en samenwerking op te lossen.

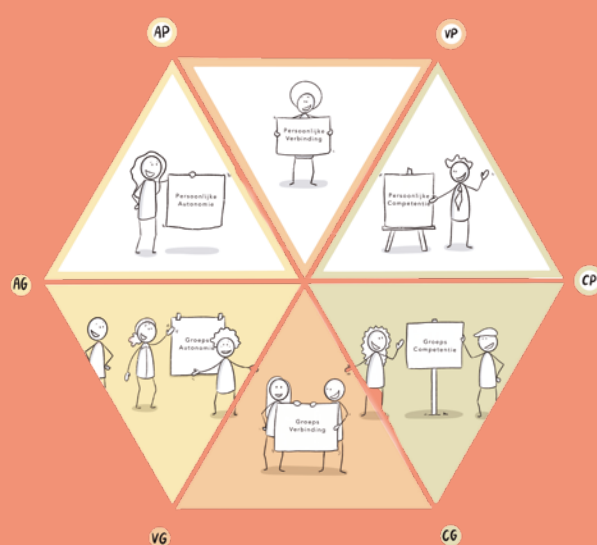
Nu te koop voor € 24,95 bij Managementboek.nl.



Presentatie en workshops

Wil je binnen je organisatie werken aan meer begrip tussen generaties? En daarbij een basis leggen voor betere onderlinge samenwerking? Met onze presentaties en workshops zet je het onderwerp op de agenda.

Geen droge theorie, maar herkenbare situaties en werkbare oplossingen die je direct kunt toepassen.



Gen Motivatiescan

Hoe gemotiveerd is jouw personeel? En waarom zijn sommige teams gedreven terwijl andere haperen?

Autonome motivatie blijkt dé sleutel voor verbetering van productiviteit, verloop en verzuimcijfers. Met de Gen Motivatiescan breng je in kaart waar jouw organisatie staat én waar de grootste kansen liggen. Inclusief de verrassende verschillen tussen generaties die anders onopgemerkt blijven.

**KOOP HET
BOEK NU**



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