



GEN Z 101 – BELANGRIJKE FEITEN OVER GEN Z DIE BEDRIJVEN MOETEN WETEN

Door **Laura Bas**

Generatie Z-expert, spreker, columnist en influencer

In deze whitepaper duiken we in de wereld van Gen Z. We bespreken in detail vragen zoals: Wie is Gen Z? Wat waarderen zij in hun werk? Hoe ziet hun ideale organisatie eruit? Daarnaast bieden we concrete aanbevelingen en best practices om jouw organisatie te inspireren.

Tijd voor wat GenZpiratie!

The bottom of the page features a decorative graphic consisting of several overlapping, wavy, horizontal bands in various shades of dark blue and teal, creating a sense of movement and depth.

01

Generatie Z – De Basis

Er zijn verschillende theorieën over wanneer iemand tot Gen Z behoort, maar de meest geaccepteerde definitie omvat degenen die geboren zijn tussen 1997 en ongeveer 2012. Dat maakt hen de nieuwste generatie die de arbeidsmarkt betreedt. Elke generatie brengt iets nieuws met zich mee, en Gen Z is geen uitzondering—zij zorgen voor verandering met frisse ideeën, nieuwe perspectieven en een sterke drang naar innovatie.

HOE ONTSTAAT EEN GENERATIE?

Een generatie wordt meestal gedefinieerd als een groep mensen die binnen een periode van ongeveer 15 jaar is geboren en een gemeenschappelijke band deelt. Maar wat vormt deze connectie? Het komt neer op een combinatie van belangrijke invloeden:

Opvoeding

De manier waarop een generatie wordt grootgebracht—door ouders, leraren en de samenleving—bepaalt hun waarden, overtuigingen en gedrag. Gen Z is bijvoorbeeld opgegroeid met een meer open en flexibele opvoedingsstijl dan voorgaande generaties.

Tijdsgeest

De grote gebeurtenissen en technologische veranderingen in hun vormende jaren spelen een cruciale rol in hun wereldbeeld. Denk aan hoe de opkomst van het internet de manier heeft veranderd waarop Gen Z met de wereld omgaat, inclusief hun kijk op werk.

Fysieke & Emotionele Ontwikkeling

Het gelijktijdig doorlopen van belangrijke levensfasen versterkt de identiteit van een generatie. Gen Z is bijvoorbeeld altijd hyper-verbonden geweest en gebruikt digitale platforms om te communiceren, leren en relaties op te bouwen.

Hoewel ieder individu uniek is, blijkt uit onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) dat ongeveer 80% van de Nederlandse bevolking zich herkent in het stereotype van hun eigen generatie. Het begrijpen van “generationeel denken” biedt waardevolle inzichten in algemene trends en gedeelde kenmerken binnen een generatie, zonder individuele verschillen uit het oog te verliezen.

Laten we nu dieper ingaan op Generatie Z en ontdekken wat zij belangrijk vinden op de werkvloer.



02

Gen Z op de Werkvloer – Focus op Gezondheid, Duurzaamheid en Zingeving

IMPACT MAKEN

Gen Z hecht waarde aan impact, vaak gezien als een verlangen om de wereld te veranderen. Hoewel ze de voorkeur geven aan werken voor bedrijven die bijdragen aan duurzaamheid, innovatie of sociale vooruitgang, is wat echt belangrijk voor hen is het doen van betekenisvol werk. Ze willen voelen dat hun bijdragen een verschil maken.

Uit de Deloitte 2024 Gen Z en Millennial Survey blijkt dat 86% van Gen Z'ers zegt dat het hebben van een gevoel van zingeving in hun werk zeer of enigszins belangrijk is voor hun algehele werktevredenheid en welzijn.

Uit onderzoek en gesprekken met recruiters blijkt dat jonge professionals een sterke voorkeur hebben voor bedrijven met een positieve maatschappelijke impact. Organisaties die zich uitsluitend richten op winst zijn veel minder aantrekkelijk. Voor deze generatie zijn werkplezier, impact en waardering belangrijker dan status en geld.

GEN Z & DUURZAAMHEID

Voor Gen Z gaat de keuze voor een werkgever verder dan salaris en status—het draait om zingeving en impact. Jonge professionals voelen zich aangetrokken tot bedrijven die een positieve bijdrage leveren aan de samenleving in plaats van bedrijven die uitsluitend gericht zijn op winst. Ik zie ook dat voor veel jonge mensen duurzaamheid de voorkeur heeft, wat zowel carrièrekeuzes als consumentengedrag steeds meer beïnvloedt. Bedrijven die aantonen dat ze zich inzetten voor sociale en ecologische verantwoordelijkheid zijn voor deze generatie veel aantrekkelijker.

Met name milieuduurzaamheid is een belangrijk aandachtspunt voor Gen Z en millennials. Volgens de Deloitte 2024 Gen Z en Millennial Survey neemt meer dan de helft van de Nederlandse Gen Z'ers (59 procent) en millennials (62 procent) actief stappen om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Veel van hen gebruiken ook hun koopkracht om bedrijven richting duurzaamheid te sturen—26 procent van de Nederlandse Gen Z'ers en 30 procent van de millennials zijn al gestopt met het kopen van fast fashion, terwijl nog eens een kwart van plan is dit in de toekomst te doen.

Deze trend benadrukt een bredere verschuiving—jonge professionals verwachten dat bedrijven verantwoordelijkheid nemen, niet alleen voor financieel succes, maar ook voor hun impact op de wereld. Organisaties die zowel sociale als ecologische duurzaamheid in hun kernwaarden verankeren, zullen een concurrentievoordeel hebben bij het aantrekken en behouden van Gen Z-talent.

“Ik denk dat wij duurzaamheid zo belangrijk vinden omdat we de impact ervan aan de andere kant van de wereld zien via sociale media. Daarnaast heb ik na mijn studie zes maanden door Azië gereisd, waar ik de gevolgen van al het plastic en de paarse rivieren met eigen ogen heb gezien. Dat maakte echt indruk, ja.”

- Bas, 23



ONTWIKKELING

Een van de belangrijkste redenen waarom veel jonge mensen organisaties verlaten, is dat ze het gevoel hebben niet genoeg te leren of onvoldoende mogelijkheden te hebben voor verdere ontwikkeling. Gen Z is enorm leergierig en gewend om kennis op te doen via videocontent. Ze nemen deze gewoonte ook mee naar de werkvloer.

WAARDERING

Generatie Z hecht veel waarde aan erkenning op de werkvloer. Ze willen regelmatig bevestiging dat ze goed presteren en vinden het belangrijk om complimenten te geven en te ontvangen. Dit komt deels door hun opvoeding, waarin gevoelens en positieve bekrachtiging een grote rol speelden. Ook sociale media spelen een rol: Gen Z is gewend aan directe feedback in de vorm van likes en reacties, wat hun behoefte aan erkenning versterkt. Daarnaast speelt onzekerheid mee—waardering geeft hen de geruststelling dat hun werk ertoe doet.

DIVERSITEIT & INCLUSIE

Voor deze generatie zijn diversiteit en inclusie vanzelfsprekend. De ouders van Gen Z waren de eerste generatie in Nederland waarin mannen en vrouwen een gelijk opleidingsniveau hadden. Hierdoor is Gen Z opgegroeid met gendergelijkheid als norm. Daarnaast zijn ze gewend aan diverse klaslokalen en samenwerking

met mensen uit verschillende achtergronden. Dit vertaalt zich naar de werkvloer: ze verwachten een inclusieve omgeving en spreken zich uit wanneer die ontbreekt. Vooral Gen Z-vrouwen laten hun stem horen als ze een gebrek aan vrouwelijke vertegenwoordiging in bestuurskamers of leidinggevende posities zien. Het is iets dat ze duidelijk opmerken, wat hen raakt en wat ze actief missen.

GEZONDHEID & WELZIJN

Voor Gen Z is welzijn op de werkvloer meer dan een extraatje—het is een basisverwachting. Ze zoeken werkgevers die zowel fysieke als mentale gezondheid prioriteren, van flexibele werkregelingen tot kantooromgevingen die een gezonde levensstijl ondersteunen. Toegang tot verse, voedzame maaltijden, mentale gezondheidsbronnen en voldoende hydratatie speelt allemaal een rol in hun algehele werktevredenheid.

Deze generatie begrijpt de link tussen welzijn en prestaties. Ze waarderen werkplekken die het gemakkelijk maken om de hele dag energiek te blijven—of dat nu via welzijnsinitiatieven, beweging-vriendelijke kantoorruimtes of gemakkelijke toegang tot gezonde voeding en drankjes is. Bedrijven die een cultuur van welzijn creëren, zullen een duidelijk voordeel hebben bij het aantrekken en behouden van Gen Z-talent.

“Ik vind waardering erg belangrijk omdat het me het gevoel geeft dat mijn werk een doel heeft, dat het erkend wordt en dat ik het niet voor niets doe.”

- Rhodé, 24



03

Zakelijke Impact – Waarom Het Afstemmen op Deze Waarden Cruciaal Is

Onderzoek, waaronder dat van mentor Dr. Aart Bontekoning, toont aan dat Generatie Z een cruciale rol speelt in het vernieuwen van organisaties. Ze hebben een scherp oog voor verouderde werkprocessen en herkennen instinctief wanneer iets niet meer werkt. Dit is vergelijkbaar met hoe een smartphonegebruiker meteen merkt wanneer een app traag of verouderd is en instinctief op zoek gaat naar een update.

Generatie Z is opgegroeid in een wereld waarin verandering de norm is: updates, algoritmes en nieuwe technologieën volgen elkaar razendsnel op. Hierdoor brengen ze niet alleen nieuwe tools en methodes met zich mee, maar ook frisse verwachtingen op het gebied van samenwerking, communicatie en zingeving.

Zo stellen ze kritische vragen over traditionele vergaderculturen: Waarom zitten we drie uur in

een meeting als we dit veel sneller kunnen oplossen in een gedeeld document? Of ze wijzen op inefficiënte werkmethodes: Waarom hebben we tien goedkeuring rondes nodig voor iets dat we in een kort overleg kunnen beslissen?

Bovendien hebben ze een lage tolerantie voor verouderde systemen. Oudere generaties accepteren vaak inefficiënte werkwijzen omdat "het nu eenmaal zo gaat." Gen Z daarentegen raakt snel gedemotiveerd wanneer processen onnodig complex zijn of geen duidelijke betekenis hebben.

Voor organisaties biedt dit eerder een kans dan een bedreiging. Bedrijven die deze vernieuwingsdrang omarmen, profiteren niet alleen van efficiëntere processen, maar creëren ook een dynamische, gemotiveerde werkomgeving. Een team dat soepel samenwerkt met Gen Z blijft scherp en voorkomt dat het vastloopt in achterhaalde gewoonten.



04

Retentiestrategieën: Praktische Tips om Gen Z-Talent te Behouden

Generatie Z is ambitieus en gedreven en heeft duidelijke verwachtingen van werkgevers. Toch worstelen veel organisaties met het langdurig behouden van jong talent. Onderzoek wijst vier effectieve retentiestrategieën uit die werkgevers helpen niet alleen Gen Z aan te trekken, maar hen ook betrokken en gemotiveerd te houden.

DUIDELIJKE CARRIÈREPADEN

Gen Z wil vanaf dag één weten hoe ze kunnen groeien, welke stappen daarvoor nodig zijn en welke KPI's hun voortgang meten. Duidelijkheid houdt hen gemotiveerd en zorgt ervoor dat ze zich blijven inzetten. Bedrijven met transparante ontwikkelingsplannen hebben een veel grotere kans om Gen Z-talent te behouden.

FUNCTIEROULATIE

Veel jonge werknemers zijn nieuwsgierig naar andere afdelingen. Ze ontdekken vaak nieuwe interesses naarmate ze meer praktijkervaring opdoen. Bedrijven die hun medewerkers stimuleren om nieuwe vaardigheden te ontwikkelen en intern door te groeien, hebben hogere betrokkenheids- en retentiepercentages.

FLEXIBILITEIT

Gen Z vraagt zich af waarom ze acht uur op kantoor moeten zitten als ze hun werk al om 15:30 uur hebben afgerond. Bedrijven die hybride werk en flexibele werktijden aanbieden, zijn aantrekkelijker en behouden talent langer. Autonomie in werkuren leidt vaak tot meer energie en productiviteit.

BETAALDE LUNCH: DE ONVERWACHTE KANTOORMAGNEET

Hoe krijg je jonge medewerkers vaker naar kantoor? Het verrassende antwoord: een gratis lunch. Gen Z ziet dit als een belangrijke reden om te komen—niet alleen vanwege de kostenbesparing, maar ook voor de sociale interactie met collega's. Kwaliteit speelt een grote rol: geen standaard kaasbroodjes, maar verse, aantrekkelijke opties.

Hetzelfde geldt voor drankjes—het aanbieden van een premium waterdispenser met smaakjes tilt de ervaring naar een hoger niveau. Een hoogwaardige, gratis lunch in combinatie met goede hydratatiemogelijkheden verhoogt niet alleen de aanwezigheid op kantoor, maar versterkt ook de teamverbinding en verbetert de werkomgeving.

“Ik heb een duidelijk carrièrepad nodig om te overwegen om lang bij een organisatie te blijven. Dit betekent een realistisch plan maken en dit elke zes maanden evalueren. Het allerbelangrijkste is dat de verwachtingen helder zijn, zodat ik precies weet welke doelen ik moet behalen”

- Sarah, 22

“Persoonlijk denk ik dat we meer op output moeten focussen en minder op of je op kantoor werkt of niet. En thuiswerken bespaart me echt veel (reis)tijd.”

– Karima, 19



05

Conclusie: Gen Z Drijft Verandering

Gen Z brengt frisse ideeën, efficiëntie en sociale bewustwording naar de werkvloer. Ze hechten waarde aan betekenisvol werk, diversiteit, flexibiliteit en groei. Bedrijven die hierop inspelen, zullen jong talent aantrekken én behouden.

Door duidelijke carrièrepaden, leermogelijkheden en flexibele werkopties te bieden, creëren organisaties een dynamische en toekomstbestendige werkplek. Gen Z is geen uitdaging—het is een kans. Pas je aan en blijf vooruitlopen.



Voor meer artikelen en blogs, bezoek aquablu.com

 Aquablu