

Generatie Z, lui?

Generatie Z is verwend, overgevoelig en bemoeizuchtig. Ze willen nauwelijks werken en verwachten voor een dubbeltje op de eerste rang te zitten: maximaal 24 uur werken, maar wel een salaris verdienen voor iemand die 40 uur op de werkvloer staat. Ze willen - het liefst tot in detail - weten wat er binnen het bedrijf speelt, maar lijken niet te begrijpen dat ze eerst ervaring op horen te doen voordat ze zich overal tegenaan mogen bemoeien. Maar ja, die ervaring doe je niet op als je ergens maar drie maanden blijft hangen. Want dat is wat ze doen. Ze hoppen van baan naar baan. Zo snel als ze binnen komen fladderen, zo snel zijn ze ook weer vertrokken als het ze even niet aanstaat. En als ze al blijven plakken, lijkt de motivatie ver te zoeken..."

Dat is hoe er over Gen Z gedacht wordt, toch?

En dat is zonde. Want het probleem is helemaal niet dat deze generatie niet wil werken. Het gaat juist om het gat dat is ontstaan tussen wat organisaties aanbieden en wat Gen Z verwacht. Zowel in leiderschap, organisatiecultuur als in werving & selectie.

Een nieuwe generatie brengt altijd veranderingen met zich mee. En het zijn dan ook precies die veranderingen die nu voor problemen op de werkvloer zorgen.

Organisaties hebben onvoldoende kennis van en inzicht in de wensen en behoeften van deze nieuwe generatie. Met als gevolg dat het ze niet lukt om de Gen Z'ers aan zich te binden, vacatures niet vervuld worden en kennis binnen de organisatie verloren gaat.

Wil je dit voorkomen? Dan zal er nu actie ondernomen moeten worden.

Hoe je het ook wendt of keert, we hebben deze nieuwe generatie werkenden heel hard nodig om de gaten op de arbeidsmarkt op te vullen.

Want Nederland vergrijst, dat is geen nieuws meer. Maar dat dat ook betekent dat de arbeidsmarkt alleen maar krapper wordt, daar had je misschien nog niet over nagedacht.

Al sinds 2021 zijn er meer openstaande vacatures dan werklozen in Nederland en dit verschil wordt de komende jaren alleen maar groter.

Vanaf 2029 zullen per jaar meer mensen de pensioengerechtigde leeftijd bereiken dan dat er nieuwe mensen op de arbeidsmarkt toetreden, Netto krimpt de beroepsbevolking dus.

Sluit je nu de Gen Z'ers uit, dan creëer je een gigantisch probleem voor de toekomst!

Gen Z - de handleiding

De vraag is eigenlijk: "hoe kan ik deze nieuwe generatie werkenden voor mijn organisatie laten werken?" En het antwoord is helemaal niet zo ingewikkeld: zorg er als organisatie voor dat je begrijpt wat voor Gen Z van belang is. Leer deze generatie beter kennen. Waar hechten ze waarde aan? Wat is er nodig om ze te laten blijven en op welke manier kun je al hun potentieel echt tot bloei laten komen?

Ik heb push- en pullfactoren ontwikkeld op de thema's werving & selectie, organisatiecultuur en leiderschap.

Als je op deze drie thema's de juiste snaar raakt, geloof ik dat je als organisatie prima in staat bent om Generatie Z aan te trekken en te behouden!

Werving & selectie als thema omdat het hier start. Denk je eens in dat het je lukt om de juiste mensen aan te trekken in je werving, om leuke en goede gesprekken met hen te voeren tijdens het sollicitatieproces en dat ze uiteindelijk ook nog voor jouw organisatie kiezen! Dat is in mijn ogen stap 1.

Om vervolgens deze collega's te behouden zijn er twee thema's belangrijk: organisatiecultuur en leiderschap.

Leiderschap omdat een leider een hele grote invloed heeft op het werkplezier en op hoe het werk ervaren wordt. Eigenlijk is de leidinggevende de persoon die de organisatiecultuur in een team laat leven.

Dat brengt me bij het derde thema: organisatiecultuur. Welke normen en waarden hebben jullie met elkaar? Hoe gaan jullie met elkaar om? Wat zijn de ongeschreven regels? Dit is vaak niet direct zichtbaar en moeilijk te omvatten in woorden, maar kun je voelen als je ergens rond loopt en merk je aan de sfeer op het werk.

Op de volgende drie pagina's lees je per thema wat de gedachtegang van Gen Z is. Niet alleen heel interessant om te lezen, maar vooral bedoeld als kennis om deze generatie een beetje beter te leren kennen - en dus voor jouw organisatie kunt laten werken.

Gen Z - de handleiding

Werving & selectie

Bij werving & selectie draait het voor Gen Z om transparantie en authenticiteit. Ze zijn opgegroeid met een complete social media-wereld, waardoor ze heel goed in staat zijn om echt van nep te onderscheiden. Gebruik je stockfoto's op je website? Dan denken ze al gauw dat je iets te verbergen hebt. Liever een foto die gemaakt is met je iPhone, dan een foto die niets met de organisatie te maken heeft.

Die transparantie en authenticiteit geldt overigens voor alles; in de vacatureteksten, tijdens de sollicitatiegesprekken én in de salarisbesprekingen. Want niets kan potentiële kandidaten meer afschrikken dan het gevoel dat hen iets wordt verkocht dat te mooi lijkt om waar te zijn.

Werving & Selectie

3 tips om jouw werving Gen Z-proof te maken

1

Blijf authentiek

Wees eerlijk in je vacatureteksten en gebruik echte foto's. Gen Z prikt er zo doorheen als jouw verhaal niet echt is en dat is voor deze generatie écht een dealbreaker!

2

Zorg voor snelheid

Zorg dat gesprekken elkaar snel opvolgen en dat de reactie altijd binnen een paar dagen plaats vindt. Tijd is een waardevol iets voor deze generatie.

3

Wees concreet

Schrijf in de vacaturetekst welke salarisrange je biedt bij de vacature en wat de functie inhoudt. Dingen mooier laten lijken dan ze zijn of geen duidelijkheid geven zijn grote afknappers voor Gen Z.

Gen Z - de handleiding

Organisatiecultuur

Gen Z waardeert werkgevers die proactief omgaan met hun ontwikkeling, waar ontwikkelingsmogelijkheden niet direct een nieuwe functie betekenen maar ook staat voor aandacht en ruimte om te leren bijvoorbeeld door coaching door senior collega's of leidinggevenden en cursussen. Ze willen begrijpen waarom beslissingen worden genomen en zijn bereid bedrijfsbreed mee te denken. Ze willen graag betrokken worden bij bedrijfsbeslissingen.

Deze generatie wil werken in een bedrijfscultuur waarin aandacht is voor elkaar. Waar je als leidinggevende weet hoe iemands hond heet, waar je af en toe een schouderklopje krijgt en jouw inzet daadwerkelijk gewaardeerd wordt.

Organisatiecultuur

3 tips om jouw cultuur Gen Z-proof te maken

1

Flexibiliteit is een must

Besprek samen welke taken er volbracht moeten worden, maar geef elkaar daarna de ruimte om zelf in te vullen hoe, wanneer en vanuit waar er aan die taak gewerkt wordt.

2

Ontwikkelingsgericht werken

Investeer in ontwikkeling. Vraag pro-actief hoe iemand zich wil ontwikkelen en hoe je daarbij kunt helpen. Gen Z vindt hulp vragen lastig dus biedt pro-actief je vakinhoudelijke hulp aan.

3

Benoem de 'waarom'

Vertel waarom je bepaalde keuzes maakt. Gen Z wil de strategieën van de organisatie begrijpen. Door hen hierin mee te nemen, creëer je gemakkelijker draagvlak.

Vraag ook eens naar hun mening, je zult versteld staan van de creativiteit van deze generatie!

Gen Z - de handleiding

Leiderschap

Als het aankomt op leiderschap heeft Gen Z een duidelijk beeld voor ogen: heldere kaders, genoeg vrijheid en gelijkwaardige relaties met open communicatie. Ze willen betrokken zijn bij besluitvorming, heldere doelen hebben en het gevoel krijgen dat hun mening ertoe doet én gehoord wordt.

Het is belangrijk dat in de begeleiding groei altijd gefaciliteerd wordt en fouten gemaakt mogen worden. Maar het lijntje is dun als het op begeleiden aankomt: want enerzijds willen ze heel graag zelfstandig werken, anderzijds hebben ze veel begeleiding en bevestiging nodig - en vragen ze die ook.

Leiderschap

3 tips om jouw leiderschap Gen Z-proof te maken

1

Geef feedback

Gen Z wil weten hoe ze het doen binnen de organisatie. Liever iedere week een kwartiertje inchecken dan 1x per maand anderhalf uur.

2

Investeer in goede communicatie

Toon interesse en geef vertrouwen. Maak tijd voor elkaar en geef oprechte aandacht. Het is makkelijker gezegd dan gedaan, maar op de lange termijn is het de investering meer dan waard!

3

Impact

Vertel jouw collega's welke waarde ze toevoegen aan de organisatie en welke impact zij hiermee maken. Zoek daarnaast ook naar manieren om als organisatie impact te maken op de wereld: hoe kunnen we de wereld nog een beetje mooier, eerlijker, duurzamer of gezonder maken?

Conscious culture

Een mooie manier om als organisatie een Gen Z-vriendelijke werkomgeving te creëren is door middel van Conscious Culture - oftewel een 'bewuste bedrijfscultuur'.

Dit is een omgeving waarin **empathie**, **ethiek** en **bewustzijn** centraal staan. Het gaat binnen de organisatie niet alleen maar om het zo snel mogelijk behalen van de zakelijke doelen, maar veel meer om het creëren van een omgeving waarin medewerkers zich gewaardeerd voelen en hun welzijn voorop staat. Waar open communicatie, respect voor diversiteit en inclusie, en een goede balans tussen werk en privé echt belangrijk zijn. Het gaat voor Gen Z over het werken, leven en geld verdienen vanuit je geweten.

Manieren om dit binnen je organisatie te implementeren zijn bijvoorbeeld:

- **Erkennen dat iedereen anders is en ervoor zorgen dat iedereen zich thuis en gehoord voelt, ondanks de verschillen**
- **Alleen maar elektrische auto's in de lease**
- **Programma's voor persoonlijke ontwikkeling en welzijn**
- **Ieder jaar een dag vrijwilligerswerk doen als team (betaald!)**

Organisaties met zo'n bewuste cultuur willen een positieve impact op de samenleving en het milieu maken. Ze integreren ethische bedrijfspraktijken en duurzaamheidsinitiatieven in hun activiteiten en tonen maatschappelijke verantwoordelijkheid door bijvoorbeeld het doen van liefdadigheidsprojecten en vrijwilligerswerk.

Met andere woorden, een bewuste bedrijfscultuur gaat veel verder dan alleen maar winst maken; het gaat om een ondersteunende en betekenisvolle werkomgeving waarin werknemers zich op hun gemak voelen, gezien én gehoord worden. Een plek waar ze op hun eigen tempo kunnen groeien en ontwikkelen.

Precies waar Gen Z naar op zoek is!

Samen bouwen aan een Gen Z vriendelijke werkvloer

Vastlopen op generatie-inclusiviteit. Het is iets dat ik in mijn werk als HR-manager heel veel voorbij heb zien komen. Organisaties en leidinggevenden die worstelen met de verschillende generaties op de werkvloer.

Er zit een duidelijke kloof tussen de aanpak van (vaak oudere) managers en wat jongere medewerkers verwachten van hun leidinggevenden. Dit gebrek aan inzicht in de behoeften van nieuwe generaties leidt nog te vaak tot misverstanden, frustraties en niet ingevulde vacatures.

“Ik geloof dat iedere organisatie Gen-Z aan kan trekken en kan behouden”


Ik help organisaties om generatieverschillen te overbruggen en een inclusieve werkcultuur te creëren. Mijn aanpak bestaat uit workshops, kennissessies en trainingsprogramma's, waarbij alles draait om mijn eigen ontwikkelde push- en pullfactoren op de thema's leiderschap, organisatiecultuur en werving & selectie.

Het doel? Niet alleen Gen Z aantrekken én behouden, maar ook de generatiekloof dichten en daarmee een generatie vriendelijke werkvloer creëren.

Training	Je kennis vergroten en direct interactief zelf aan de slag? Tijdens een korte workshop of meerdaagse training is hier alle ruimte voor!
Adviestraject	Samen sparren over de aanpak van Gen Z binnen jouw organisatie? Tijdens dit traject help ik je stap voor stap om jouw organisatie aantrekkelijker te maken voor Generatie Z.
Kennissessie	Een grote(re) groep mensen geïnteresseerd in Generatie Z? Tijdens een op maat gemaakte talk leer ik jullie praktische handvatten waar je later zelf mee aan de slag kunt.
Maatwerk	Natuurlijk is er ook maatwerk mogelijk! Neem contact op voor meer informatie.

Contact

 claudia.van.dalen@redfoxblue.nl

 06-47330759

**Ik geloof dat elke organisatie
Gen Z aan kan trekken en kan
behouden!**