

# Gen Z op de werkvloer

Event JOW – 04/06/2024

**JOW**.BE  
JONGEREN  
OP DE  
WERKVLOER



Medegefinancierd door  
de Europese Unie

ONDERWIJS  
LIMBURG

STEUN  
PUNT



# Welkom



# Wat staat er op het programma?



# MEET GENERATION Z





# 2023: 1,3 mio Gen Z'ers in België

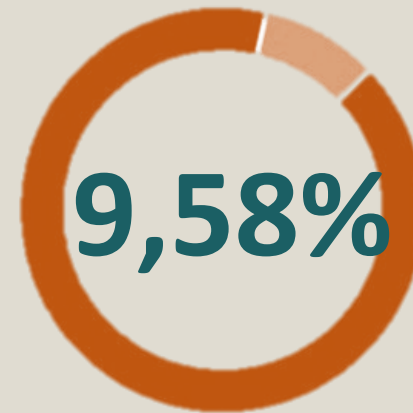
Gen Z: 14jr – 26j



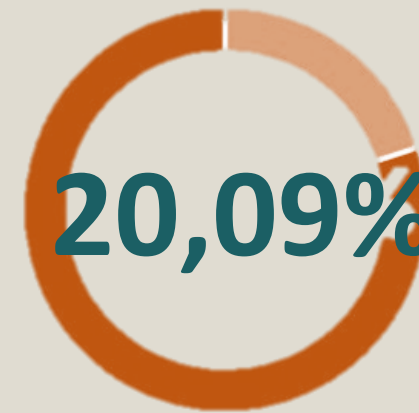
2013



2018



2023



2028



“Generatie Z is de moeilijkste om mee te werken.”

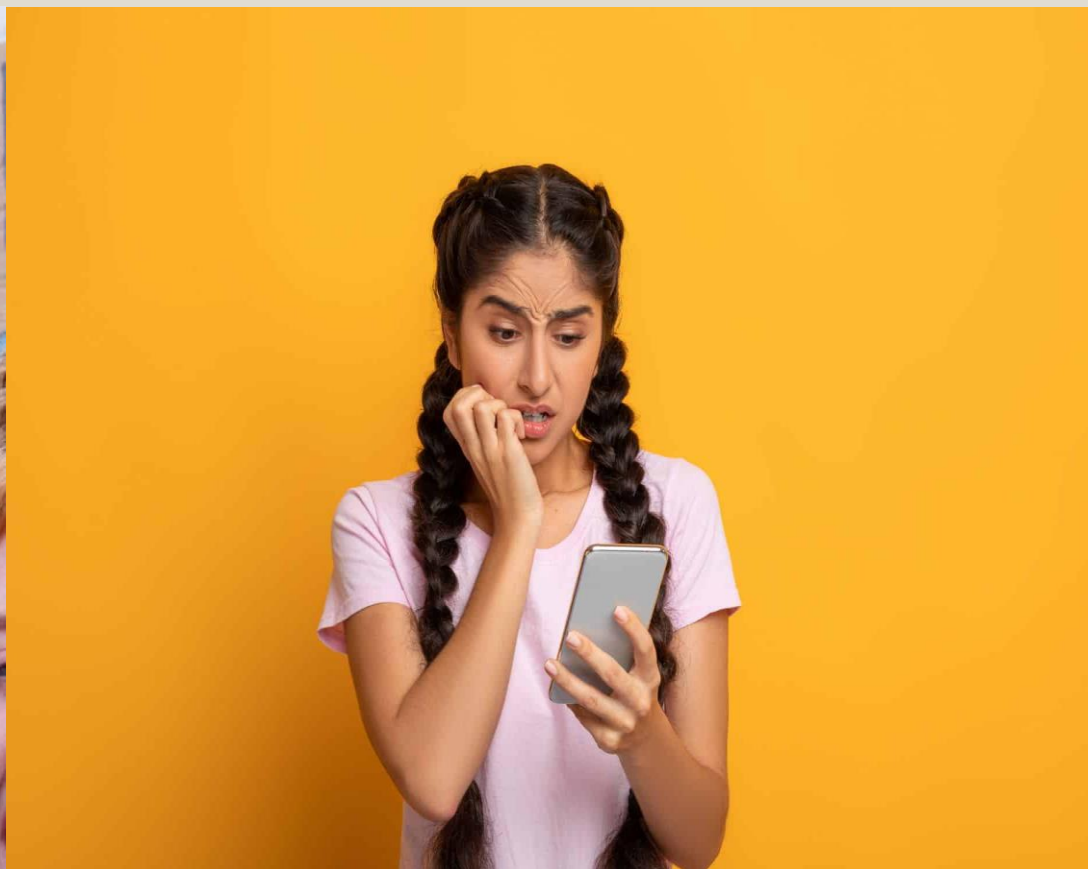
Maar liefst 74 procent van de werkgevers vindt deze generatie moeilijker om mee te werken dan andere generaties.



“Ze zijn niet gemotiveerd,  
willen niet hard werken  
maar zijn wel enorm mondig.”









Medegefinancierd door  
de Europese Unie

**JOW**.BE  
JONGEREN  
OP DE  
WERKVLOER

STEUN  
PUNT  
ONDERWIJS  
LIMBURG



# Panelleden & Keynote sprekers

## Panelleden:

- **Bart Lambrechts** - [Carglass Belgium](#) – HR Director
- **Hans Segers** - [Cgers](#) – Founder & Owner
- **Liesbet Beyen** - [Scholengroep GO! Next](#) - Coördinerend directeur secundair onderwijs

## Panelleden & Keynote sprekers:

- **Jasper Dockx** - '[De Twaalfde Man](#) – Social First Agency'- Entrepreneur & founder
- **Julien De Wit** - [GenZ auteur](#) van het boek 'Ge(e)neraties, columnist en spreker
- **Yousra Rifi** - [Amana Advisory](#) – Owner & Intercultureel onderneemster



# Keynote 1: My story

Yousra Rifi

# AMANA ADVISORY

your connection to the Middle East

<https://www.amanaadvisory.eu/>

# Yousra Rifi

CEO van Amana met een scherp oog voor detail en een diepgaand begrip van geopolitiek, diplomatie en de subtiliteiten van zakelijke communicatie leidt Yousra een sterk **team** met vastberadenheid en vooruitziendheid.



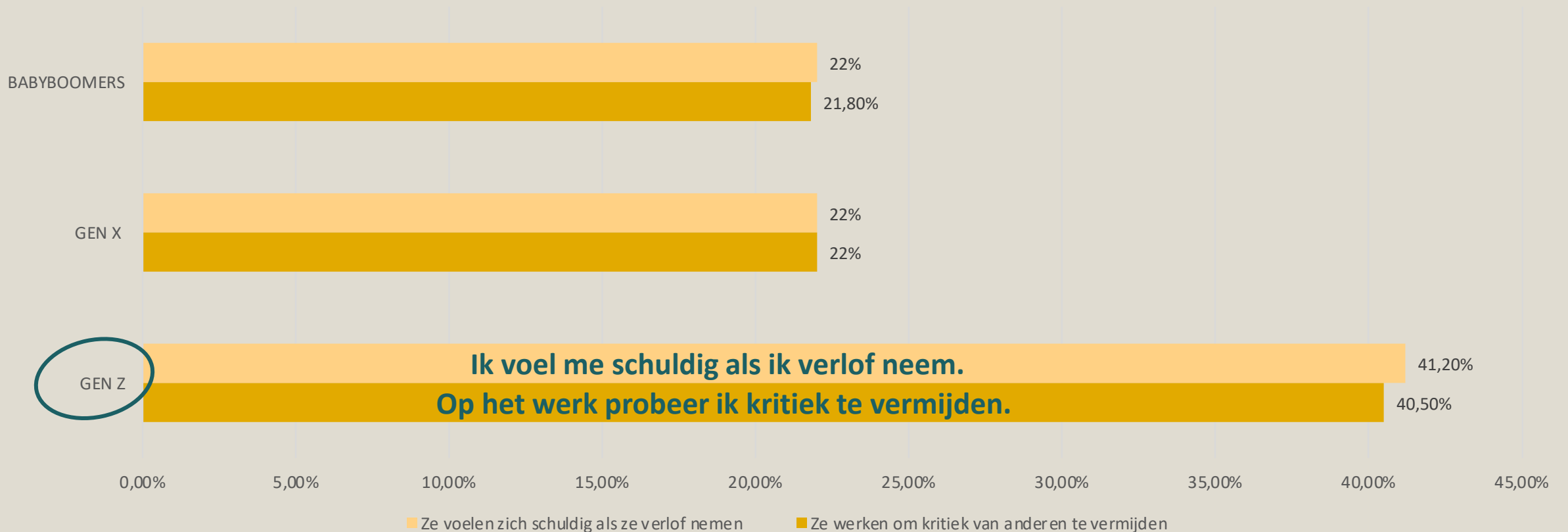


## Statement 1:

Gen Z heeft een slechte werkhouding.  
Ze zijn lui en ze willen niet werken.

# Gen Z op de werkvloer

GENERATIEMIX







# Eigen waarden & normen t.o.v. werk

44%

Gen Z

25%

Millenials

44% van de Gen Z'ers heeft al eens een opdracht of taak geweigerd omdat deze tegen hun eigen waarden & normen ingaat. Bij de millenials was dit slechts 25%.



## Statement 1:

Gen Z heeft een slechte werkhouding.  
Ze zijn lui en ze willen niet werken.



# Keynote 2: Waarom de generatiekloof op de werkvloer slechts een putje is

Julien De Wit

Ge(e)neratie



# JONGEREN EN HR

JULIEN DE WIT

# WIE BEN IK?

- **EX-VOORZITTER VLAAMSE VERENIGING VAN STUDENTEN**
- **TAL VAN JONGERENORGANISATIES**
- **AUTEUR**
- **COLUMNIST VOOR TRENDS MAGAZINE EN JUBEL**
- **CHIEF OF STAFF TO CEO/CFO BIJ UNBOX**
- **CONSULTANT**
- **BRUSSELS INTERNATIONAL CENTER**
- **MASTER INTERNATIONALE BETREKKINGEN**
- **DOCTORANDUS TO BE?**



**WAAROM?**



**ONBEGRIP**







**GENERATIE?**

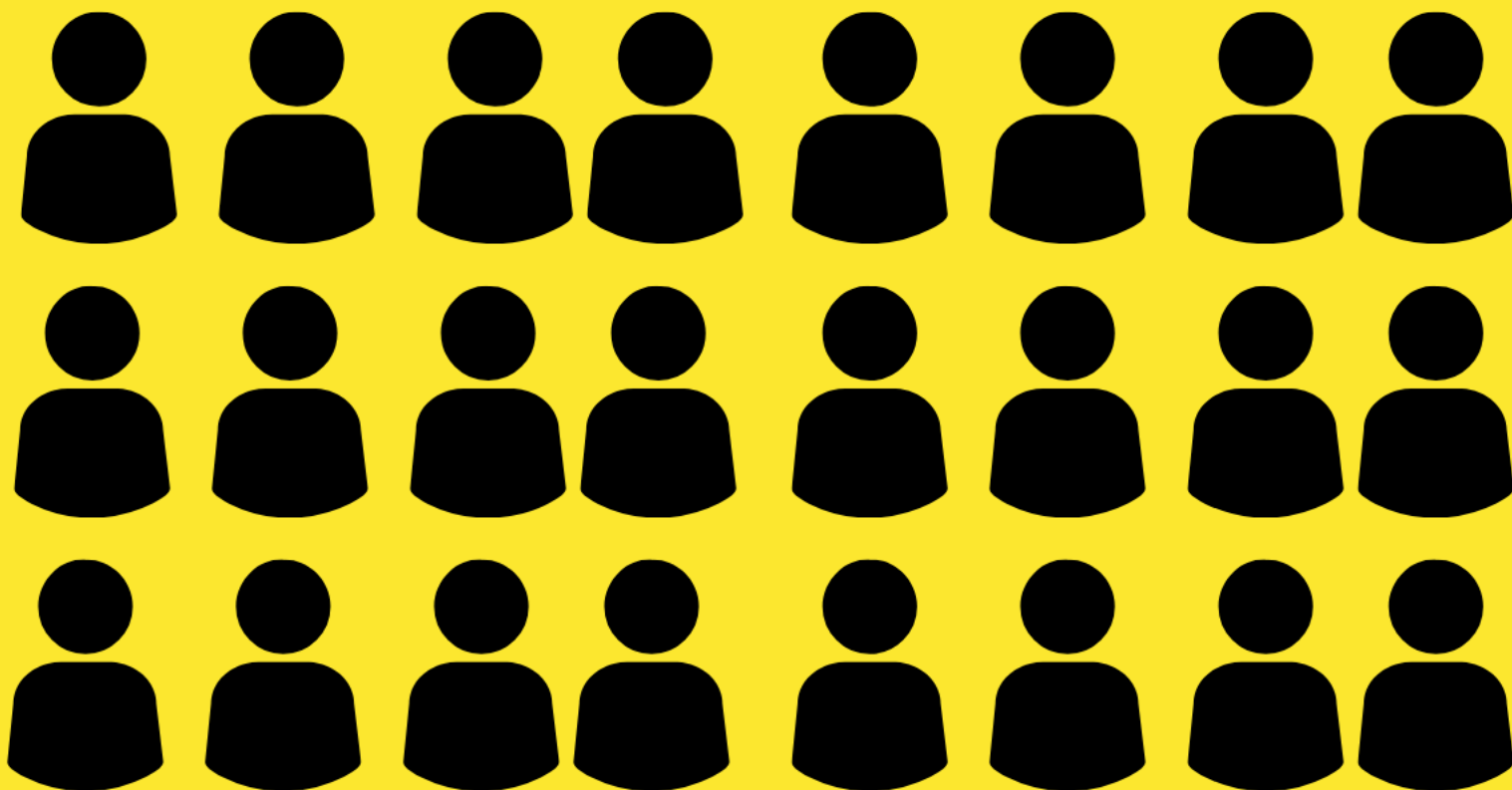
**GE**E**NERATIE??**

# 27 EXPERTEN



# EN DUS EEN BOEK?

## 70 JONGEREN



**254 ENTRIES**



# RODE DRADEN



# SOCIALE BEWOGENHEID



# AUTHENTICITEIT



**ONZEKERHEID**





# JONGEREN EN WERK

**“JONGEREN ZIJN LUI?”**



**“JONGEREN STELLEN TE  
HOGE EISEN”**



**WAT JONGEREN ÉCHT  
WILLEN WAT WERK  
BETREFT.**



**HOE JONGEREN  
ONDERSTEUNEN?**

**LUISTEREN**

*NIET ENKEL HOREN*

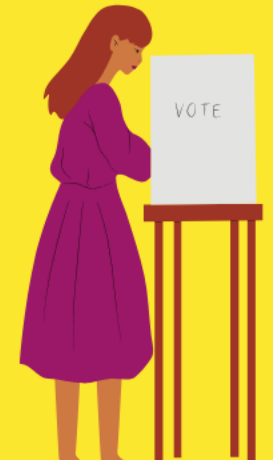
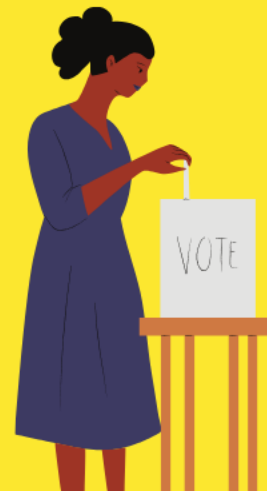
**WIE BEN IK?**

**IDENTITEIT**



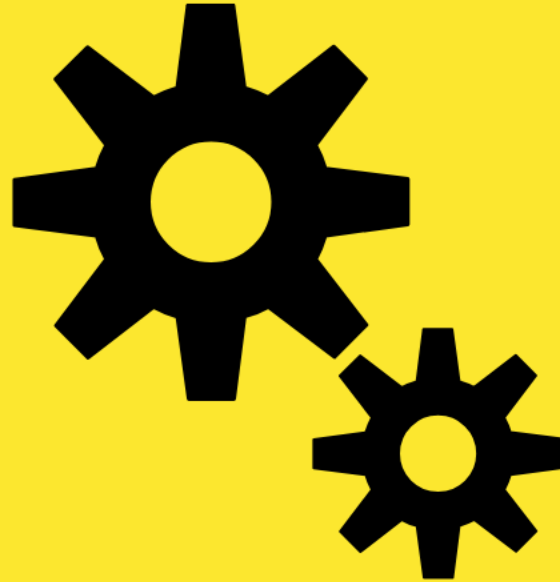
# BETROKKENHEID

EN IK DAN?





# OVERSIMPLIFICERING



# **ONZE PLEK IN ORGANISATIE**



**SOCIAAL**

**BEWOGEN**



**HOE JONGEREN  
ONDERSTEUNEN?**



# DANKJEWEL



@JULIENDEWIT



@JULIENDEWIT



@DEWITJULIEN



JULIENDEWIT



JULIENDEWIT.BE



INFO@JULIENDEWIT.BE



## Statement 2:

Gen Z wil te snel carrière maken  
en het grote geld verdienen.



**38%**

Gen Z

Financiële  
stabiliteit n°1

**43%**

Millenials

**50%**

**Gen Z leeft van loon tot loon**



64%

Gen Z

25%

wisselt voor een  
uitdagendere job

is bereid daarvoor in  
te boeten qua loon





## Statement 2:

Gen Z wil te snel carrière maken  
en het grote geld verdienen.



# PAUZE



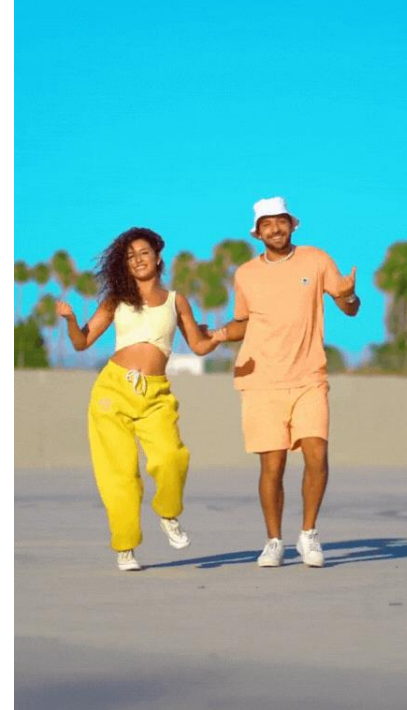
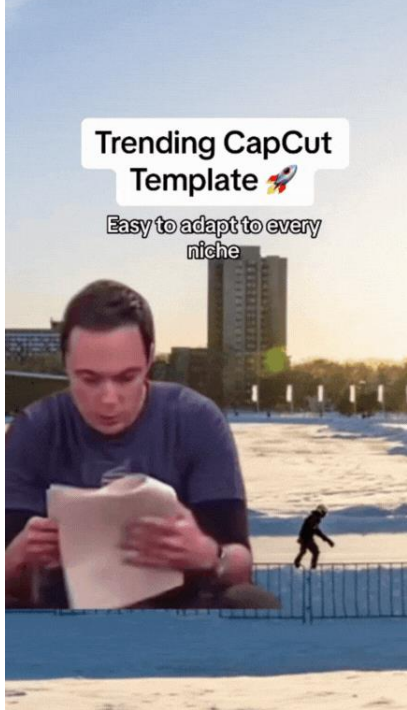
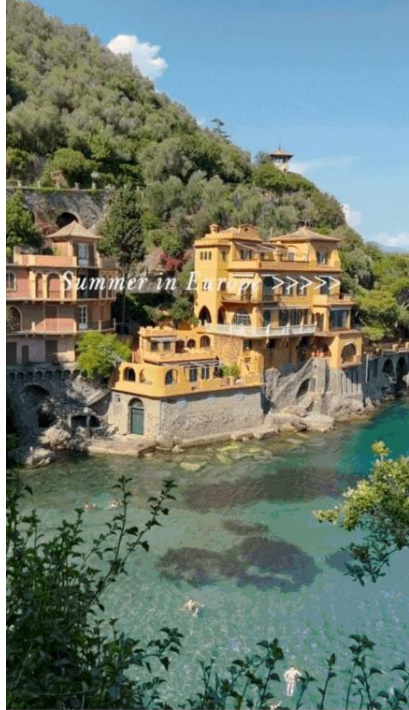
# Keynote 3: Gen Z bereiken via social media

Jasper Dockx



Hoe verbind ik  
**Gen Z met  
mijn merk?**





# Gen Z'ers in België

1.3M

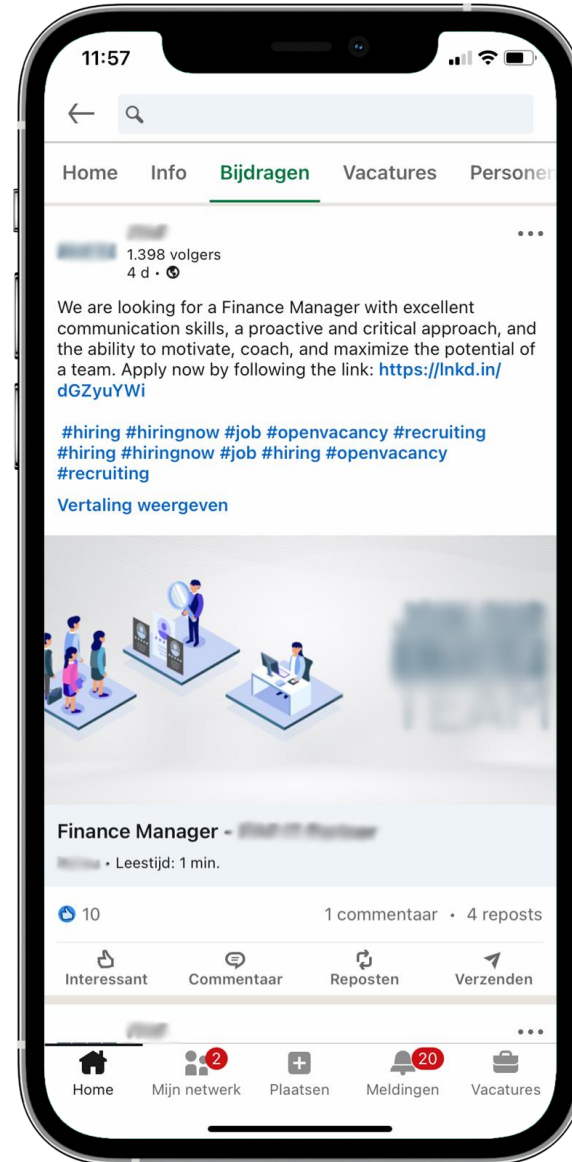
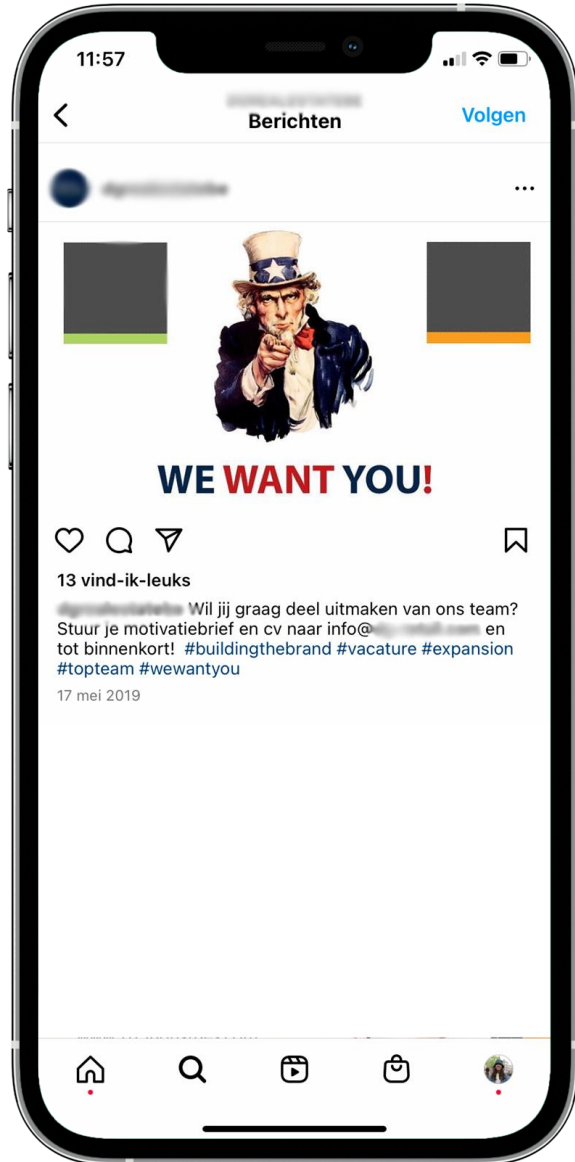
Gen Z'ers in België



745.399

**Gen Z'ers in Vlaanderen**

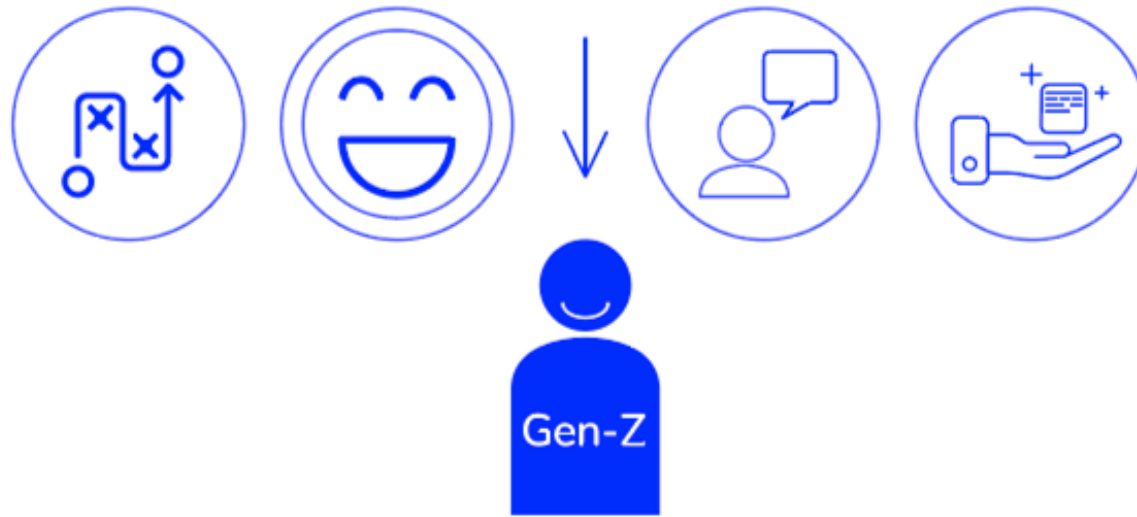




**Boodschap**



## Boodschap



Content met focus op RRR

**REAL**

**RAW**

delivered

**RELATABLE**

delivered

# 55%

van Gen Z'ers geeft aan dat zij exclusieve content willen zien van merken → denk aan behind-the-scenes, tutorials, enzovoort.



Hun leefwereld begrijpen?

# Hun leefwereld

---

<b>Humor</b>	€1,00
--------------	-------

---

<b>Muziek</b>	€2,00
---------------	-------

---

<b>Tone of voice</b>	€3,00
----------------------	-------

---

<b>Creators</b>	€4,00
-----------------	-------

---

Totaal	€???
--------	------

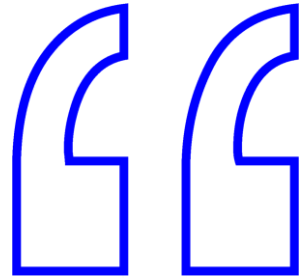


Nodig Gen Z uit aan tafel.

Tip van de dag.

**84%**

**van Gen Z'ers geeft aan dat zij meer bereid zijn te kopen bij een merk dat 'cool' overkomt.**



Gen Z verwacht van een merk dat zij **een sterke mening hebben en persoonlijkheid.**



**Spreek vanuit de  
cultuur, niet vanuit  
je product.**

54%

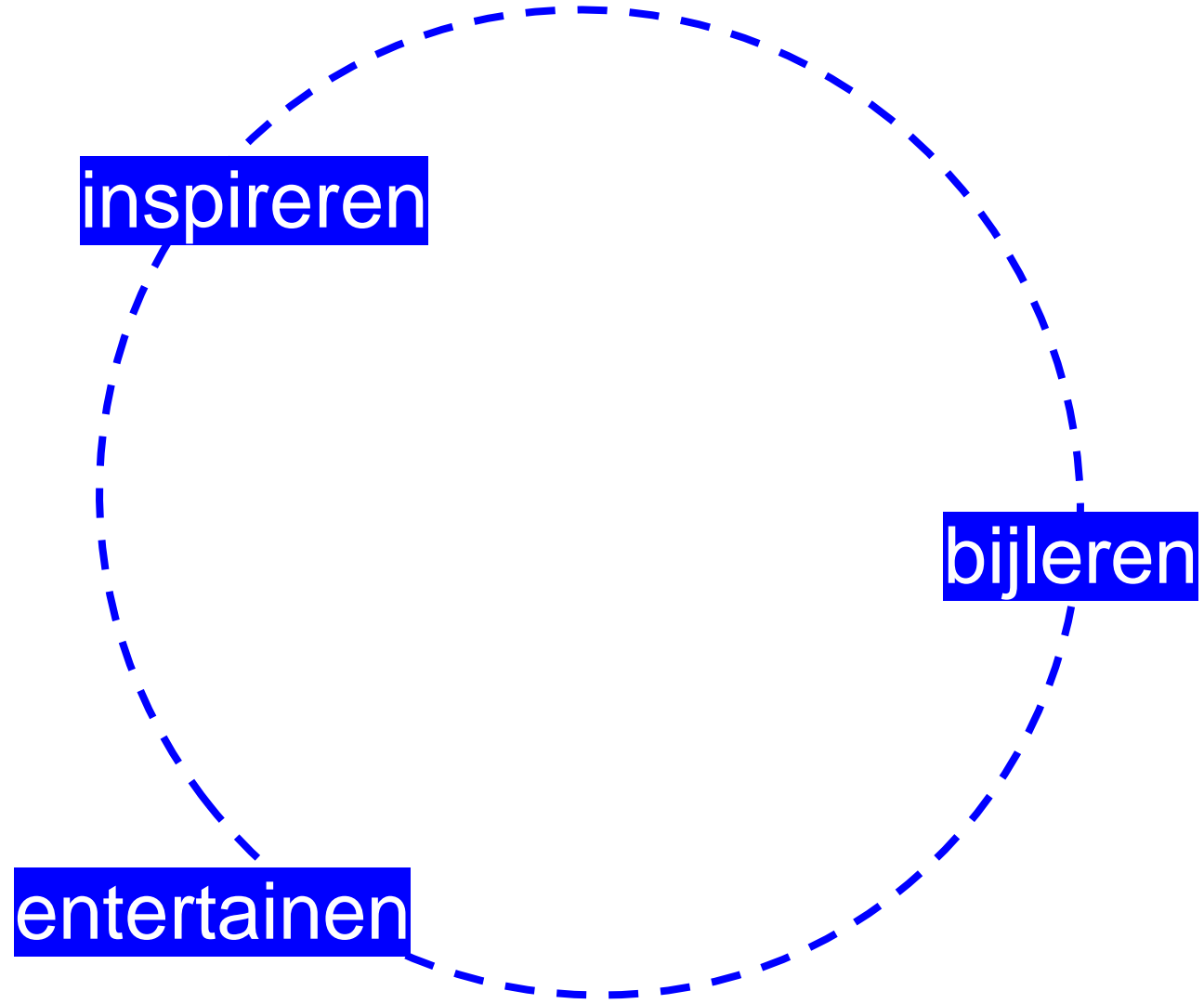
van Gen Z'ers geeft aan dat zij zich thuis voelen bij de community's van hun favoriete merken.

T.M.



De typische funnel  
is voor de oude  
wereld. Gen Z leeft  
daar niet meer. 🌍





# Jasper Dockx

👤 Founder @ Twaalfde Man - Gen Z Agency

👤 Trends in Social Advertising @ KdG

❤️ Ondernemerschap, social media & Gen Z



TM.



## Statement 3:

Gen Z kan niet communiceren  
en kan ook niet om met feedback.



# 8sec

Gen Z

Aandacht  
spanne

# 12sec

Millenials

## Visueel

## To the point



# 66%

## Gen Z

Nood aan feedback  
om de paar weken

# 40%

## Gen Z

Dagelijks regelmatig  
contact met LG



## Statement 3:

Gen Z kan niet communiceren  
en kan ook niet om met feedback.





# JOW – ons doel

Alle jongeren maximale ontwikkelkansen bieden om hun talenten te ontdekken en uit te bouwen in een inclusieve onderwijswereld en arbeidsmarkt

Specifieke aandacht voor jongeren die vanuit hun opleiding (secundair onderwijs dubbele finaliteit en arbeidsmarktfinaliteit, secundair onderwijs duaal leren, graduaatsopleidingen) al jong op de werkvloer komen





# JOW – ons doel

Inzetten op zoveel mogelijk succesvolle werkplektrajecten waarin jongeren op een kwalitatieve manier begeleid worden

Door al degenen die de jongeren in hun werkplektrajecten omringen (bedrijven/organisaties, scholen, intermediaire organisaties):

- samen te brengen en noden en ervaringen te laten uitwisselen
- kennis te delen over het profiel van jongeren op de werkplek
- tools en handvatten die mensen versterken in hun begeleidingskills te ontwikkelen en verspreiden
- info over de organisatie van werkplektrajecten te centraliseren op 1 platform, binnen een samenwerkingsverband met alle Limburgse stakeholders uit arbeidsmarkt en onderwijs

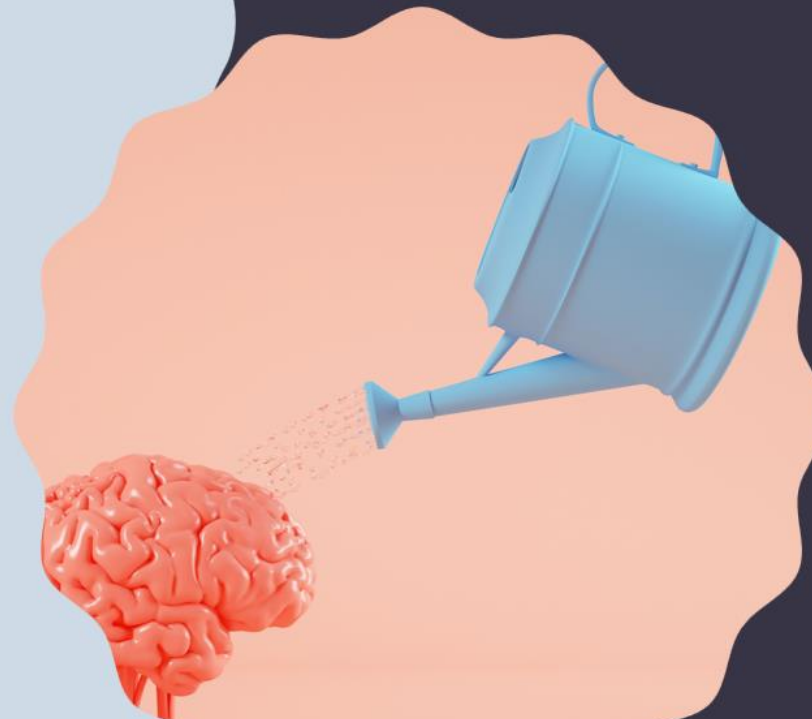


# Coming soon

## ALS VLOEKEN NIET MEER WERKT

tools voor coaching en mentoring van jongeren op de werkvloer vanuit wetenschappelijke kennis over brein en leren

5 learning snacks kennisclips mét intervisieaanbod voor mentoren en begeleiders op de werkplek





# Coming soon

## ALS VLOEKEN NIET MEER WERKT

tools voor coaching en mentoring van jongeren op de werkvloer vanuit wetenschappelijke kennis over brein en leren

1. Ze willen wél maar...: de jongere en zijn breinrijpheid
2. Nooit op tijd en niet bereikbaar: de jongere en zijn vaardigheden om te plannen en organiseren
3. Yes, I can!: de rol van feedback en het belang van een motiverende begeleidershouding
4. De eindeloze rit op een rollercoaster: de jongere en zijn emotie en emotieregulatie
5. Elke lerende is uniek: de jongere en diversiteit in gender en in sociaal-culturele achtergrond



# Warme oproep aan bedrijven

Op welke manier kan JOW  
bedrijven helpen om jongeren  
te ondersteunen op de werkvloer?



# Take aways



Gen Z'ers hechten belang aan hun eigen waarden & normen.

Ze zijn opgegroeid in een onstabiele wereld, een pandemie, oorlog, klimaatverandering, ... , en economische lastige tijd.

Ze willen hier iets aan doen en impact creëren.

Daarnaast willen ze ook bewust kiezen voor hun eigen (mentale) gezondheid en kiezen heel bewust voor een goed work/life balans.



Gen Z hecht belang aan een hoog salaris, maar dit lijkt vooral gedreven te worden door de **financiële stabiliteit** waarnaar ze op zoek zijn.

2 op de 3 Gen Z'ers hebben vandaag naast hun hoofdjob ook een **bijverdienste** om zo die financiële stabiliteit voor zichzelf te kunnen garanderen.

Daarnaast hechten Gen Z'ers ook belang aan een **aantrekkelijke jobinhoud**. Dus niet alleen een job waarmee ze veel geld verdienen, maar ook een job met de nodige zingeving.



# Conclusie

**Wederzijds begrip**

**In verbinding gaan en blijven**





# Evaluatie



## Netwerklunch

12:00 – 13:00



Medegefinancierd door  
de Europese Unie

**JOW**.BE  
JONGEREN  
OP DE  
WERKVLOER

STEUN  
PUNT  
ONDERWJS  
LIMBURG

# Gen Z op de werkvloer

Event JOW – 04/06/2024

**JOW**.BE  
JONGEREN  
OP DE  
WERKVLOER



Medegefinancierd door  
de Europese Unie

ONDERWIJS  
LIMBURG

STEUN  
PUNT