

ONDERZOEKSRAPPORT

'Wat zoekt Gen-Z in een werkgever?'

JULI 2023

E N D E A V O U R
HEROES



Inleiding

De afgelopen jaren was er een enorme krapte op de arbeidsmarkt. Veel bedrijven ondervonden moeite met het aantrekken van personeel. Dit zorgde ervoor dat er een switch was in de manier waarop werkgevers hun vacatures moesten inrichten. Waar in eerste instantie de werknemer moest laten zien dat hij/zij de juiste skills had voor een bepaalde functie, is het nu de werkgever die manieren moet vinden om vacatures aantrekkelijk te maken voor de huidige generatie. Maar hoe ziet de huidige generatie er precies uit, en wat zoekt deze in een werkgever?

De resultaten van dit onderzoek zijn bedoeld om bedrijven inzicht te bieden in de gedachtegang van de huidige generatie. Deze inzichten kunnen helpen bij het inrichten van (nieuwe) vacatures, en daarmee het optimaliseren van het wervingsproces. Hoe verbind jij Gen-Z aan jouw organisatie?



Inhoud

Om een zo duidelijk mogelijk beeld te schetsen van wat Gen-Z zoekt in een werkgever zal er, naast de onderzoeksresultaten, eerst worden vastgesteld hoe deze generatie wordt beschreven in eerdere bronnen, en welke definitie voor dit rapport is aangehouden.

Ook zullen verschillen met eerdere generaties worden aangekaart, en een aantal algemene factoren die werkzoekenden over het algemeen meenemen bij het zoeken naar nieuwe vacatures.

Ten slotte zal in dit theoretische kader ook nog benoemd worden hoe, volgens eerdere bronnen, Gen-Z'ers zich verhouden tot de arbeidsmarkt.



Definitie Gen-Z

Het bepalen van een generatie heeft niet alleen te maken met het bepalen van een leeftijdscategorie. Deze grenzen blijven in verschillende onderzoeken namelijk nogal vaag, en worden voornamelijk vastgelegd door bepaalde externe factoren.

Wat betreft het eerste geboortjaar van de generatie lopen de meningen van demografen nogal uiteen. Gemiddeld gezien hanteren zij een eerste geboortjaar tussen 1995 en 1997.

Om wel een duidelijk kader te kunnen schetsen voor onze respondenten, is in dit onderzoek (wat betreft de leeftijdscategorie) de definitie van het Amerikaanse Pew Research Center aangehouden. Het centrum stelt dat de generatie bestaat uit personen geboren tussen 1997 en 2012.



Definitie Gen-Z

Maar waarom behoort iemand uit 1997 wél bij Generatie Z, en iemand uit 1996 niet? Verschillen in generaties wordt grotendeels bepaald door de ontwikkelingen in de maatschappij van een specifieke tijdsperiode. Politieke, economische en sociale factoren hebben een grote impact op het gedrag van generaties.

Generatie Z, ook wel @generation, Pluralist-generatie of iGen genoemd (Hampton & Keys, 2017), groeide op in een digitale wereld. Aangezien verschillende apparaten, zoals de mobiele telefoon en de computer, al vanaf het begin onderdeel zijn geweest van het leven van een Gen-Z'er, is constante connectiviteit heel normaal voor deze generatie (Dimock, 2019).

Deze constante toegang kan tot gevolg hebben dat Gen-Z'ers vaker en sneller taken en verantwoordelijkheden willen vermijden. De jongeren maken bijzonder veel gebruik van sociale media, voornamelijk om informatie te verzamelen over de ecologische crisis (Dimock, 2019).

Overige belangrijke karaktereigenschappen van deze generatie zijn een onderbewust verlangen naar veiligheid, gericht zijn op innovatie en een focus op gemak (Wood, 2013).

Verschillen in generaties

Het feit dat onderzoekers verschillende generaties onderscheiden, heeft alles te maken met een mate van 'revolutie'. Elke generatie is in zekere zin een reactie van een bepaald 'ongenoegen' van de vorige generatie. Ook hebben, zoals eerder genoemd, veranderingen in de maatschappij een grote impact op verschillen in generaties.

Wat betreft politieke factoren werd de 'Stille' generatie beïnvloed door de Tweede Wereldoorlog, en de Boomers met de nasleep hiervan. Generatie X had te maken met de Vietnamoorlog, en Millennials wellicht met de oorlogen in Irak en Afghanistan. Voor Gen-Z (of inmiddels een nieuw benoemde generatie) zal de oorlog in Oekraïne zijn sporen achterlaten.



Verschillen in generaties

Economisch gezien verschilt Generatie Z van zijn voorganger de Millennials, aangezien deze laatste zijn intrede deed op de arbeidsmarkt midden in een economische recessie. Hoewel financiële omstandigheden vandaag de dag ook niet heel voortvarend zijn, hebben Gen-Z'ers wel te maken met de krapte op de markt, wat het voor hen mogelijk eenvoudiger maakt om aan een baan te komen dan voor hun voorgangers.

Één van de grootste factoren, zeker voor Generatie Z, is het sociale element. Voornamelijk de snelle ontwikkeling van technologie heeft een grote impact op verschillende generaties, omdat het grotendeels bepaalt hoe mensen interacteren en communiceren. Zo groeiden Boomers op met de komst van de televisie, Generatie X zag de opkomst van de computer en Millennials zaten middenin de internet-explosie.

Generatie Z verschilt hierin met de voorgaande generaties, aangezien het opgroeide met al het bovenstaande. Technologische ontwikkelingen zijn daarom iets 'van deze tijd', en Gen-Z'ers weten eigenlijk niet beter. Deze gewenning kan positieve effecten hebben, zoals een focus op innovativiteit, maar ook negatieve effecten zoals de constante 'aan' modus, en de behoefte van Gen-Z'ers om te ontsnappen aan de realiteit.

Gen-Z aan het werk

Om te bepalen welke factoren Gen-Z belangrijk vindt bij het zoeken naar een baan, is het goed om vast te stellen welke onderdelen worden meegenomen door alle werkzoekenden.

Maloni et al. (2019) stelde, uit eerdere onderzoeken, een lijst samen van zeven categorieën. Deze categorieën beschrijven onderdelen welke werkzoekenden gebruiken om bepaalde vacatures op te beoordelen. Deze onderdelen betreffen: extrinsieke motivatie, intrinsieke motivatie, het faciliteren van bepaalde toezichthouding, sociale waardes, altruïsme, vrije tijd en stabiliteit.



Gen-Z aan het werk

De resultaten van dit onderzoek worden getoetst aan de hand van uitspraken uit eerder verschenen onderzoeken. Volgens Iorgulescu (2016) hechten Gen-Z'ers grote waarde aan ontwikkeling, zowel persoonlijk als professioneel, goede relaties en een goed salaris. Door financiële crisis, een onzekere arbeidsmarkt en grote sociale- en bedrijfsschandalen worden factoren als structuur, veiligheid, een goede werkomgeving en werkgeluk door deze generatie ook als zeer belangrijk beschouwd (Ozkan en Solmaz, 2015; Scholz, 2019).

Studies van Deloitte (2018) en Randstad (2016) stellen dat financiële beloningen, een positieve cultuur en de mogelijkheid om te blijven leren om door te ontwikkelen in hun carrière belangrijke drijfveren zijn voor werktevredenheid. Ten slotte stelt Dolot (2018) nog dat Gen-Z'ers zich betrokken willen voelen door het geven en ontvangen van feedback.

Resultaten uit het onderzoek van Maloni et al. (2019) stellen dat Gen-Z intrinsieke motivatie, stabiliteit en sociale waardes als belangrijkste categorieën beschouwen. Minst belangrijke categorieën zijn volgens dit onderzoek vrije tijd, sociale betrokkenheid en het faciliteren van bepaalde toezichthouding. Wat een opmerkelijk gegeven is, aangezien de onderzoeken van Dolot (2018) en Ozkan en Solmaz (2015) deze categorieën juist als belangrijk bestempelen.

Resultaten

Voor dit onderzoek is gebruikt gemaakt van een enquête, gecombineerd met literatuuronderzoek. De vragenlijst was bedoeld voor werkende en werkzoekende personen geboren tussen 1997 en 2012. De lijst is opgedeeld in vier categorieën: algemene informatie, arbeidsvoorwaarden, organisatie en inhoud, en teamspirit. De eerdergenoemde zeven categorieën uit Maloni et al.(2019) zijn in deze onderdelen meegenomen.

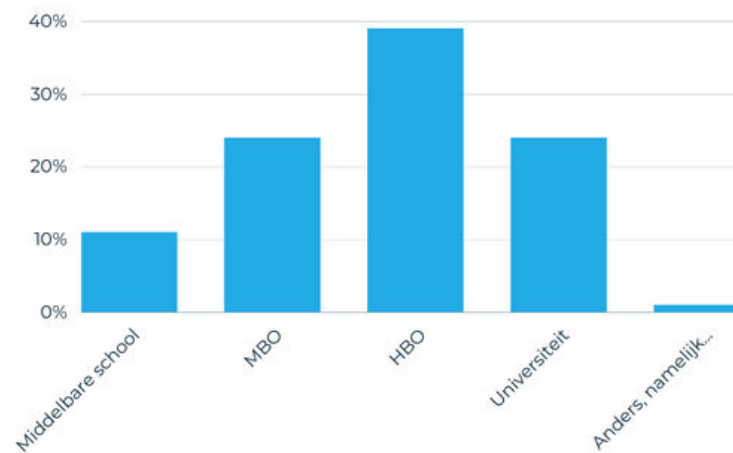


Deelnemers

In totaal heeft de vragenlijst 90 respondenten, 43,33% man en 56,67% vrouw, variërend tussen 16 en 26 jaar. Het grootste gedeelte van de respondenten heeft een HBO-opleiding afgerond (38,89%), gevolgd door MBO en universiteit (beide 24,44%). 11,11% geeft aan de middelbare school als hoogst genoten opleiding te hebben. 75,56% van de respondenten is werkend en 24,44% werkzoekend.

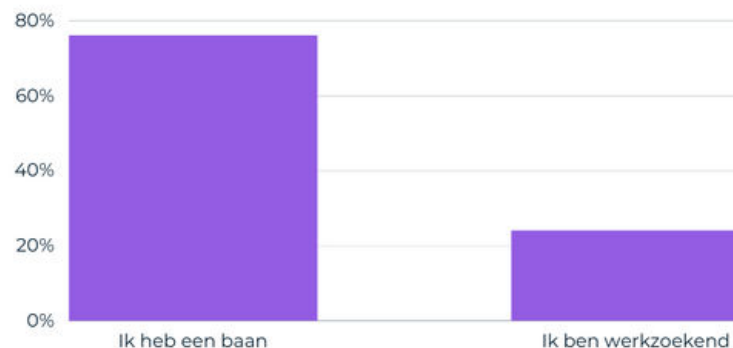
OPLEIDING

Wat is je hoogst genoten opleiding?



WERK(ZOEK)END

Heb je een baan of ben je werkzoekend?



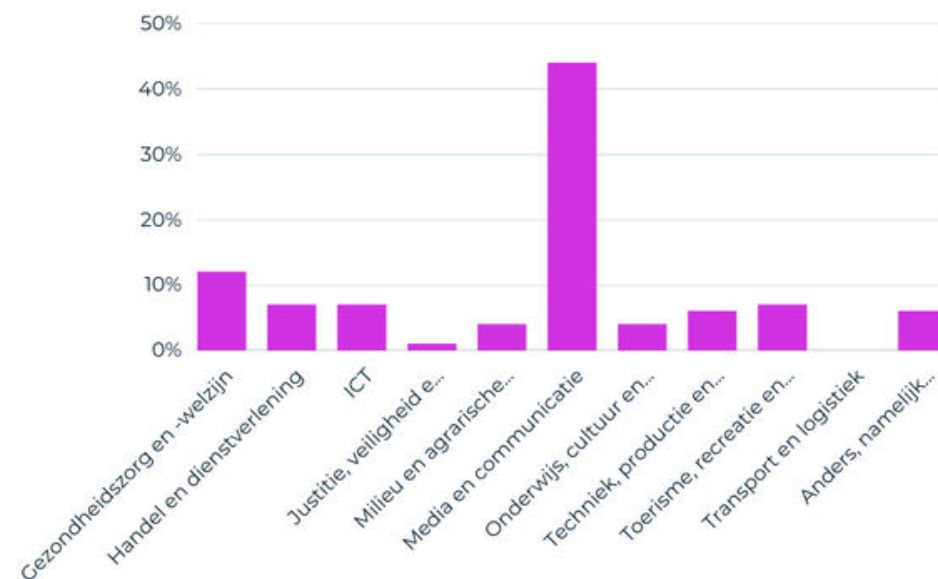
Deelnemers

Werkend

De groep 'werkenden' geeft hun huidige werkgever, wat betreft werktevredenheid, gemiddeld het cijfer 7,4. De belangrijkste redenen hiervoor zijn een prettige werksfeer (75%), ontwikkelingsmogelijkheden en boeiende functie-inhoud (52,94%) en bedrijfscultuur (50%).

SECTOREN WERKEND

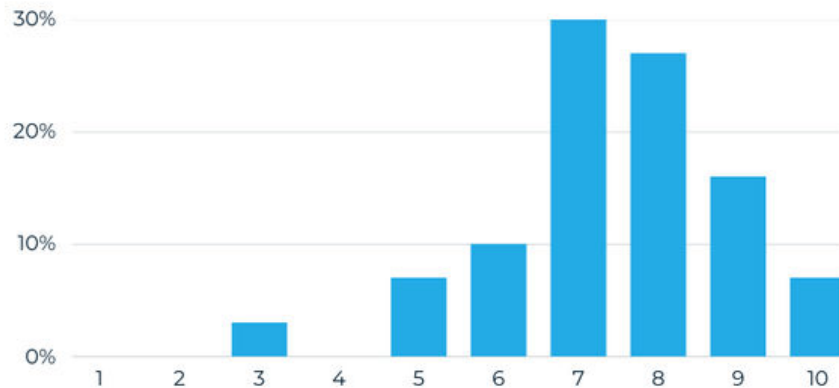
In welke sector ben je werkzaam?



Deelnemers

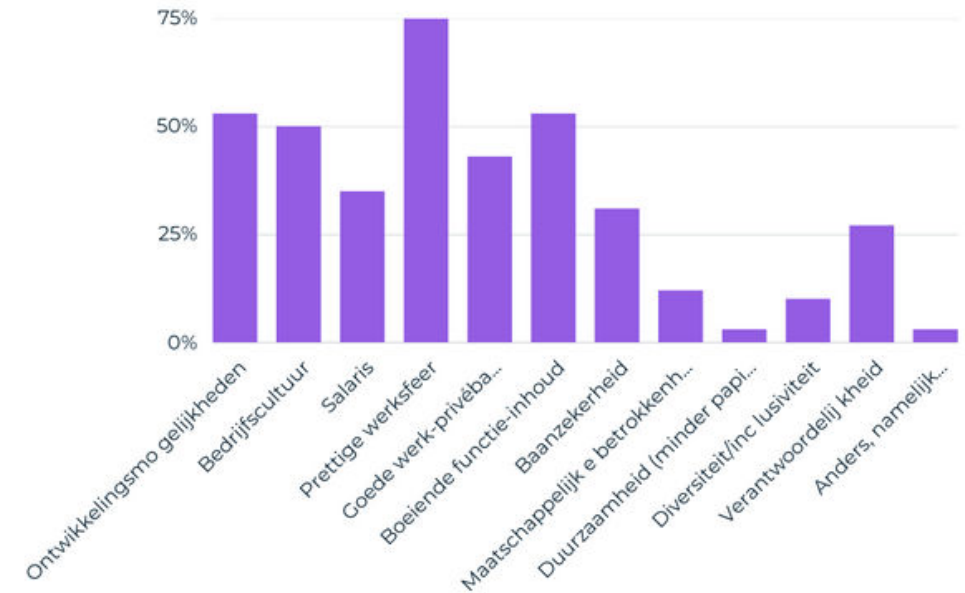
TEVREDENHEID

In hoeverre ben je tevreden bij je huidige werkgever?



TEVREDENHEID

Wat is de belangrijkste reden voor jouw tevredenheid over jouw huidige werkgever?



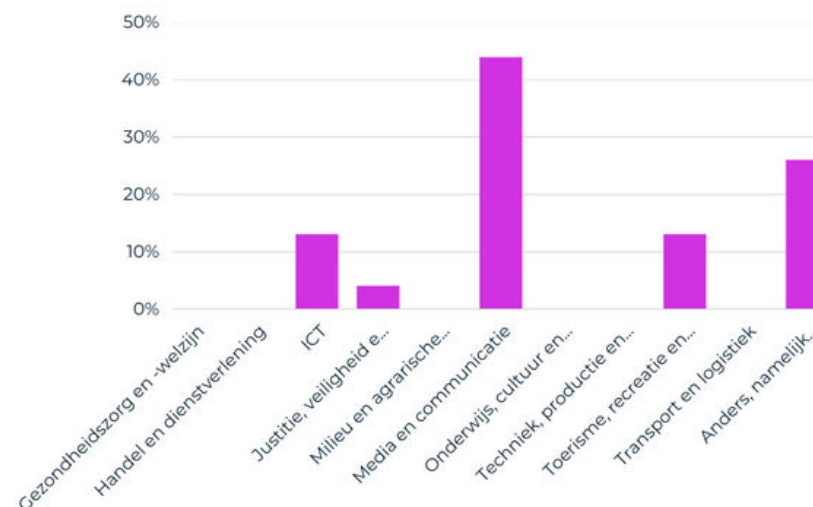
Deelnemers

Werkzoekend

Van de groep 'werkzoekenden' is 43,48% op zoek naar een functie binnen de media en communicatie branche. Over de voornaamste reden waarom de werkzoekende respondent nog geen baan heeft zegt 39,13% nog in de oriënterende fase te zijn. 13,04% heeft wel gesolliciteerd, maar wordt afgewezen.

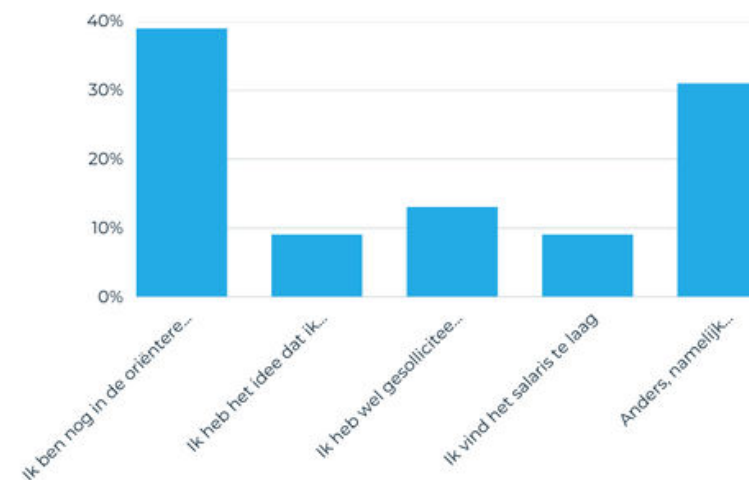
SECTOREN ZOEKEND

In welke sector ben je op zoek naar een baan?



REDEN WERKZOEKEND

Wat is de belangrijkste reden dat je nog niet in dienst bent bij een organisatie?



Factoren

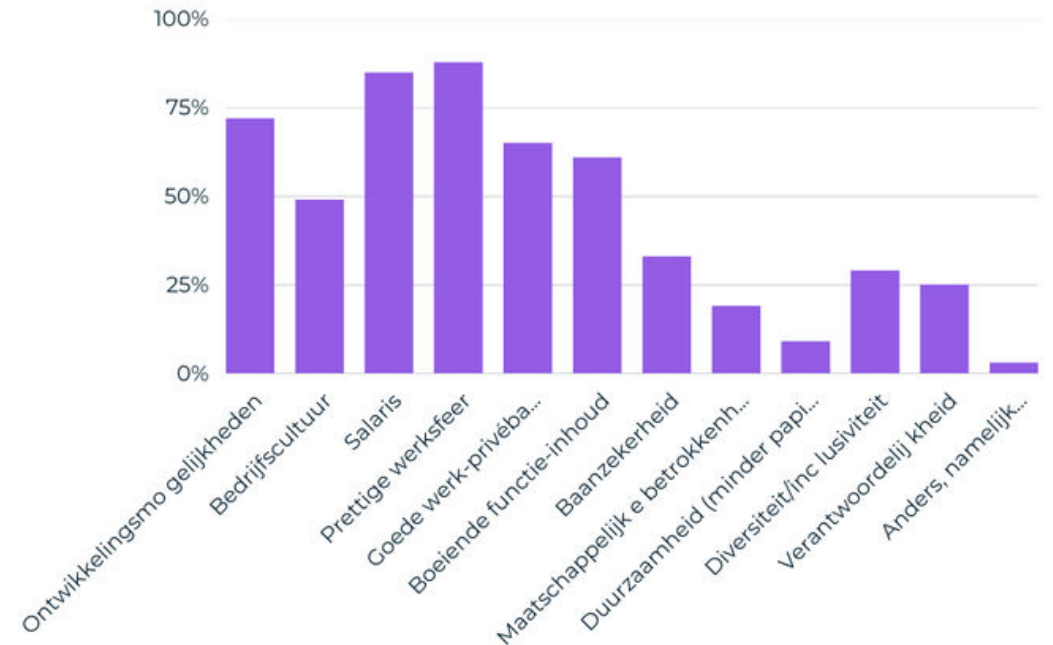
Bij het zoeken naar een baan worden de volgende factoren door de gehele groep respondenten bestempeld als zeer belangrijk:

- Prettige werksfeer 87,78%
- Salaris 84,44%
- Ontwikkelingsmogelijkheden 72,22%
- Goede werk-privébalans 64,44%
- Boeiende functie-inhoud 61,11%

Duurzaamheid, maatschappelijke betrokkenheid, verantwoordelijkheid, diversiteit en baan zekerheid worden als minst belangrijke factoren beschouwd.

BELANGRIJKE FACTOREN

Wat vind jij het belangrijkste bij het zoeken naar een baan?



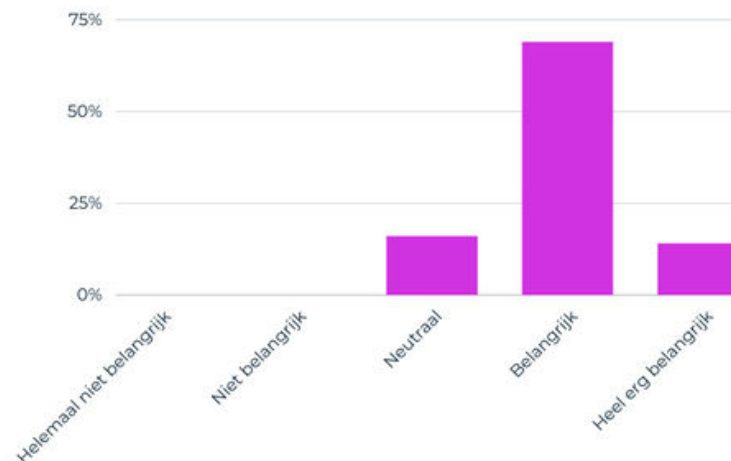
Voorwaarden

De categorie 'arbeidsvoorwaarden' betreft praktische zaken van een functie. Denk aan hoogte van het salaris, aantal werkuren, vakantiedagen en mogelijkheid tot thuiswerken.

In deze categorie staat het salaris overduidelijk bovenaan. Maar liefst 68,89% geeft aan dit belangrijk te vinden in een baan. Ook materiële secundaire voorwaarden zoals het krijgen van een werklaptop of -telefoon e.d. wordt door 58,89% als belangrijk ervaren.

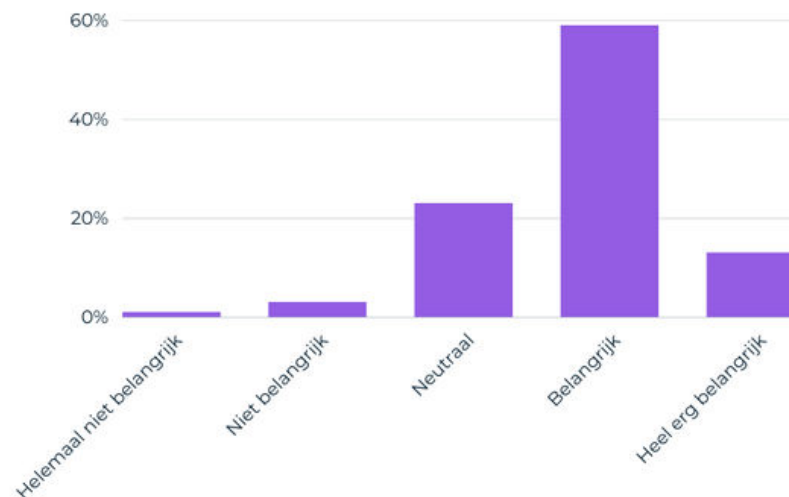
SALARIS

Hoe belangrijk vind jij de hoogte van het salaris?



MATERIEEL

Hoe belangrijk zijn materiële secundaire arbeidsvoorwaarden voor jou? Zoals het krijgen van een auto, telefoon, laptop, OV-kaart e.d.



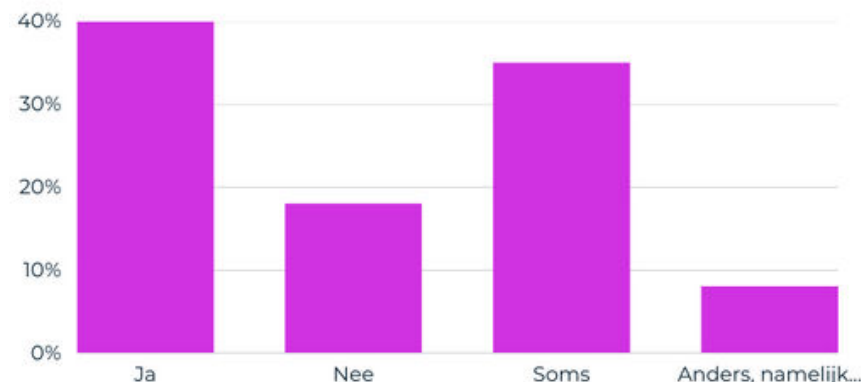
Voorwaarden

Bij de overige vragen in de categorie arbeidsvoorwaarden zien we vooral dat de respondenten een 'standaard' waarde goedkeuren, maar wordt er aangegeven dat het 'zelf indelen' ook van belang is.

Zo wordt er gezegd over een werkdag van 09:00-17:00 door 51,11% dat dit meer dan prima is, zolang er flexibel mee omgegaan kan worden. Dit geldt bijvoorbeeld ook voor het betalen voor lunch. Het overgrote deel zegt dit wel te willen doen, maar ook een groot deel 'soms'. De redenen die hiervoor worden gegeven gaan voornamelijk over hoe groot het bedrijf bijvoorbeeld is, en in hoeverre het 'fair' is om dan voor een lunch te betalen.

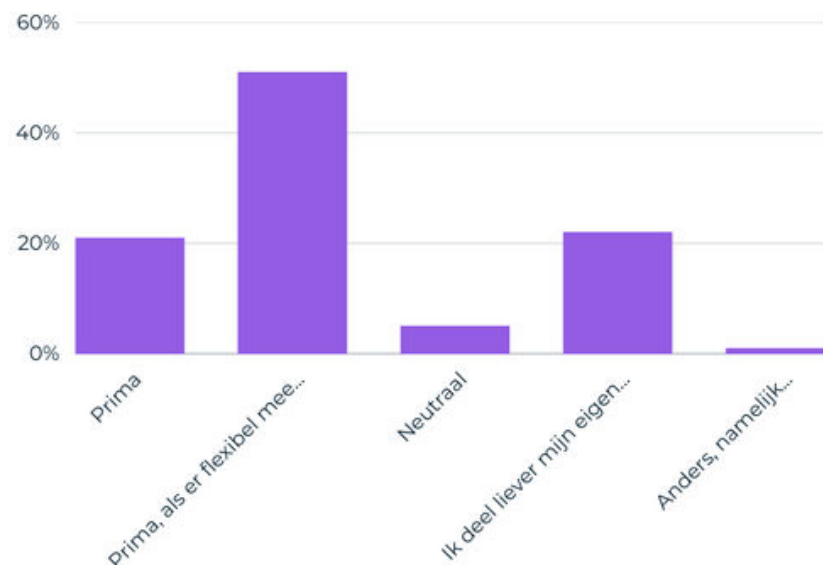
LUNCH

Ben je bereid te betalen voor lunch op kantoor?



WERKTIJDEN

Hoe sta je tegenover werkdagen van 09:00-17:00?



Voorwaarden

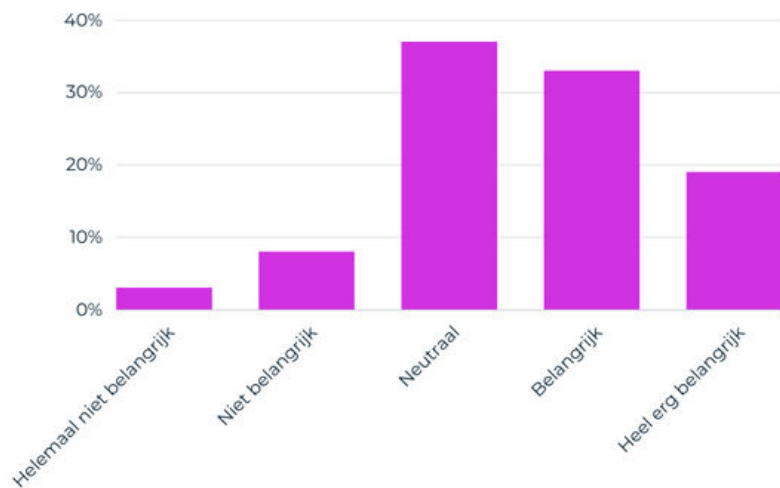
De maximale reistijd ligt voor de meeste respondenten onder 60 minuten, en het minimaal aantal vakantiedagen op 26.

Wel ligt het er volgens de meeste respondenten ook aan wat de verhouding is met thuiswerken, en flexibiliteit van het aantal vakantiedagen.

De mogelijkheid tot remote werken wordt in deze categorie als minst belangrijk beschouwd. 36,67% geeft aan hier neutraal over te denken.

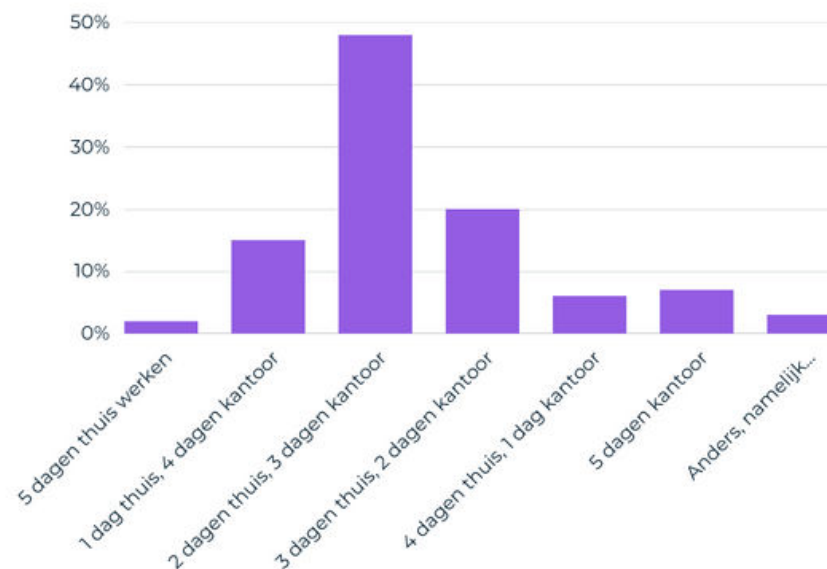
FLEXIBEL REMOTE

Hoe belangrijk vind je het om de mogelijkheid te krijgen flexibel remote te mogen werken, dus bijvoorbeeld ook in het buitenland?



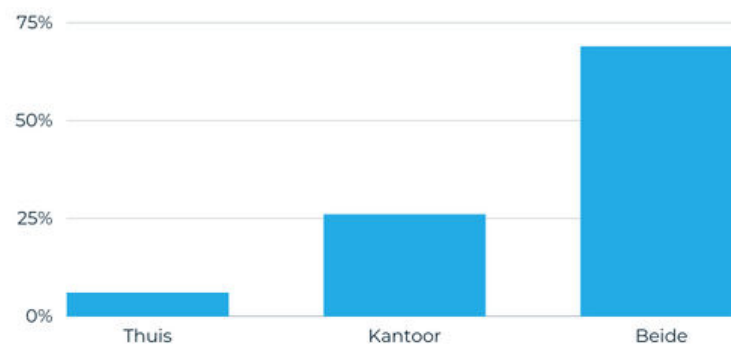
BALANS LOCATIE

Wat vind jij de perfecte balans tussen thuis en op kantoor werken bij een 40-urige werkweek?



THUIS EN KANTOOR

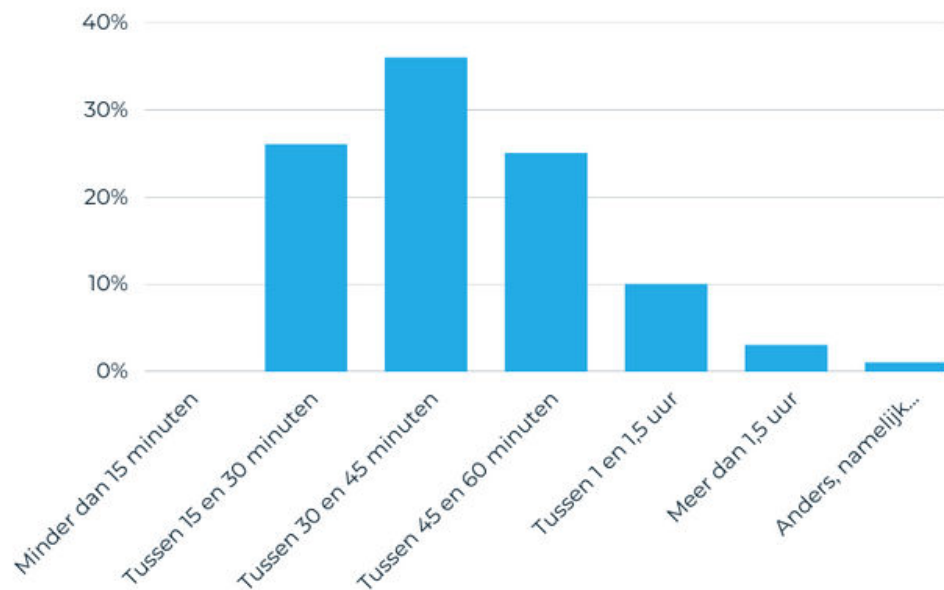
Werk je liever thuis of op kantoor?



Voorwaarden

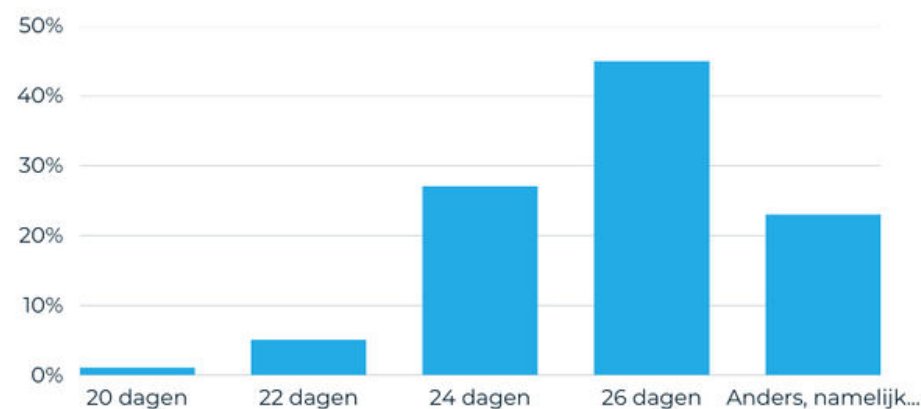
REISTIJD

Hoe ver/lang ben je bereid maximaal te reizen om naar kantoor te gaan?



VAKANTIEDAGEN

Wat vind jij een redelijk aantal vakantiedagen bij een 40-urige werkweek?



Organisatie & inhoud

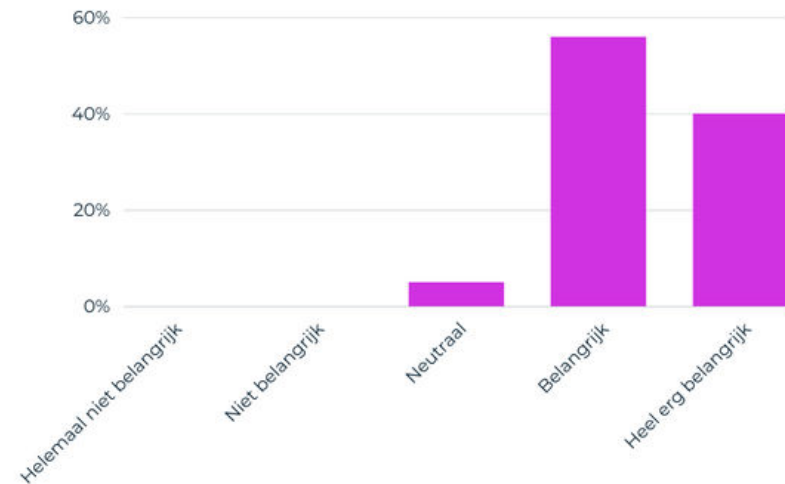
Deze categorie beschrijft alles wat te maken heeft met de inhoud van de functie, en de profielschets van het bedrijf. Over het algemeen kan gezegd worden dat de meeste Gen-Z'ers er voornamelijk voor kiezen om ergens in dienst te gaan om eigen doelen te verwezenlijken.

Zo worden doorgroeien, afwisseling, ruimte voor creativiteit, erkenning en zelfstandigheid als belangrijk, of zelfs heel belangrijk ervaren. Ook werd door 81,11% aangegeven dat het voornaamste doel 'persoonlijke ontwikkeling' is, en voor 76,67% 'onderdeel zijn van het team'.

Het leveren van een maatschappelijke bijdrage of de doelen van de organisatie verwezenlijken worden als minst belangrijke doelen ervaren.

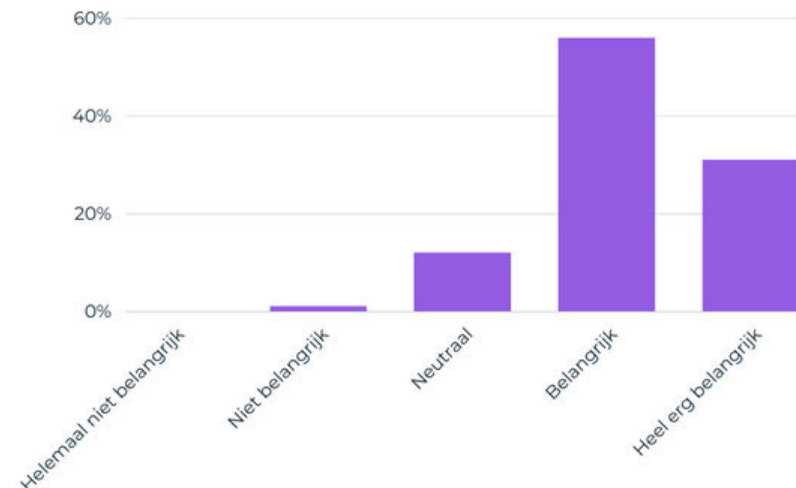
DOORGROEIEN

Hoe belangrijk vind jij jouw professionele ontwikkeling of doorgroeimogelijkheden?



AFWISSELING

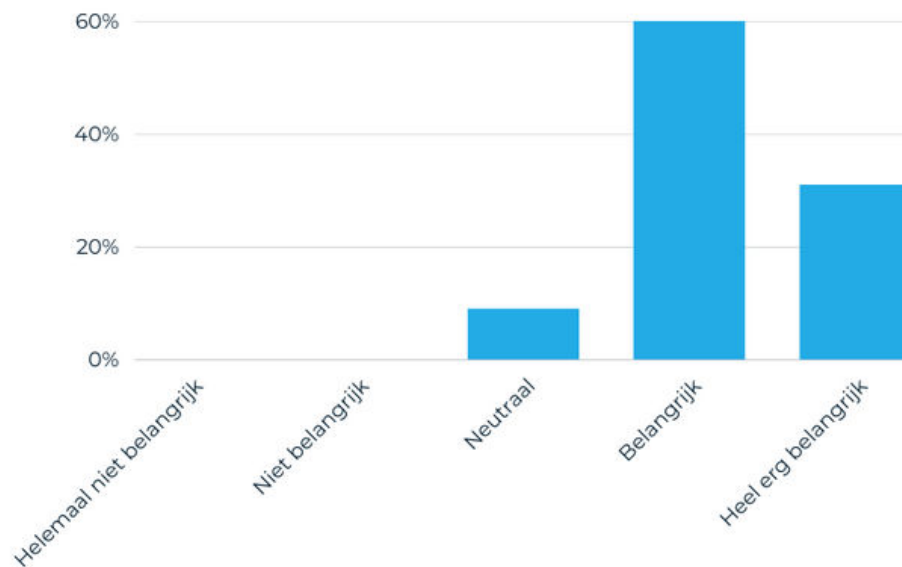
Hoe belangrijk is afwisseling in jouw werk?



Organisatie & inhoud

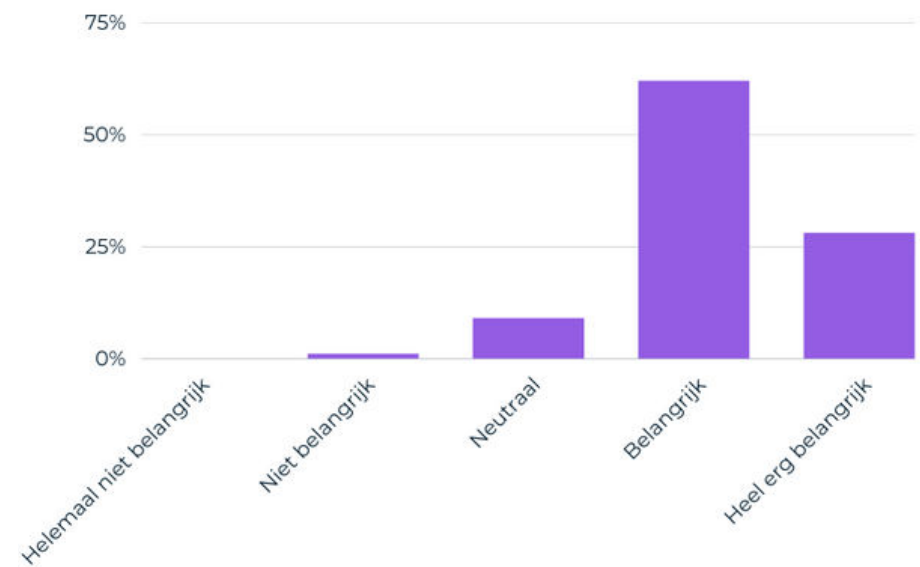
CREATIVITEIT

Hoe belangrijk vind jij het om ruimte te krijgen voor jouw creativiteit binnen een organisatie?



ERKENNING

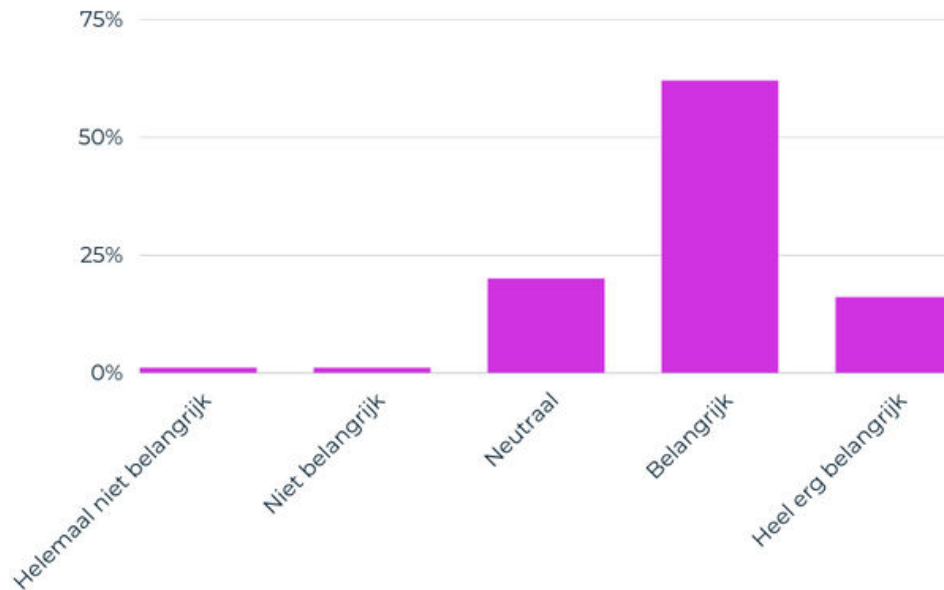
In hoeverre is erkenning belangrijk in jouw werk?



Organisatie & inhoud

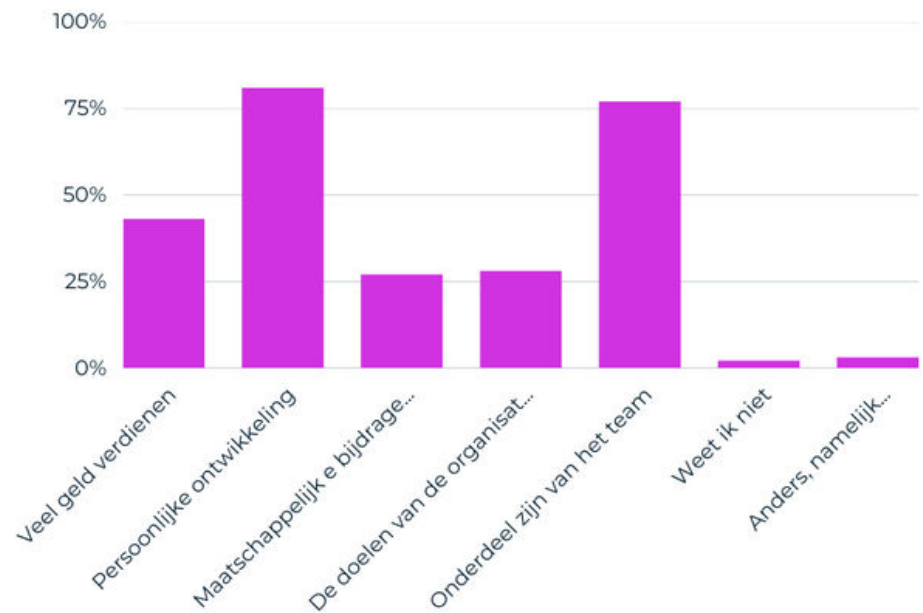
ZELFSTANDIGHEID

Hoe belangrijk vind je zelfstandigheid in een functie?



DOELEN

Wat zijn de belangrijkste doelen die je wilt behalen binnen de organisatie?



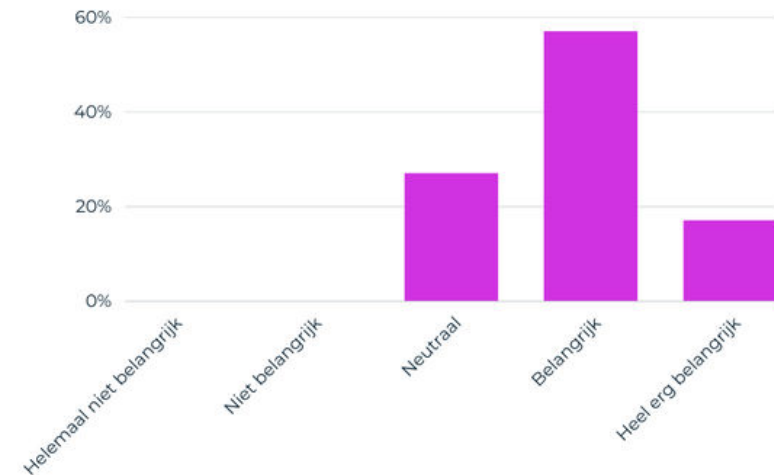
Organisatie & inhoud

Structuur, ontwikkeling van soft skills en baan zekerheid worden in eerste instantie als belangrijk beschouwd, maar ook een groot deel staat hier neutraal in. Dit geldt ook voor diversiteit binnen een organisatie, verantwoordelijkheid en duurzaamheid.

Opvallend is dat diversiteit in de managementlaag van een bedrijf en een zekere mate van maatschappelijke betrokkenheid als minst belangrijk worden ervaren.

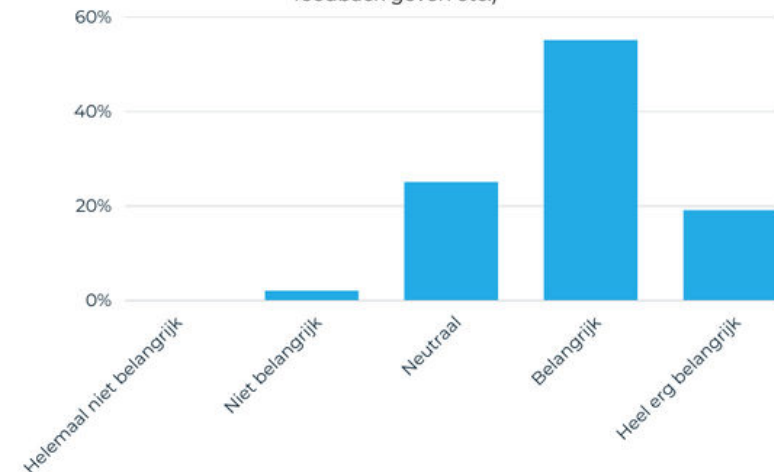
STRUCTUUR

In hoeverre vind jij structuur belangrijk in het werk?



SOFT SKILLS

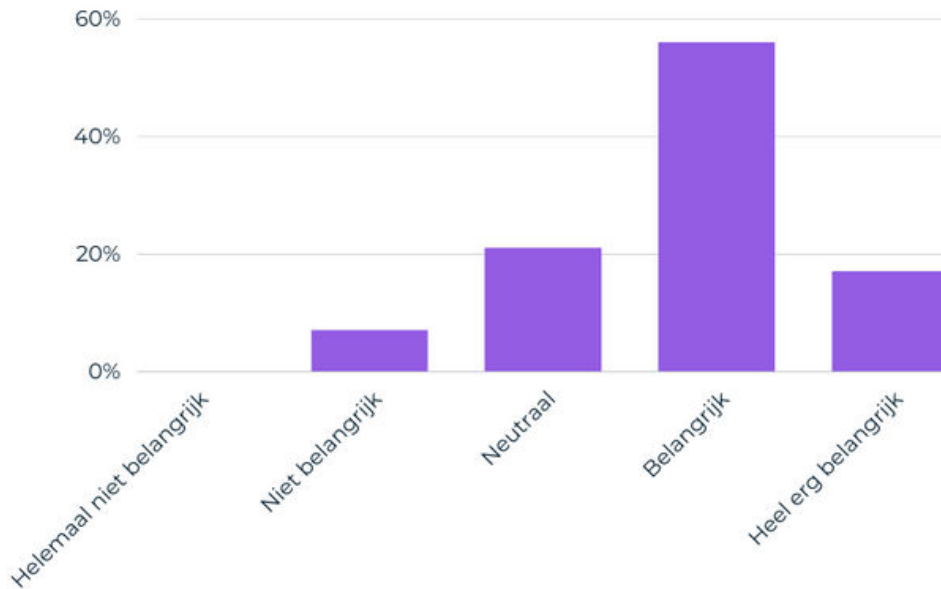
Hoe belangrijk vind je het ontwikkelen van je soft skills? (Niet-beroepsspecifieke vaardigheden, maar het ontwikkelen van persoonlijke vaardigheden zoals, plannen, spreekvaardigheid, feedback geven etc.)



Organisatie & inhoud

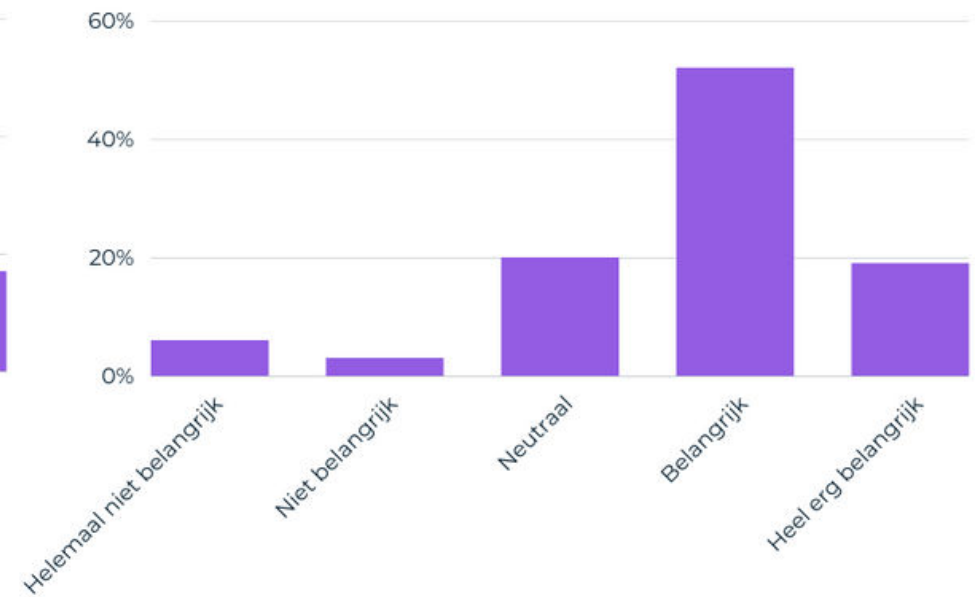
BAANZEKERHEID

Hoe belangrijk is baanzekeerheid voor jou? (Zoek je iets voor de lange of korte termijn)



DIVERSITEIT

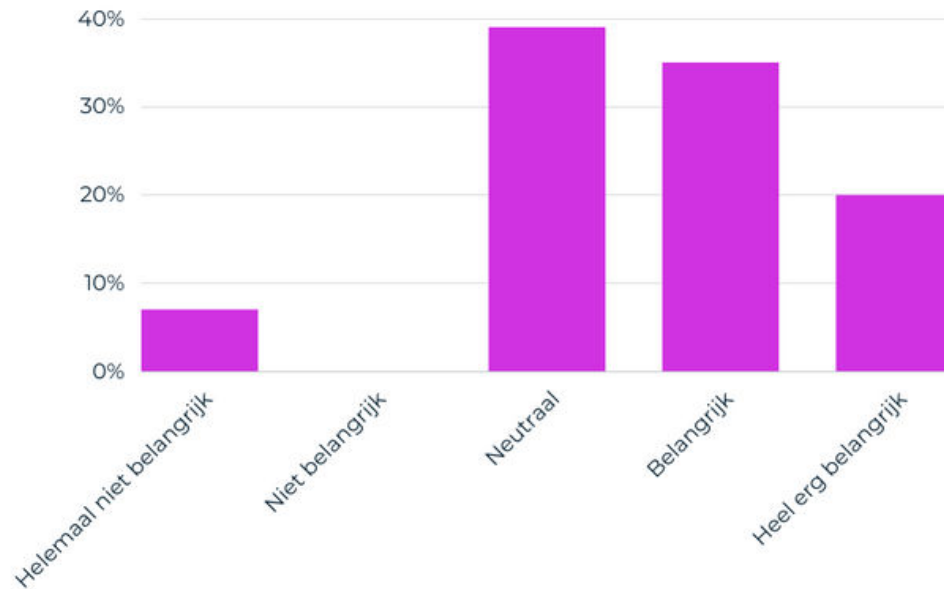
Hoe belangrijk vind jij diversiteit/inclusiviteit binnen een organisatie?



Organisatie & inhoud

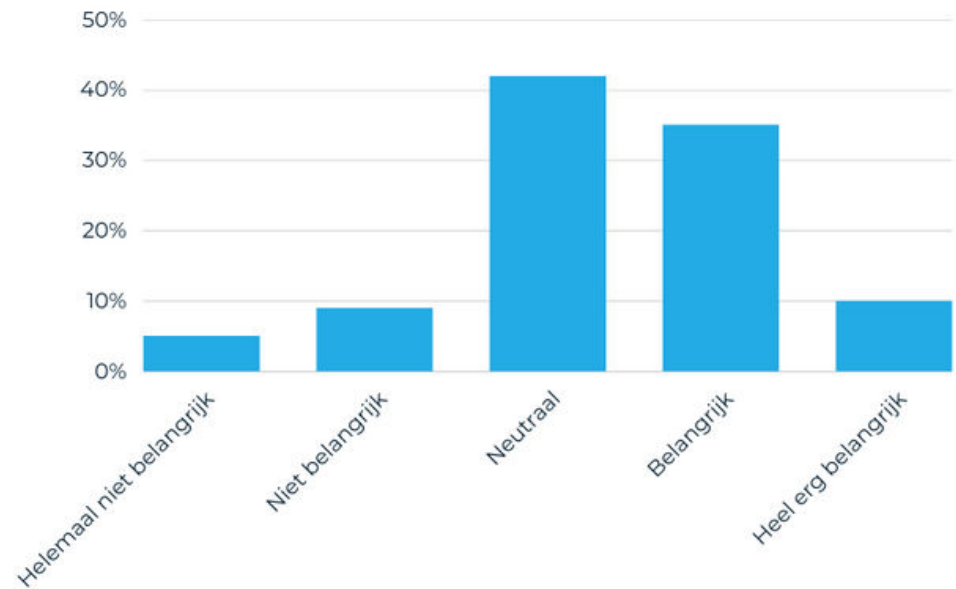
DIVERSITEIT MT-LAAG

Hoe belangrijk vind jij diversiteit in de managementlaag van een organisatie?



MAATSCHAPPIJ

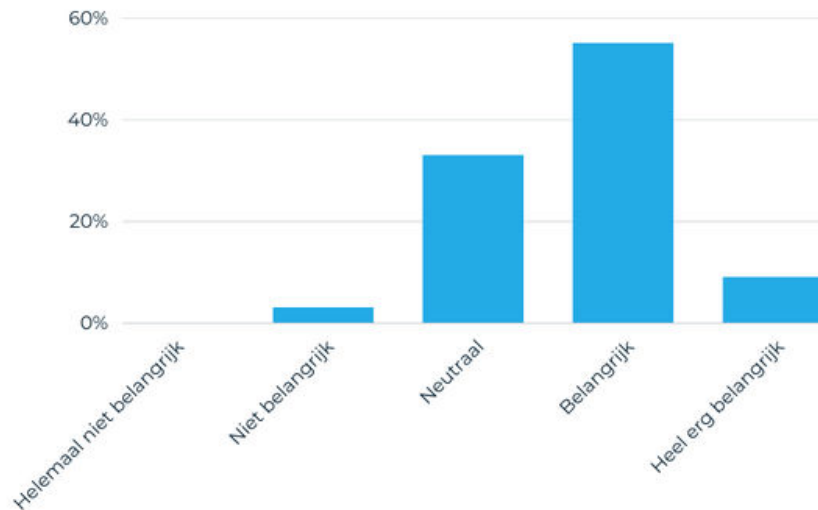
Hoe belangrijk vind jij het om in je werk een maatschappelijke bijdrage te leveren? (Denk aan geld inzamelen voor goede doelen, inzetten tegen racisme etc.)



Organisatie & inhoud

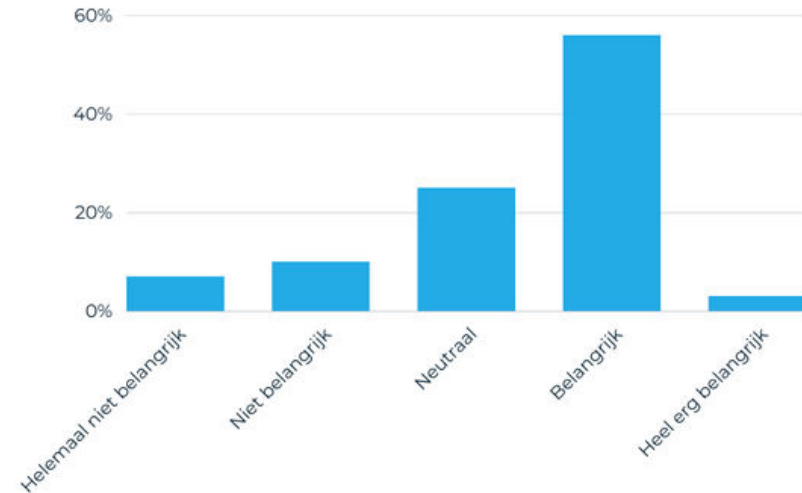
VERANTWOORDELIJKHEID

Hoe belangrijk vind je veel verantwoordelijkheid hebben in je werk?



DUURZAAMHEID

Hoe belangrijk vind jij duurzaamheid binnen een organisatie?



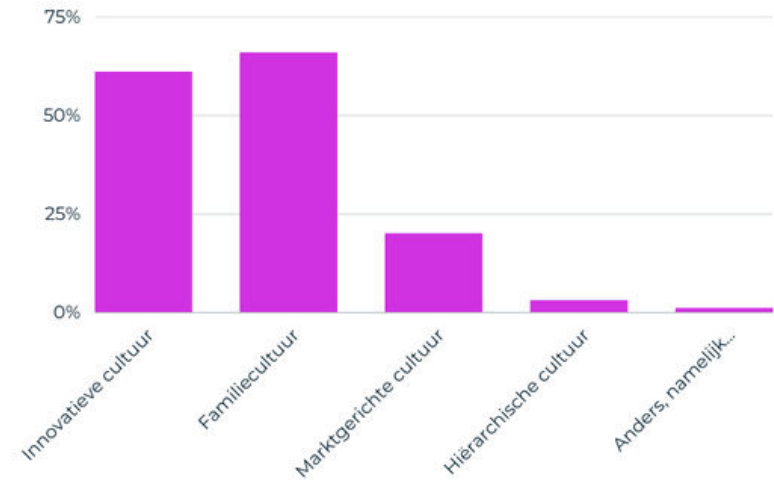
Organisatie & inhoud

Het grootste gedeelte van de respondenten werkt het liefst voor een scale-up of MKB met een familie- of innovatieve cultuur. Ook komen de eigen doelen weer terug in de antwoorden over kledingvoorschriften en intrinsieke motivatie.

De meerderheid zegt zelf te willen bepalen wat hij/zij draagt naar het werk, maar zich wel te willen aanpassen aan bepaalde situaties zoals bijvoorbeeld vergaderingen met klanten. Zelfontwikkeling, nieuwsgierigheid en ambitie worden het vaakst genoemd als intrinsieke motivatie.

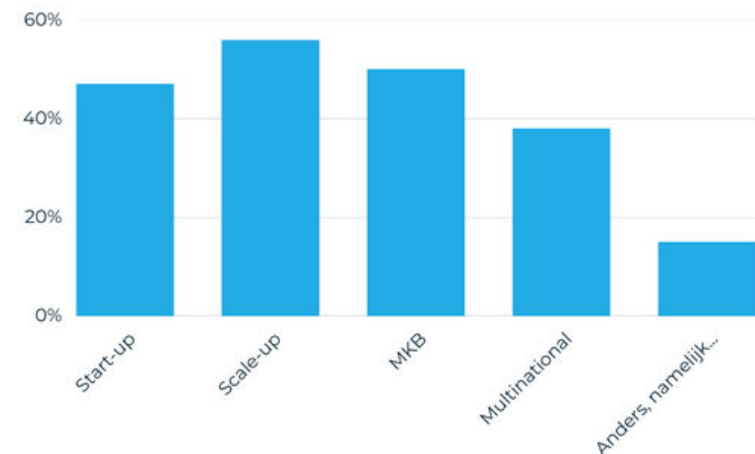
BEDRIJFSCULTUUR

Wat voor bedrijfscultuur past bij jou?



SOORT BEDRIJF

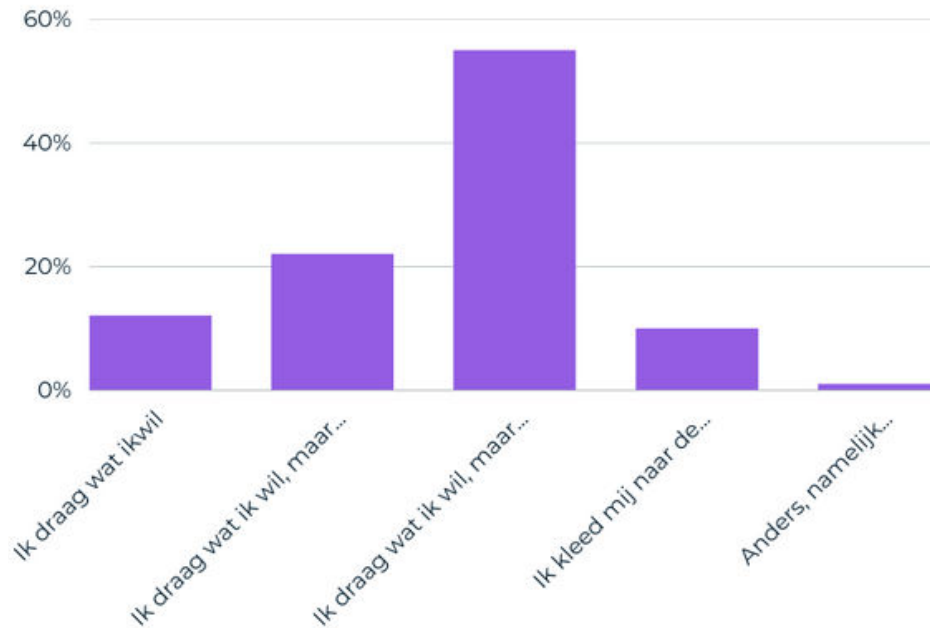
Voor wat voor soort bedrijf zie jij jezelf werken?



Organisatie & inhoud

KLEDING

Hoe sta je tegenover specifieke kledingvoorschriften binnen een organisatie?



Teamspirit

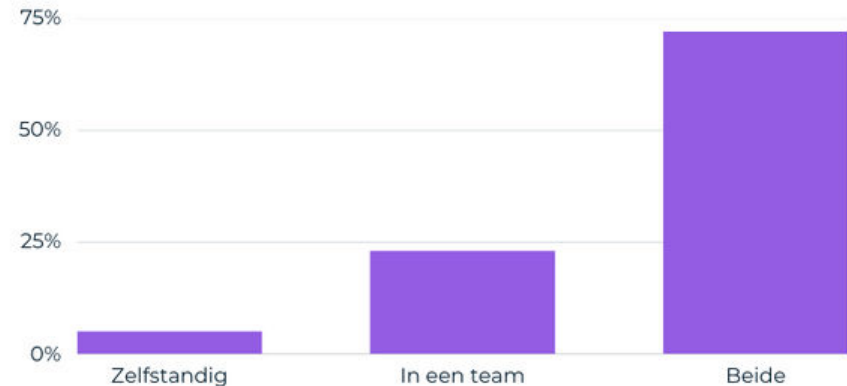
Zoals eerder al werd benoemd is onderdeel zijn van het team ook een belangrijk doel van Gen-Z'ers.

Zo zegt maar liefst 72,22% beter te werken in een combinatie van zelfstandig en in een team. Slechts 4,44% geeft aan liever zelfstandig te werken.

86,67% van de respondenten vindt het hebben van een band met collega's dan ook belangrijk of heel belangrijk. Daar hoeven niet per se externe activiteiten zoals borrels of uitjes tegenover te staan, aangezien 1/3 van de respondenten aangeeft dit niet belangrijk te vinden of er neutraal over te denken.

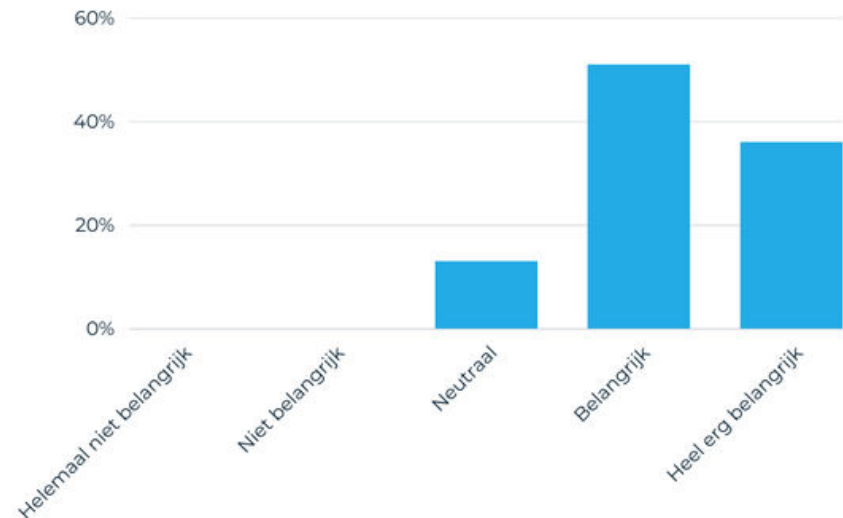
TEAM OF ZELF

Werk je graag in een team of zelfstandig?



BAND MET COLLEGA'S

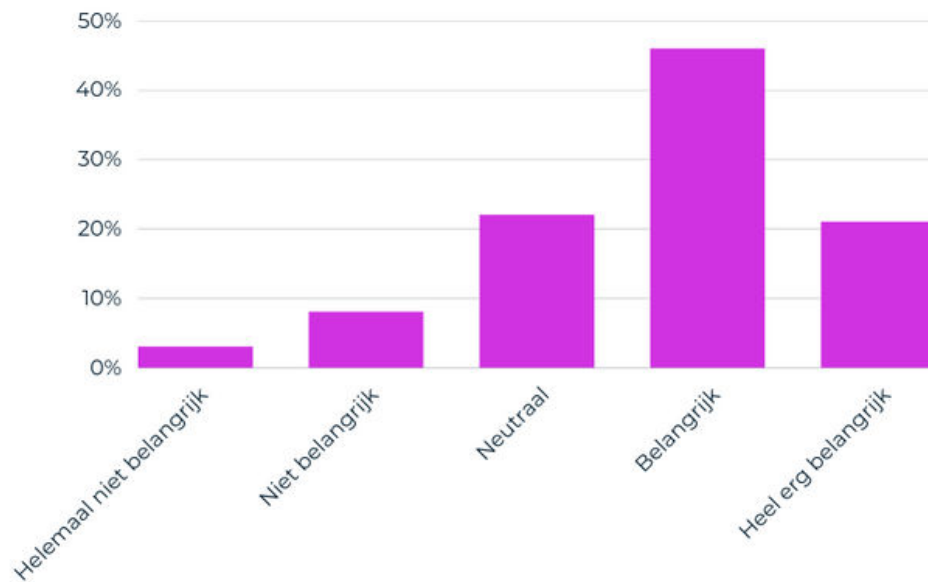
Hoe belangrijk vind jij het hebben van een band met collega's?



Teamspirit

ACTIVITEITEN

Hoe belangrijk vind je externe activiteiten (zoals een borrel, skitrip, sportactiviteit, conferenties) binnen jouw organisatie?



Conclusie & samenvatting

Over het algemeen kan er geconcludeerd worden dat de resultaten uit eerdere onderzoeken enigszins overeenkomen met de resultaten uit dit onderzoek. Gen-Z zoekt in een werkgever voornamelijk ruimte om eigen doelen te verwezenlijken. De generatie is uit op een goed salaris, ruimte voor zelfontwikkeling, innovativiteit en een prettige werksfeer. Toch zijn er een aantal discrepanties op te merken als je het vergelijkt met definities over Gen-Z.



Conclusie & samenvatting

In de categorie 'arbeidsvoorwaarden' kwam naar voren dat het salaris een belangrijke factor is voor Gen-Z bij het zoeken naar een baan. Ook materiële secundaire voorwaarden staan hoog in het lijstje. Daarnaast vindt de generatie overige 'standaard' arbeidsvoorwaarden prima, maar zien we dat deze altijd relatief worden bekeken. Dat er bepaalde standaardwaarden zijn is goed, maar hier mag door een werkgever flexibel mee om worden gegaan.

Deze trend zet door in de categorie 'organisatie en inhoud'. Mogelijkheid tot doorgroeien, afwisseling in het werk, ruimte voor creativiteit, erkenning en zelfstandigheid worden gezien als zeer belangrijke factoren. Ook geeft de meerderheid aan dat doelen als 'persoonlijke ontwikkeling' en 'onderdeel zijn van het team' prioriteit hebben.

Duurzaamheid, maatschappelijke betrokkenheid, verantwoordelijkheid, diversiteit en baanzekerheid staan lager op de lijst. Dit is opvallend aangezien in beschrijvingen over definities van Gen-Z wordt gesteld dat bijvoorbeeld zaken als duurzaamheid, maatschappelijke betrokkenheid en diversiteit belangrijke onderwerpen zijn in de sociale sfeer.

Dat verantwoordelijkheid en baanzekerheid als minder belangrijk worden ervaren is wèl te verklaren aan de hand van eerdere uitingen: de constante connectiviteit zorgt ervoor dat Gen-Z soms wil ontsnappen aan taken en verantwoordelijkheden, en te weinig ruimte voor zelfontplooiing zorgt ervoor dat de generatie minder moeite heeft met het vaker wisselen van baan.

Conclusie & samenvatting

Hoewel Gen-Z'ers voornamelijk de focus leggen op het verwezenlijken van eigen doelen, is teamspirit belangrijk ter ondersteuning hiervan. De meerderheid van de respondenten geeft aan het liefst in een combinatie van zelfstandig en een team te werken. Een band hebben met collega's is voor Gen-Z een zeer belangrijke factor.

Een goede werk-privébalans zorgt ervoor dat een Gen-Z'er genoeg ruimte heeft voor eigen ontwikkeling, maar de generatie ziet wel in dat het behalen van persoonlijke doelen meestal gepaard gaat met samenwerking en feedback van teamgenoten. De generatie hecht veel waarde aan sociale aspecten, en aangezien er per week veel tijd wordt besteed aan het werk is het voor hen belangrijk om hier ook een prettige sfeer te creëren.



Conclusie & samenvatting

Hoe zorg je er als werkgever dus voor om Gen-Z aan je te binden? Deze 5 factoren zijn in ieder geval belangrijk om te benoemen:

- 1 Flexibele arbeidsvoorwaarden:** Gen-Z kan zich vinden in de meeste 'standaard' arbeidsvoorwaarden zoals tijden en locatie, maar wees hier vooral flexibel in. 09:00-17:00 kan de norm zijn, maar geef aan dat het bijvoorbeeld ook mogelijk is om een uur langer door te gaan of eerder te beginnen. Zo lang de taken van de werknemer worden afgerond zou dit geen probleem hoeven zijn.
- 2 Prettig en veilig werken:** Werken is een groot onderdeel in het leven van een Gen-Z'er. Een prettige en veilige werkomgeving is daarom uiterst belangrijk. Zorg voor genoeg mogelijkheden voor je team om een band op te bouwen, maar verplicht dit niet. Er hoeft zeker niet meer in een vacature genoemd worden dat er een pooltafel in de kantine staat, maar geef wel aan dat er naast de werkzaamheden ook ruimte is voor ontspanning. Luister naar je werknemer, en geef hem/haar het idee gezien te worden.

Conclusie & samenvatting

3

Ruimte voor zelfontwikkeling: Één van de factoren dat vaker terug kwam in de resultaten is het belang van zelfontwikkeling. Een Gen-Z'er wil niet het idee krijgen dat het een kunstje voor een bepaalde instantie moet doen. Het werk moet bijdragen aan de kennis en kunde van de werknemer, en hij/zij wil ruimte krijgen om zich ook te kunnen ontwikkelen, zowel op persoonlijk als professioneel niveau. Belangrijk daarbij is het geven en ontvangen van feedback. Alleen dan kan de werknemer een connectie opbouwen met het bedrijf, en heeft hij/zij het idee er toe te doen.

4

Innovativiteit: Naast zelfontwikkeling hecht Gen-Z ook veel waarde aan innovativiteit binnen een bedrijf. Innovativiteit komt terug in de behoefte voor zelfontwikkeling, maar ook in het feit dat bedrijven zich innovatief moeten opstellen. Gen-Z is opgegroeid in een maatschappij met een constante ontwikkeling, en hecht daarom veel waarde aan bedrijven die bezig zijn hoe zij zichzelf kunnen verbeteren. 'Zo hebben we het altijd gedaan' is daarom een opmerking waar Gen-Z niet veel vreugde uit haalt.

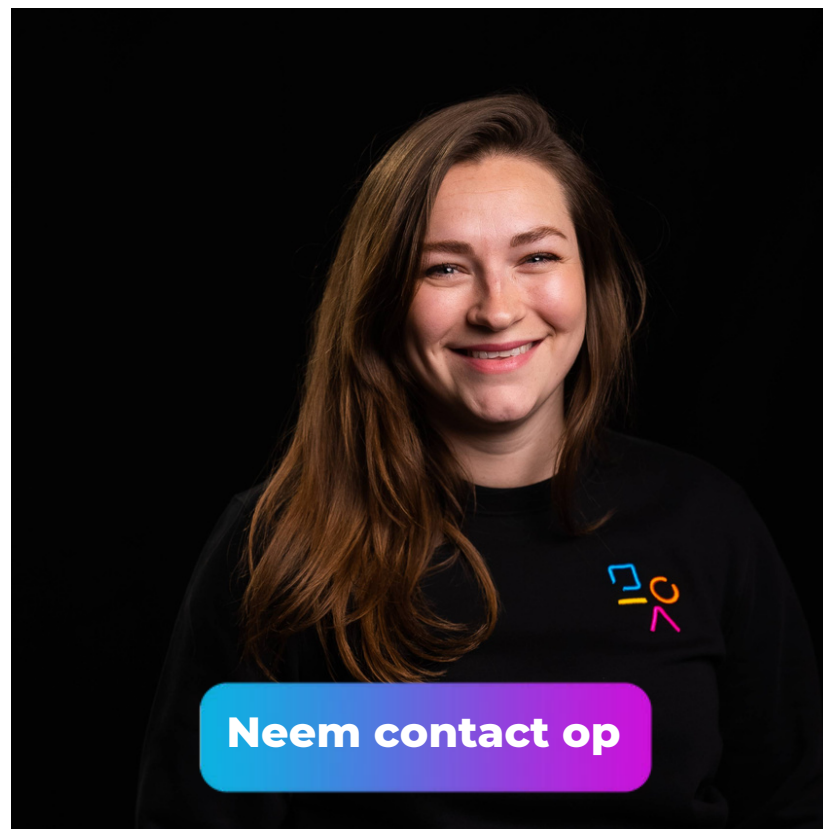
5

Structuur: Ondanks dat Gen-Z wordt gezien als een vrije geest, en zich graag flexibel opstelt, vindt het structuur ook belangrijk. Dit lijkt de eerdere 'flexibiliteit' tegen te spreken, maar hiermee wordt structuur in de zin van duidelijkheid bedoeld. Door een overmaat aan prikkels, moet de werkgever een stabiele factor zijn voor de werknemer. Onduidelijke taakomschrijvingen of werkprocessen kunnen een mate van zelfverzekerdheid indammen, waarna de werknemer mogelijk verantwoordelijkheden kan vermijden.

Over Endeavour Heroes

Wij zijn Endeavour Heroes, kweekvijver en talentpool van de nieuwe generatie online marketeers. Bij Endeavour Heroes huur je online marketeers in. Flexibel op uurbasis of vast in dienst, tegen een scherp tarief. Heroes is onderdeel van Endeavour: dé digital agency van Haarlem. Endeavour Heroes worden getraind, begeleid en ondersteund door senior specialisten van Endeavour.

Je vindt bij ons allround online marketeers, content marketeers en online advertising specialisten. Elk met hun eigen subspecialismen. Meer merkbekendheid creëren? Beter vindbaar zijn via zoekmachines? Of je autoriteit in de markt vergroten? Wat voor specialist je ook zoekt, je vindt jouw talent in het Heroes team.



Wil je meer informatie over het inhuren van een online marketeer? Bel ons, laat je contactgegevens achter of [plan direct een videocall in.](#)

We informeren je graag en vrijblijvend over alle mogelijkheden die Endeavour Heroes jou biedt.

Bronnen

- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where millennials end and generation Z begins. Pew Research Center, 17, 1-7.
- Hampton, D. C., & Keys, Y. (2017). Generation Z students: Will they change our nursing classrooms. Journal of Nursing Education and Practice, 7(4), 111-115.
- Wood, S. (2013). Generation Z as consumers: Trends and innovation. Institute for Emerging Issues: NC State University, 9, 7767-7779.
- Maloni, M., Hiatt, M.S. and Campbell, S. (2019), "Understanding the work values of Gen Z business students", International Journal of Management Education, Elsevier Ltd, Vol. 17 No. 3, beschikbaar op:<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100320>.
- Iorgulescu, M.-C. (2016), GENERATION Z AND ITS PERCEPTION OF WORK Case Study, Cross-Cultural Management Journal, Vol. XVIII, beschikbaar op: <http://statistici.insse.ro/shop/>.
- Ozkan, M. and Solmaz, B. (2015), "The Changing Face of the Employees – Generation Z and Their Perceptions of Work (A Study Applied to University Students)", Procedia Economics and Finance, Elsevier BV, Vol. 26, pp. 476–483.
- Scholz, C. (2019), "The Generations Z in Europe – An Introduction", Generations Z in Europe, Emerald Publishing Limited, beschikbaar op:<https://doi.org/10.1108/978-1-78973-491-120191001>.
- Dolot, A. (2018), "The characteristics of Generation Z", E-Mentor, No. 74, pp. 44–50.
- Randstad. (2016), Gen Z and Millennials Collide at Work, beschikbaar op: <https://insights.randstadsourceright.com/randstad-sourceright-insights/gen-z-and-millennials-collide-at-work-2>.
- Deloitte. (2018), 2018 Deloitte Millennial Survey: Millennials Disappointed in Business, Unprepared for Industry 4.0.