

LEREND NETWERK



Inspiratiebundel **GENERATIES**

SEPTEMBER 2025

DE
RO⁺ERDAMSE
ZORG



Inhoudsopgave

Inleiding	4
Reis lerend netwerk Generaties	6
Actieleren.....	7
Bijeenkomst 1 – Kick-off.....	8
Bijeenkomst 2 – In de verdieping!	11
Bijeenkomst 3 – Het betrekken van generaties	13
“Hoe kunnen we...?” – vragen	17
Bijeenkomst 4 – Good practices	19
Bijeenkomst 5 – Samenwerken tussen generaties.....	20
Bijeenkomst 6 – Generatie Z	24
Bijlage I: Onze inspiratiebronnen	27
<i>Artikelen</i>	27
<i>Boeken</i>	30
<i>Allerlei</i>	32
<i>Podcasts</i>	33
<i>Websites</i>	34
<i>Video's</i>	35
Bijlage II: Hoe kunnen we? – vragen.....	36
Bijlage III: Werkvorm Gen Z in Beeld	39



Van generatiekloof naar generatiekracht

Van babyboomers tot gen Z, op dit moment zijn er vijf generaties actief op de werkvloer. Ze ontmoeten elkaar in teams, op afdelingen en in organisaties om zich met elkaar in te zetten voor kwalitatieve goede zorg. Dat verschillen in leeftijd, levensfase, referentiekader en digitale vaardigheid kunnen leiden tot misverstanden op de werkvloer is van alle tijden. Tegelijkertijd ligt er, in diezelfde verschillen ook een **ongekende bron van wijsheid, energie en vernieuwing**. Juist in deze tijd waarin de samenleving in een hoog tempo veranderd, is het urgenter dan ooit om de kracht van de **verbinding tussen generaties te (her)ontdekken**.

Het lerend netwerk *Generaties* is ontstaan vanuit de behoefte om naast elkaar te staan en van elkaar te leren. Wij geloven dat **generatieverschillen** niet iets zijn om enkel te overbruggen, maar om **te benutten**. Vanuit verschillende organisaties hebben verschillende professionals samen gekeken naar wat er nodig is om de waarde van **alle generaties** te zien en in te zetten. Door op een andere manier naar hetzelfde onderwerp te kijken, ontstaat er ruimte voor vernieuwing en verandering.

Waardevolle inzichten

In deze bundel vind je geen pasklare antwoorden, maar wel waardevolle inzichten en inspirerende voorbeelden van succesvol samenwerken met verschillende generaties. Je leest over de uitdagingen die spelen: de doorstroom op de arbeidsmarkt die stokt, jongeren die zich niet gehoord voelen, oudere generaties die zich overbodig wanen en systemen die onvoldoende ruimte bieden voor intergenerationele samenwerking. Maar ook zie je hoe **kleine interventies, nieuwsgierige vragen en moedige gesprekken** het verschil kunnen maken.

Niet wegpoetsen maar luisteren

Wat we geleerd hebben, is dat de oplossing niet ligt in het wegpoetsen van verschillen, maar in het verdiepen van het gesprek. In het **durven erkennen van elkaars perspectief** en het bouwen aan wederzijds begrip. Want pas als we echt naar elkaar luisteren, ontstaat er **ruimte voor beweging, innovatie** en een prettige werkplek waarin iedereen telt. Laat deze bundel een uitnodiging zijn om met nieuwe ogen te kijken naar jouw werk, jouw organisatie, jouw collega's. En bovenal: om in gesprek te gaan — met jezelf én met de ander.

Tot slot, namens alle deelnemers van het **lerend netwerk Generaties**, een **advies aan het management** van organisaties: geef het thema Generaties een stevige plek binnen de organisatie. **Maak tijd en ruimte vrij** om samen te reflecteren op verschillende perspectieven en ervaringen. Investeer daarnaast in **het versterken van leiderschap**, zodat leidinggevenden en teamleiders kunnen inspelen op de behoeften van verschillende generaties en levensfasen — en zo maatwerk kunnen bieden waar iedereen bij wint.



Lenneke Nienhuis

Teamleider Opleiding en Ontwikkeling Curamare, Spijkenisse Medisch Centrum en Sjaloom Zorg





Inleiding

De zorg staat onder druk en de uitdagingen van vandaag vragen om vernieuwende, duurzame oplossingen. Om de zorg toekomstbestendig te maken, is samenwerking over de grenzen van afdelingen, functies én generaties heen essentieel. Een lerend netwerk biedt daarvoor een krachtig en verbindend instrument. Door generaties met elkaar in gesprek te brengen, ontstaat ruimte om waardevolle ervaring en kennis te combineren met frisse ideeën en nieuwe perspectieven. Dat leidt niet alleen tot meer begrip en inclusie op de werkvloer, maar ook tot organisaties die veerkrachtiger, wendbaarder en beter voorbereid zijn op de toekomst.

Binnen de Rotterdamse Zorg verbinden we daarom actief kennis en ervaring om te komen tot nieuwe oplossingen en experimenten in organisaties waar elke generatie tot zijn recht komt. In het *lerend netwerk Generaties* zijn ruim **20 verschillende professionals uit 10 zorgorganisaties** een half jaar lang met elkaar op zoek gegaan naar antwoorden en mogelijkheden om de generatieverschillen te omarmen. Vanuit onderzoek en theorie is er veel bekend over generaties, maar de concrete vertaling naar de eigen organisatie is zoveel weerbarstiger. Het bleek geen rechte weg te zijn - het is een complex vraagstuk waarin veel verschillende factoren op van invloed zijn.



Wat een meerwaarde om dit regionaal op te pakken!

Actieleren

Alle deelnemers hebben hun eigen vraagstuk ingebracht in het lerend netwerk. De vraagstukken variërend van *“Hoe kunnen we de verschillen tussen de generaties op de werkvloer omarmen en benutten om een cultuur van wederzijds leren te bevorderen?”* tot *“Wat kan ik als HR-adviseur doen om generatieverschillen te overbruggen?”* en *“Hoe zorgen we ervoor dat collega’s van alle generaties zich thuis voelen in onze organisatie?”*

Aan de hand van de **methodiek van Actieleren** zijn ze van probleem, tot oplossing, tot experiment gekomen. Alle kennis en ervaring vanuit de groep is hieraan toegevoegd en daardoor ontstonden nieuwe inzichten en een nieuw handelingsperspectief. Daarmee konden de deelnemers concrete stappen zetten in de eigen dagelijkse praktijk.

Inhoudelijke thema’s

Naast het inbrengen van een eigen vraagstuk en het actieleren bepaalden de deelnemers met elkaar de volgende inhoudelijke thema’s. Deze werden tijdens de bijeenkomsten van het lerend netwerk Generaties verder verkend en verdiept.

- Het betrekken van verschillende generaties ([bijeenkomst 3](#))
- Good practices delen ([bijeenkomst 4](#))
- Samenwerken tussen generaties – tools & werkvormen ([bijeenkomst 5](#))
- Generatie Z ([bijeenkomst 6](#))

Door het koppelen van de aanwezige kennis in de regio kunnen we elkaar verder helpen om thema’s op te pakken en er ook daadwerkelijk mee aan de slag te gaan in de eigen organisatie.

In deze inspiratiebundel over *Generaties* vind je de [reis](#) van het *lerend netwerk Generaties*. Een belangrijke les die de deelnemers van het lerend netwerk geleerd hebben en graag met jullie delen: **Vertrouw het proces, zet kleine stappen in de goede richting en zorg voor support!**

Alle ideeën, handreikingen, boeken en artikelen die we gebruikten tijdens de looptijd van het lerend netwerk zijn voor je gebundeld. Laat je inspireren en maak de vertaling naar je eigen organisatie!

Verschillen zijn geen obstakels, maar juist een verrijking!

Wil je meer weten over het wat en hoe van een lerend netwerk en de ervaringen horen?

 [Bekijk dan hier de video.](#) | [Luister hier de podcast.](#) 

Heel leuk en waardevol om met andere zorgorganisaties over vraagstukken na te denken.

Disclaimer: Er is geen specifiek onderzoek uitgevoerd naar de best beschikbare literatuur. Aan dit product en de inhoud kunnen verder geen rechten ontleend worden.

Reis lerend netwerk Generaties

In de periode van november 2024 tot en met april 2025 is het lerend netwerk Generaties bij elkaar geweest in zes bijeenkomsten om met elkaar te leren en te werken aan het thema en de vraagstukken rondom Generaties. Per bijeenkomst stond er elke keer een ander **inhoudelijk thema centraal** en kwamen de **verschillende fases van actieleren** aan bod. Zie hieronder de afgelegde route tijdens de avontuurlijke reis van het lerend netwerk.

Per bijeenkomst is er een uitgebreide beschrijving gemaakt van alle kennis, inzichten en ervaringen die gedeeld zijn tijdens de bijeenkomsten.
– lees gerust verder!



Met iedere sessie hebben we weer verrassend veel nieuwe inzichten opgedaan!

Actieleren

Met actieleren zoek je samen gestructureerd naar een oplossing voor een urgent en complex probleem. Alle betrokkenen leveren een bijdrage vanuit hun eigen perspectief. Van cliënten tot bestuurders! Door samen het probleem te verkennen, worden knelpunten eerder zichtbaar en ontstaan **er creatieve oplossingsrichtingen**.

Bij actieleren hoort ook **het testen van oplossingen**. We proberen uit, reflecteren en verbeteren. Het delen van [mislukte experimenten](#) is net zo waardevol als het delen van [succesvolle oplossingen](#). Actieleren is een verzamelterm voor leerprocessen die leiden tot actie, tot handelen.

***Samen. Leren. Reflecteren. Experimenteren.
De methodiek van Actieleren in vijf stappen***

Fase 0: Klaar voor Actieleren

Kies een urgent en complex vraagstuk en draag actief bij vanuit je eigen perspectief. Wees je ervan bewust: Actieleren zet verandering in gang.

Fase 1: Probleem verkennen

Verdiep je samen in het vraagstuk. Stel scherpe vragen, betrek de juiste mensen en neem de tijd om het probleem helder te krijgen.

Fase 2: Oplossingen ontwikkelen

Zoek actief inspiratie buiten jezelf. Deel je vraagstuk open en prikkelend — zo ontstaan nieuwe ideeën en onverwachte oplossingsrichtingen. Geef elk idee een kans.

Fase 3: Aanscherpen en kennisdelen

Werk ideeën verder uit, verbeter ze samen en kies één kansrijk experiment. Laat los wat niet werkt — gehecht raken aan één idee is een valkuil.

Fase 4: Experimenteren

Probeer je gekozen oplossing uit. Blijf kritisch en richt je op het einddoel. Door te experimenteren kom je er achter wat wel of niet werkt en blijf je ontwikkelen.

Fase 5: Presenteren en reflecteren

Reflecteer en leer van elke stap die je zet. Deel je successen en missers met anderen. Bepaal met elkaar het volgende stap in het proces.

Drie goede redenen voor Actieleren

- Oplossingen op de werkvloer vind je op de werkvloer. Door het samen te doen en te experimenteren is er oog voor ieders perspectief.
- Veranderen is lastig. Actieleren helpt door middel van het doorlopen van de juiste fasen om gestructureerd met elkaar aan de slag te gaan met een probleem.
- Actieleren leidt altijd tot verandering. Het gaat niet alleen over de oplossing, maar ook over het proces. Je leert altijd en blijft stappen zetten. Daarin vormt de menselijke factor de sleutel tot succes.

De methodiek van het Actieleren maakt onderdeel uit van alle zes bijeenkomsten van het lerend netwerk Generaties. Bron: actieleernetwerk.nl





Bijeenkomst 1 – Kick-off

De deelnemers van het lerend netwerk Generaties zijn met elkaar op weg gegaan naar het omarmen van de verschillen en het kijken voorbij de vooroordelen! De kracht zit in de mix van de verschillen. En alles valt of staat met een goede start!

Tijdens de kick-off hebben we op verschillende onderdelen kennisgemaakt, zowel op groepsniveaus en als deelnemers onderling. We hebben meer kennis opgedaan over de aanpak van een lerend netwerk, de methodiek van actieleren en de verschillende leervoorkeuren.

Als kers op de taart, en waar iedereen zich ook voor heeft aangemeld, zijn we aan de slag gegaan met het verdiepen van het thema Generaties. Generatie-expert [Xavier Pocorni](#) van Daarom nam de deelnemers mee in de theorie rondom de generaties en wakkerde het denken over generaties aan. Aan de hand van een interactief spel werd de kennis geactiveerd. Meer informatie over de verschillende generaties op de werkvloer vind je in het kennisblok hieronder.

Xavier Pocorni nam in zijn presentatie het **15-jarenmodel voor generatiemanagement** als uitgangspunt dat uitgaat van vijf generaties op één werkvloer. Tijdens de looptijd van het lerend netwerk hebben we dit model als uitgangspunt genomen.

Twee tips die we alvast willen delen:

- Zorg voor een gemeenschappelijke, herkenbare taal zodat er geen miscommunicatie kan ontstaan. Voer met elkaar de dialoog over heldere definities.
- Kies voor één model voor generatiemanagement binnen de organisatie en pas dit structureel toe.

Verschillende generaties op de werkvloer



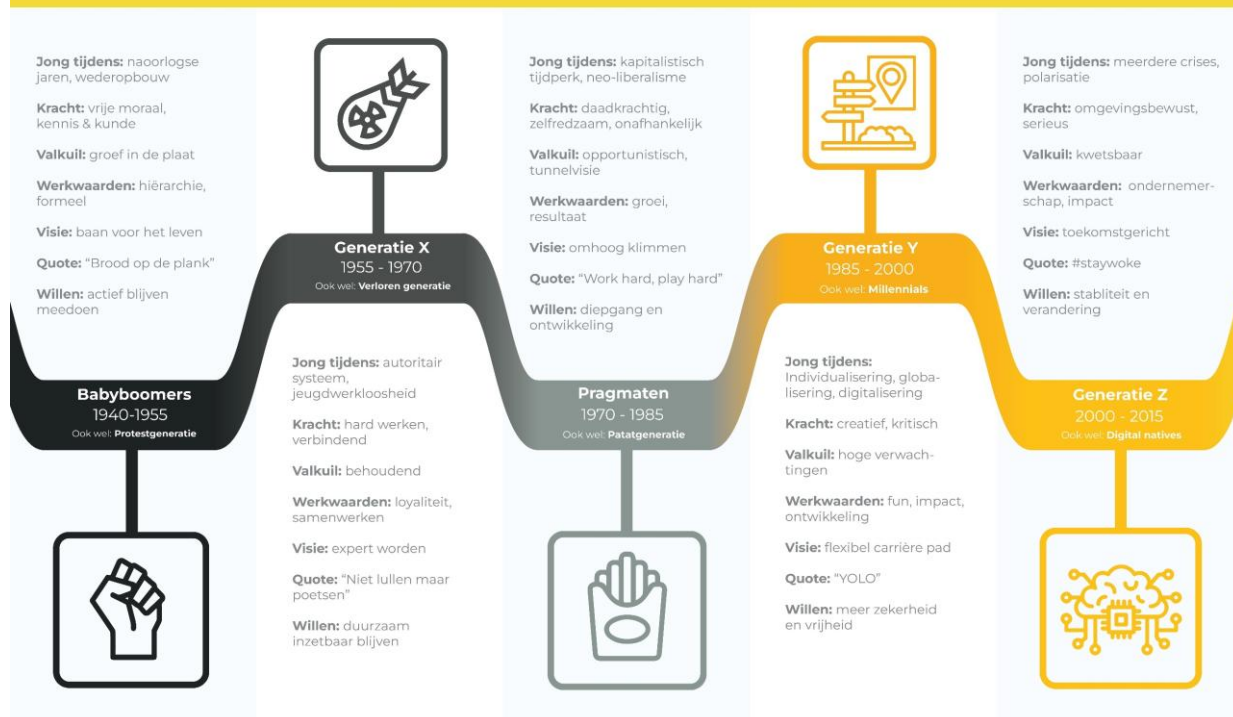
Kennisblok

- Naast dat we naar generaties kijken en het gedrag wat we daarin zien, is het goed om het bredere perspectief goed scherp te hebben. De [Ijsbergtheorie van McClelland](#) kan hierin behulpzaam zijn. Deze theorie beschrijft het zichtbare gedrag, kennis en vaardigheden en gaat naar de **onderliggende, onbewuste diepere lagen** die gaan over opvattingen, overtuigingen, normen, waarden, drijfveren, motieven en karakter. Juist de onbewuste diepere lagen stuurt uiteindelijk ook het **zichtbare gedrag**. Goed om je hiervan bewust te zijn.
- Een generatie is een groep mensen die in dezelfde periode van 15 jaar is geboren en zich daardoor op vergelijkbare wijze heeft ontwikkeld, passend bij de ontwikkelingen en gebeurtenissen in die tijdperiode. Binnen één generatie zijn er vaak dezelfde ervaringen, waarden en normen.
- De verschillen binnen een generatie zijn vaak net zo groot als die tussen verschillende generaties! Daarnaast speelt de **levensfase** waarin iemand zich bevindt ook een grote rol in hun behoeftes.
- Een team met verschillende generaties kan leiden tot misverstanden, wrijving of afnemende motivatie. Maar wie zich daarvan bewust is en inzet op de kracht van generaties, oogst juist de voordelen: betere communicatie, meer kennisdeling, effectief gebruik van verschillen, sterkere samenwerking en meer motivatie.

De verschillende generaties in beeld gebracht volgens het **15-jarenmodel** van Nederlandse generatie-expert **Henk Becker** in onderstaande generatietijdlijn. (bron [Youngworks](#))



GENERATIE TIJDLIJN



Op de werkvloer spelen in de dynamiek tussen generaties vaak thema's als leiderschap, communicatie, motivatie en technologie. Elke generatie heeft hierin eigen behoeften en opvattingen. Tegelijkertijd wordt ieder individu gevormd door diepere lagen zoals waarden, overtuigingen, opvoeding en persoonlijkheid — alles wat zich onder de waterlijn bevindt.

Generatiemanagement wordt vaak als een trend gezien, maar feitelijk draait het om de levensfase waarin iemand zich bevindt en de invloed van de tijdgeest.

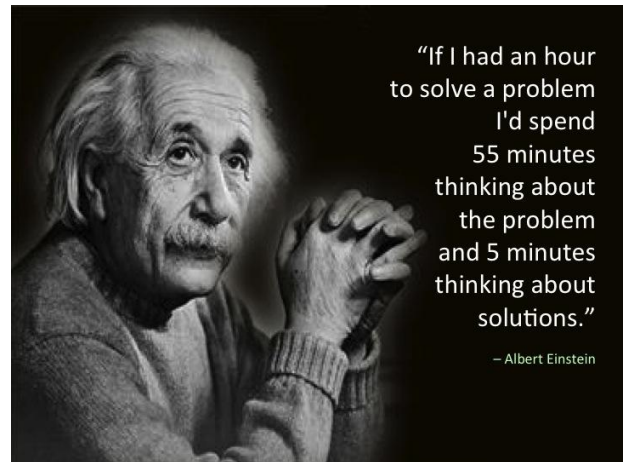


Smakelijke trip down memory lane aan de hand van verschillende koekjes – ontwikkeld met behulp van ChatGPT		
	Babyboomer (1940-1955)	- Eenvoudige & klassieke koekjes. - Eenvoudig qua ingrediënten en/of bereiding. - Lange houdbaarheid. - Andere favorieten: mariakaakjes, lange vingers, Jan Hagel, jodenkoeken.
	Generatie X (1955-1970)	- Snacks meer gericht op kinderen & jongeren. - Verpakte koekjes voor onderweg. “Gezonde” snack in verschillende smaken. - Andere favorieten: Twix, Time Out, Gevulde koeken.
	Xennials (1970-1985)	- Koekjes verpakt in handige porties. - Gebruik voor school en tussendoortjes. - Afgelopen jaren veel variatie ontstaan.
	Millenials (1985-2000)	- Divers aanbod aan koekjes. - Zowel “verantwoord” als minder verantwoord ;) - Lekkere zoete smaak & chocolade omhulsel.
	Generatie Z (2000-2015)	- Verschillende iconische koekjes. - Koekjes ontwikkelen zich door in verschillende varianten. - Steeds meer internationale inspiratie. - Ook duurzaamheid en gezondheidsbewustzijn speelt een rol.



Het liefst gaan we problemen uit de weg en willen we gelijk aan de slag met de oplossing, niets menselijk is ons vreemd. En toch is het goed om veel tijd te stoppen in de probleemverkenning en echt op zoek te gaan naar de grondoorzaak, zodat je uiteindelijk ook goed onderbouwd aan de slag kan met de gekozen oplossing.

Om bij de grondoorzaak te komen is vragen stellen en niet zomaar aannames doen belangrijk! Dat helpt je om meer zicht te krijgen op het probleem dat speelt in jouw organisatie/afdeling en waaraan jij verandering wilt vormgeven. Tijdens de tweede bijeenkomst zijn de vraagstukken met elkaars hulp verder verdiept en is er theorie aangeraakt voor de fase van probleem verkennen.



Waar denken de deelnemers van het lerend netwerk aan bij generaties?



De sinterklaasbeleving per generatie in één overzicht:

Generatie	Sinterklaastradities	Spelletjes/Activiteiten	Lekkernijen	Ontwikkelingen
Babyboomers (1940-1955)	Traditioneel, gezinsvieringen, schoenen zetten	Surprises: zelfgemaakte cadeaus en gedichten Bord- en kaartspellen Gedichten: traditioneel	Marsepein, Pepernoten, Speculaas	Gevuld Speculaas
Generatie X (1955-1970)	Verhalen en televisieprogramma's zoals 'De Club van Sinterklaas'	Surprises: variatie in materialen Dobbelspel: groepsactiviteit met kleine cadeaus Spelletjes: gezelschapsspellen zoals Monopoly en Cluedo	Chocoladeletters, Taaitaai, Schuimpjes	Kruidnoten met chocolade
Millennials (1970-1985)	Influenza van popcultuur, liedjes zoals 'Hij komt, hij komt...'	Surprises: traditionele en moderne stijlen Dobbelspel: uitgebreide regels en grappige opdrachten Spelletjes: interactieve mobiele spelletjes	Kruidnoten, Strooigoed, Chocoladeletters	Pepernotenmuffins en -brownies
Xennials (1985-2000)	Mix van traditioneel en modern, digitale wensen en e-cards	Surprises: tech-gadgets in humoristische verpakkingen Dobbelspel: thema-edities Spelletjes: gezelschapsspellen en nieuwe interactieve vormen	Gevulde Speculaas, Chocolade, Banketstaaf	Speciale chocoladesmaken
Generatie Z (2000-2015)	Social media en online campagnes, invloed van duurzaamheid	Surprises: milieubewust en gerecycleerde materialen Dobbelspel: online elementen of apps Spelletjes: digitale en interactieve spelletjes	Chocoladeletters, Kruidnoten, Speculaas	Gezondere alternatieven



Door gezamenlijk het inhoudelijke programma te bepalen en als deelnemer onderdeel te zijn van de invulling en uitvoering voelde het relevant.





Bijeenkomst 3 – Het betrekken van generaties

Hoe betrek je verschillende generaties bij een vraagstuk? Een ogenschijnlijk simpele, maar in de praktijk vaak lastige leervraag — en precies daarom wilden de deelnemers hier samen bijilstaan. We gaven dit subthema vorm door kennis en inspiratie te delen over onder andere *Deep Democracy* en *Persona's*. Daarnaast ervoeren de deelnemers in de praktijk, via de '124-iedereen-oefening', hoe je met een eenvoudige werkvorm echt iedereen bij een vraagstuk kunt betrekken.

Bij het onderdeel *Persona's* is de ervaring vanuit Laurens gedeeld rondom het ontwerp en gebruik van de *persona's* voor Gen Z en Millennials.



“Hoe kun je verschillende generaties betrekken bij de verschillende (organisatie) vraagstukken?”



- Meedenksessies
- Generatie eigenaar maken van het vraagstuk behorende bij hun generatie
- Communicatie afgestemd op behoefte en verschillende kanalen gebruiken
- Ambassadeurschap inzetten
- Probleem/vraagstuk bespreken voordat er oplossingsrichtingen zijn
- Werkgroep samenstellen met alle generaties
- Verdiepen in generaties door te bevragen en aannames ter discussie te stellen

[124-all oefening](#)

Deep democracy

De methodiek van Deep Democracy zorgt ervoor dat iedereen aan boord is bij het onderwerp, de verandering of het vraagstuk en voor:

- Inclusieve besluitvorming & dialoog;
- Expliciete betrokkenheid van minderheidsstemmen;
- Dynamiek van verschillende mensen en opvattingen worden zichtbaar en benut;
- Ruimte om te zeggen wat je wilt;
- Empoweren: wees je eigen leider!

De stappen van Deep Democracy:

1. Verzamel alle invalshoeken;
2. Zoek actief naar het alternatief, binnen een veilige sfeer;
3. Verspreid het alternatief;
4. Voeg de wijsheid van de minderheid toe;
5. Duik in de onderstroom.

Daarnaast biedt Deep Democracy een alternatief voor eindeloze vergaderingen.



Wat bereik je met Deep Democracy?

Deep democracy helpt om:

- Duurzaam te veranderen;
- Gedragen besluiten te nemen;
- Positief met conflicten om te gaan;
- Meer inclusiviteit;
- Meer effectiviteit.



Deep democracy - vervolg



Kennisblok

Deep Democracy werkt op basis van consent in plaats van consensus en zorgt ervoor dat je een verschil durft te bespreken en het gesprek ook echt aangaat. De conflicten worden omarmd.

De concrete uitdagingen die generaties kennen, kunnen met behulp van Deep Democracy aangepakt. Jongeren willen graag inspraak en ontwikkeling, de middengroep wil een goede balans tussen werk en privé en de senior medewerkers hebben behoefte aan waardering en het delen van hun kennis. Door de inzet van de verschillende gespreksmodellen die Deep Democracy rijk is, zorgt dit voor een sterkere samenwerking tussen generaties, innovatie door diversiteit en een inclusieve cultuur die iedereen betreft. Gespreksmodellen op basis van Deep Democracy: Check-in/check-out, pijlen gooien, de groep als ijsberg, online dialoog, gesprek op voeten. Meer informatie over de verschillende modellen vind je op deze [site](#).

Persona's



Kennisblok

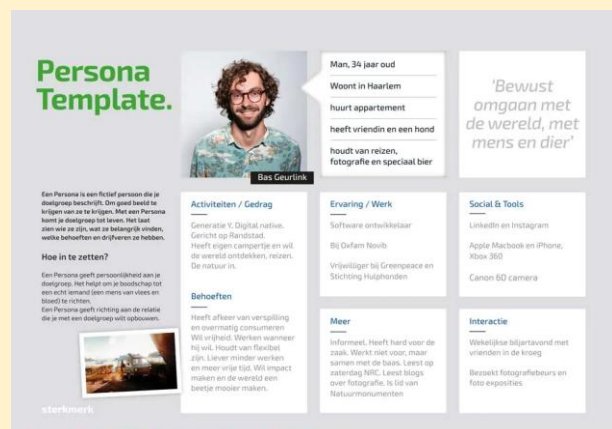
Een persona is ook wel een ijkpersoon: *“Een zeer gedetailleerde omschrijving van een gebruiker van jouw product of dienst. Met behulp van persona's creëer je ‘echte’ mensen in plaats van algemene doelgroepen die lastig te bereiken zijn”.*

Waarom persona's?

- Om je **doelgroep scherp af te bakenen**, zodat je communicatie en marketing beter aansluiten bij hun wensen en behoeften.
- Om je **organisatie door de ogen van de klant te bekijken** (empathisch denken).
- Om ook intern **collega's als 'klanten'** te benaderen bij interne communicatie of verandertrajecten.
- Het werken met persona's vindt zijn oorsprong in de marketing en is op veel verschillende terreinen inzetbaar.

Wat moet er minimaal in een persona zitten?

- **Naam** Geef de persona een **echte voornaam en achternaam**. Dat maakt het menselijk en herkenbaar.
- **Persoonlijke en professionele kenmerken**
Denk aan: karakter, werkstijl, persoonlijkheidstype, besluitvormingsstijl.
- **Demografische gegevens**
Leeftijd, geslacht, opleiding, gezinssituatie, locatie.
- **Doelen/ winstpunten**
Wat wil deze persoon bereiken? Wat beschouwt hij/zij als een succes?
- **Communicatievoorkeur**
Hoe en via welk kanaal wil deze persoon communiceren?
- **Zorgen/ twijfels/ pijnpunten**
Wat houdt hen tegen om met jouw organisatie/product in zee te gaan? Wat zijn angsten of frustraties?



Persona's - vervolg

- **Omgeving/ beïnvloeders**
Wie of wat beïnvloedt hun besluitvorming? Denk aan collega's, leidinggevenden, trends.
- **Quote**
Een kenmerkende uitspraak die de persona typeert.
- **Foto**
Gebruik een representatieve stockfoto of illustratie om het beeld compleet te maken.

Tip: Maak meerdere persona's als de doelgroep divers is. Dit helpt om echt te verplaatsen in de doelgroep en te gebruiken als toetssteen bij de ontwikkeling van nieuwe producten of diensten.

Het opstellen van een persona in 6 stappen:



Verdiepende literatuur

Allerlei inspirerende input die aansluit bij het sub thema: "Het betrekken van generaties" vind je hier:

- Website: [Liberating structures](#)
- Boek: [Liberating Structures](#)
- [Liberating structures – The Creators Company](#)
- [124-all oefening](#)
- [Cardlytics](#) – online tool voor Deep Democracy
- [Actieleren](#) – van exploreervraag, naar probleemverkenning naar oplossingen ontwikkelen en experiment
- Website met van alles over [Deep Democracy](#)
- Stoel voor de toekomstige generatie | <https://labtoekomstigegeneraties.nl/futurethinkingguide/> | <https://www.interzorg.nl/nieuws/jonge-generatie-deelt-ideeen-over-de-toekomst> | <https://toekomststoel.nl/>
- [Werkvorm: 25-10 groepsraadpleging](#) incl. [gesprekskaart](#)





Actieleren in de praktijk

Aan de hand van roddeltechniek hebben de deelnemers elkaar verder geholpen met de probleemverkenning. Geoorloofd roddelen over het vraagstuk van iemand anders met als doel nieuwe perspectieven aan te boren en tot de grondoorzaak van het probleem te komen. Op weg naar de probleemdefinitie in één zin.



Er was veel interactie en doordat iedere deelnemer zijn of haar ervaringen deelde, werd ook steeds duidelijker wat de probleemstelling was. En of het eigenlijk wel een probleem was. ;)



“Hoe kunnen we...?” – vragen

Om uit de probleemfase te komen en creativiteit aan te boren voor verschillende oplossingsrichtingen is het raadzaam om het probleem om te zetten naar een uitdaging. De “Hoe kunnen we...?” – vraag is daar een goed **hulpmiddel** voor. Deze vraagstelling zorgt ervoor dat het **probleem actief en uitdagend** wordt gemaakt en het probleemoplossend vermogen wordt aangesproken. Een echte brainstormvraag dus, die ervoor zorgt dat je de kern te pakken hebt en met verschillende mensen ideeën kunt gaan bedenken. Tijd voor het inzetten van de creatieve kracht.

Twee “Hoe kunnen we...?” vragen lichten worden eruit gelicht. Deze vragen leiden tot de volgende ideeën:

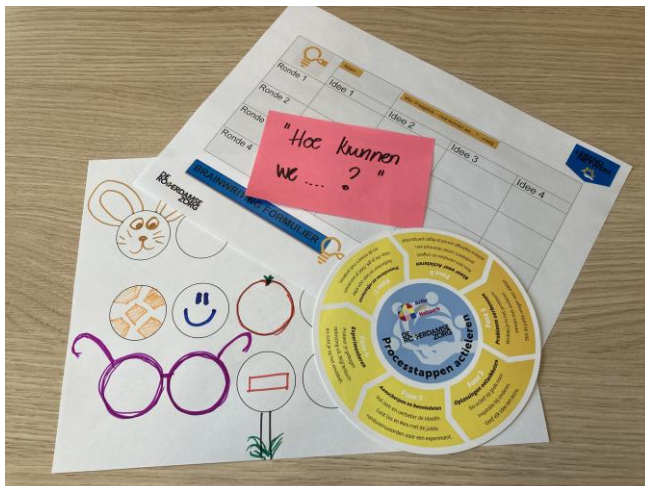




Een compleet overzicht van de “Hoe kunnen we ...”-vragen van het lerend netwerk Generaties vind je [hier](#).

Leuk dat zowel opleidingsadviseurs, HR en leidinggevenden meededen in de groep. Iedereen heeft een andere kijk op het onderwerp, de oplossingsrichtingen en – mogelijkheden.

Meer info over de “Hoe kunnen we vraag?” vind je [hier](#).





Bijeenkomst 4 – Good practices

Met diverse werkvormen is, vertrekkend vanuit de “Hoe kunnen we”-vraag van de deelnemers, gebrainstormd over mogelijke oplossingen. In wisselende samenstellingen werd kennis en ervaring gedeeld en aangescherpt, waardoor een levendig proces ontstond dat aanzette tot continu verbeteren en energie gaf om door te gaan. Soms betekende dit ook buiten de gebaande paden treden en eigen ideeën loslaten, om ruimte te houden voor nieuwe inzichten.

Good practices



Kennisblok

- Generatiemaand met generatiefair en Knabbel & Babbel-tas
Een creatieve aanpak om generaties dichter bij elkaar te brengen, zowel binnen organisaties als in teams.
- De weg naar generatiebeleid
Een beleid voor elke leeftijd: diversiteit als kracht op de werkvloer.
- Workshops op maat
Praktische sessies die inspelen op specifieke vraagstukken, zoals samenwerking tussen generaties in begeleidingsrelaties (begeleider-leerling) en het gebruik van werkvormen tijdens overleggen om alle generaties te betrekken bij belangrijke beslissingen.
- Themagerichte aanpak ‘Generatieverschillen op de werkvloer’
Organisatiebreed thema in de gehele organisatie waarbij verschillende activiteiten zijn ondernomen: kennissessie door een generatie-expert, workshops voor verschillende doelgroepen, workshop voor leidinggevende, specifieke teamaanpak voor vergroten inzicht en begrip.
- Producten per generatie ontwikkeld
Producten afgestemd op de behoeften en voorkeuren van verschillende generaties binnen de organisatie. Denk daarbij aan bijeenkomsten over de overgang, de flyer ‘Gezond richting je pensioen’, faciliteren in ontwikkeling, uitwerking flexibele werktijden en ontwikkeling van ondersteuning door een buddy.
- Persona’s
Een inkijkje in hoe werken en denken met persona’s kan helpen bij organisatievraagstukken omdat je vertrekt vanuit ‘echte’ mensen.

Good practices van buiten de regio:

- **Young Sherpa – voor en door jonge zorgmedewerkers.** Een groep jonge zorgmedewerkers zet zich in voor het behoud van de jonge collega’s. Een [mooi initiatief](#) waarbij ook de verbinding wordt gemaakt tussen de verschillende generaties op de werkvloer en het onderlinge contact gestimuleerd.
- **Internationaal – [Wat Japanse bedrijven doen om Gen Z te behouden?](#)**
Als je denkt dat de arbeidsmarkt hier krap is, kijk dan eens naar de situatie in Japan. Japanse bedrijven gaan ver om jong talent aan zich te binden. Daar kunnen we wat van vinden, maar de vraag die ook bij ons voor ligt is “hoe gaan wij er met elkaar voor zorgen dat de nieuwe generatie zich niet alleen aansluit, maar zich ook lange tijd verbonden voelt aan onze organisaties?” – [Miriam Boer](#)

Op site van het actieleernetwerk: www.actieleernetwerk.nl staan nog veel meer goede voorbeelden.



Bijeenkomst 5 – Samenwerken tussen generaties

Samenwerken met verschillende generaties brengt uitdagingen met zich mee, zeker bij complexe vraagstukken zoals het bereiken van een gedragen besluit. De verschillen in aannames en opvattingen die kunnen leiden tot onbegrip. Hoe ga je nu om met de verschillende stijlen en behoeften in communicatie, zodat er geen miscommunicatie ontstaat. We zeggen vaak: "Alle perspectieven zijn welkom", maar is dat ook echt zo? In meer of mindere mate kom je het tegen als je gaat samenwerken aan een gezamenlijk doel of resultaat.

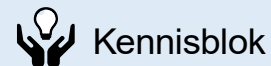


Tijdens de vijfde bijeenkomst heeft de Actieleerfase van experimenteren centraal gestaan. *Het uitproberen van de gekozen oplossing, kritisch blijven en je richten op het einddoel.* Belangrijk is om echt aan de slag te gaan, stappen te zetten en te kijken naar het effect. Maar ook om voldoende support te organiseren zodat als het even tegenzit er mensen zijn die met je mee kunnen denken en je motiveren om door te gaan.

De bootcamp samenwerken met verschillende generaties was ook één groot experiment dat op behoefte en in co-creatie met de deelnemers is vormgegeven. Met hoge snelheid en energie hebben we verschillende tools en werkvormen in de praktijk ervaren om daarna met elkaar de vertaalslag te maken naar de praktijk. Geheel passend bij de fase van actieleren waarin het lerend netwerk zich bevond.

Hieronder wordt de opzet van de bootcamp in een notendop gedeeld. Doe er je voordeel mee, experimenteer, reflecteer en leer! Dat is de weg van verandering.

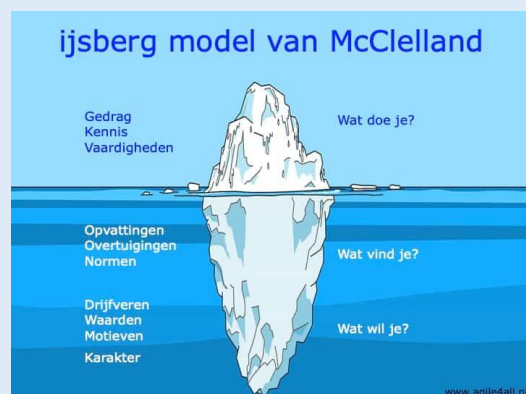
Samenwerken met verschillende generaties – tools & werkvormen



ERVAREN & TOEPASSEN IN DE PRAKTIJK

Doel bootcamp: inzicht krijgen in werkvormen en tools die kunnen bijdragen aan het versterken van de samenwerking met verschillende generaties. Samen met de deelnemers hebben we een vertaalslag gemaakt naar de toepassing in de praktijk.

De opbouw van de bootcamp was gebaseerd op de Ijsbergtheorie van McClelland.



Achtergrondinformatie:

- [Ijsbergtheorie McClelland](#) – zichtbaar/onzichtbaar à 10% - 90% - Elk persoon heeft zijn eigen ijsberg. Twee ijsbergen bij elkaar geven inzicht in de relatie tussen het zichtbare gedrag en de onderlinge interactie.
- Elke verandering begint met inzicht en van daaruit volgt er actie.
- Tools/werkvormen/oefeningen helpen om patronen in teams inzichtelijk te maken, gedrag te duiden, en van daaruit een dialoog te voeren en te duiden. Zo ontstaat er een gesprek en kunnen er afspraken gemaakt worden.



TIP: Blijf altijd scherp op het doel wat je wilt bereiken en kies daar een werkvorm/oefening bij! Hierdoor weet je zeker dat het beter aansluit bij je intentie!

Bewust – Wat doe je? – Gedrag / Kennis / Vaardigheden

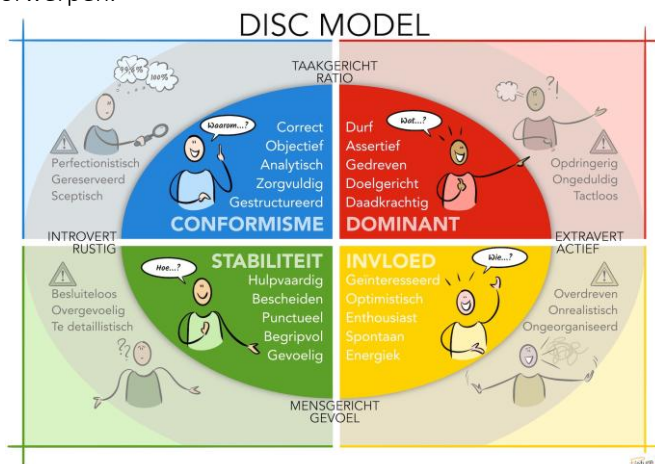
Heliumstick

Reflectie op uitvoering: Wat zie je gebeuren? Wat had kunnen werken?

#toepassenindepraktijk

- Zicht op leiderschap
- Complexiteit van samenwerken
- Communicatie onderling – zender & ontvanger
- Leren van ervaring >>> experimenteren
- Niet oordelen
- Ruimte voor evaluatie – in de helikopter

Quiz aan de hand van DISC – Uitspraken duiden van verschillende gedragsvoorkeuren van DISC – met name zichtbaar gedrag – communicatiestijlen. Met gekleurde blaadjes – rood/groen/geel/blauw of gekleurde voorwerpen.



Verschillende andere analysetools voor gedragsvoorkeuren:

[DISC](#) / [Insights discovery](#) / [MapsTell](#), [communicatiestijlen](#), [TMA](#)

- Geeft taal/woorden aan gedrag
- Elkaar versterken
- Inzicht
- Begrip
- Teams samenstelling in effectiviteit
- Beïnvloeden

Oefening: papier vouwen en scheuren

<https://hpc.nu/index.php/nieuws/papier-scheuren>

Debrief: belang inzetten op goede communicatie, verschillende interpretaties, experimenteren – stap voor stap kom je er, je weet niet wat het resultaat is.

- Verschillende interpretaties bij dezelfde duidelijke instructies
- Bewustwording
- Verschillende uitkomsten = OK
- Complexiteit van iets

Marshmallow Challenge

Ted Talk Tom Wujec – [Build a tower, build a team](#)

- Experimenteren
- Al doende leren
- Patronen zichtbaar maken

Onbewust – Wat vind je? Opvattingen / Overtuigingen / Normen	#toepassenindepraktijk
Two kinds of People (en veel daar tussen 😊) Debrief: Er zijn twee soorten mensen en we maken allemaal keuzes, welke kies je 😊? Het gaat niet per se om de eerste keuze, maar meer om de gedachten erachter. En er zijn natuurlijk veel meer soorten mensen, dit is slechts het topje van de ijsberg. Onder de wateroppervlakte wordt onze keuze gestuurd.	• Inzicht in verschillen • Generaliseren • Bewustwording • Verdiepen in denkwijze/opvattingen/overtuigingen
Gesprek op voeten (Deep Democracy) – verschillende varianten Video Gesprekstechniek – Gesprek op Voeten Informatie: https://deepdemocracy.nl/expertises/gesprek-op-voeten/	• Gehoord voelen • Alle invalshoeken verzamelen • Nadenken over argumenten > meer begrip voor de ander • Durven uitspreken • Nieuwsgierigheid naar de ander
Andere ideeën/initiatieven • Liberating Structures Website: Liberating structures Boek: Liberating Structures Liberating structures – The Creators Company • 124-iedereen • Actieleren – van exploreervraag, naar probleemverkenning naar oplossingen ontwikkelen en experiment • Walking Scale • Dilemma op Donderdag – verschillende varianten te vinden.	
Onbewust – Wat wil je? Drijfveren / Waarden / Motieven / Karakter	#toepassenindepraktijk
Analysetools drijfveren: drijfveren analyse – Talent First Management Drives	• Team/werkgroep samenstellen • Vergroten synergie/ 1+1=3 • Verbeteren samenwerking • Inzicht & begrip
Werkvorm: waarden formuleren Benodigheden: blad met kernwaarden, post-its, Van 10, naar 8, naar 5! >>> bespreek met elkaar! Je kunt dit ook als team oppakken en samen teamwaarden bepalen.	• Overeenkomsten en verschillen in waarden >>> inzicht • Gespreksopening > Wat betekent waarde X voor jou? • Meer begrip • Waarden van teamsamenwerking ontdekken/bespreken
Werkvorm: Landkaart Sta op een denkbeeldige landkaart: welke plek in het land heeft jou het meeste gevormd? Dit kan ook passend zijn bij overtuigingen/opvattingen. Variant: landkaart kennismaking	

Heel praktisch, je kon het iedere keer weer toepassen op je eigen werkplek.





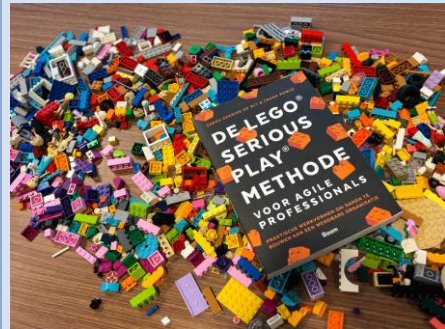
Algemeen

LEGO Serious Play helpt teams effectiever samen te werken door complexe vraagstukken visueel en tastbaar te maken, waardoor iedereen op een gelijkwaardige manier bijdraagt. Door gezamenlijk modellen te bouwen en te bespreken, ontstaat een gedeeld begrip en worden nieuwe perspectieven zichtbaar. Dit stimuleert open communicatie, creatief probleem oplossen en een sterkere teamdynamiek. Er kunnen verschillende werkvormen/oefeningen ingezet worden met verschillende doelen.

Achtergrondinformatie: [LSP Academy](#)

Boek: [de lego serious play methode voor agile.](#)

#toepassenindepraktijk



De laatste bijeenkomst van het lerend netwerk stond in het teken van reflecteren en presenteren van de individuele en gezamenlijke leerreis rondom Generaties. Met elkaar hebben de deelnemers een gezamenlijk verhaal gemaakt met alle gebeurtenissen, sleutelmomenten, hoogte- en dieptepunten. En deze samengevat in woorden en beelden.



Ik had geen concrete verwachtingen, ik ging er open in.
Ik was positief verrast door de leuke werkvormen en hoe
snel de bijeenkomsten voorbijvlogen.

A word cloud containing various terms related to digitalization and personal well-being. The most prominent word is 'vernieuwing' (renewal). Other significant words include 'eigen belangen' (own interests), 'vrije tijd belangrijk' (free time is important), 'werk-privé balans op 1' (work-private balance on 1), 'andere belangen' (other interests), 'eigen mening' (own opinion), 'nieuwe ideeën' (new ideas), 'technologie' (technology), 'vrijheid' (freedom), 'vernieuwend' (innovative), 'durven zeggen waar het op' (dare to say where it is), 'mentale gezondheid' (mental health), 'werk privé balans' (work private balance), 'digitaal vaardig' (digitally skilled), 'assertief' (assertive), 'ander perspectief' (other perspective), 'eigen identiteit' (own identity), 'digitaal' (digital), 'digivaardig' (digitally competent), 'snel willen groeien in we andere denkwijze' (want to grow quickly in other way of thinking), 'zorgt voor zichzelf' (takes care of oneself), 'parttime werken' (part-time work), 'werk-privé balans op 1' (work-private balance on 1), 'komen op voor zichzelf' (stand up for oneself), 'online' (online), 'verfrissend' (refreshing), 'gezondheid' (health), and 'frisse blik' (fresh perspective).





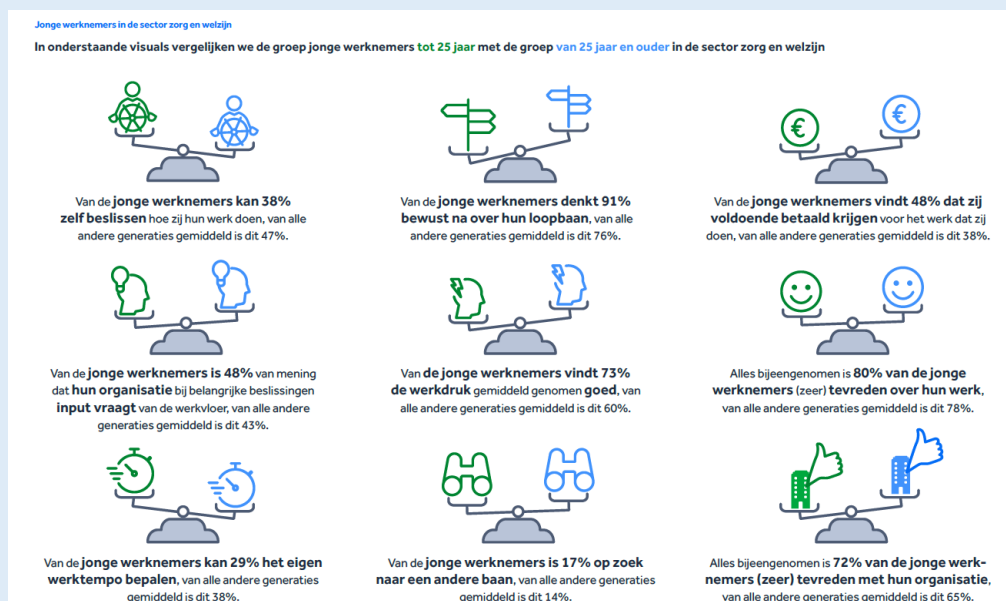
Generatie Z op de arbeidsmarkt van zorg en welzijn



Kennisblok

Wat maakt Generatie Z nu anders?

- Jong en in ontwikkeling
 - Het zijn jongeren die in ontwikkeling zijn, zowel cognitief als ook sociaal-emotioneel. Zo hebben jonge medewerkers dankzij hun 'rijpende brein' – een proces dat gemiddeld voortduurt tot het 25e levensjaar – onder andere een sterk lerend vermogen. Ze absorberen makkelijk nieuwe informatie en gaan graag nieuwe ervaringen aan. Daarnaast staat in deze periode ook de identiteitsontwikkeling centraal en is de professionele zoektocht gestart.
 - De relatieve onervarenheid van jonge starters maakt dat ze een frisse blik hebben op hun werkomgeving. Deze blik is onbevooroordeeld, maar kan wel kritisch zijn. Met deze open houding bevragen ze geregeld de status quo binnen de organisatie/sector en zijn ze intrinsiek gemotiveerd om veranderingen vorm te geven.
 - Een product van de tijdsgeest
 - Jongeren hebben eigentijdse opvatting over werk. Deze zijn gevormd door de tijd waarin ze opgroeien en specifiek in hun formatieve jaren (10-25 jaar). De jaren waarin ze als mens hun positie in de wereld onderzoeken en experimenteren met verschillende ideeën, waarden en overtuigingen. Ze worden daarbij sterk beïnvloed met wat er in hun omgeving en in de maatschappij gebeurt. Neem bijvoorbeeld de wens voor deeltijdwerken.
- LET OP: Generatie Z is ook divers, dus houdt oog voor de verschillen.
- In het arbeidsmarktonderzoek van AZW naar jonge starters binnen sector zorg en welzijn zijn de volgende bevindingen naar boven gekomen. Hierbij wordt de groep jonge werknemers tot 25 jaar vergeleken met de groep werknemers van 25 jaar en ouder.



De volgende acht branche-overstijgende inzichten worden er vanuit het AZW-programma uitgelicht:

- Meedraaien in het heden, twijfels over een duurzame loopbaan binnen zorg en welzijn;
- Gen Z vindt haar werk betekenisvol, maar ervaart weinig ruimte om 'jong' te zijn;
- Het vaste team als veilige haven;
- Gezond leren omgaan met ongezonde situaties;
- Invloedrijk en gewaardeerd op de werkvloer, maar zoekende binnen een complexe systeemwereld;
- Beperkte ruimte voor persoonlijke ontwikkeling;
- Generatieleren: jong en oud kunnen elkaar versterken;
- Gen Z stimuleert de adoptie van nieuwe technologieën binnen zorg en welzijn.

Samenvattend gaat generatie denken over drie elementen: de leeftijd, de levensfase waarin je je bevindt en het feit dat je een product bent van de tijdsgeest.

Eén van de deelnemers zei heel mooi... “Zo anders zijn ze helemaal niet!”—Houd dat vast!

Aanvullende toelichting op deze inzichten vind je [hier](#).

Meer weten over Gen Z op de arbeidsmarkt van zorg en welzijn

- Video AZW Talks – [Generatie Z op Arbeidsmarkt van zorg en welzijn](#)
- [Publicatie Gen Z in zorg en welzijn](#)
- [Infographic Gen Z in zorg en welzijn](#)
- Extraatje: Werkvorm Inzicht Gen Z gemaakt door Chat-GPT – [bijlage III](#).

Iedere jongste generatie is nieuw op de werkvloer. Ze kijken met een frisse blik en stellen daarmee de gevestigde orde ter discussie.

Bijlage I: Onze inspiratiebronnen

De opgenomen inspiratiebronnen zijn afkomstig uit diverse perspectieven en benaderingen rondom het thema Generaties. Niet alle bronnen zijn door de samenstellers van deze inspiratiebundel persoonlijk geselecteerd of inhoudelijk beoordeeld. Deze bundel is bedoeld ter inspiratie en nodigt uit tot verdere verdieping en vertaling naar de eigen context.



Artikelen

- In het artikel **Work Motivation Is Not Generational but Depends on Age and Period** worden mooie inzichten gegeven over verschillende generaties op de werkvloer, zoals:
 1. Werkmotivatie varieert niet op basis van generaties maar wordt voornamelijk beïnvloed door leeftijd en historische tijdsperiode.
 2. De studie toont aan dat de motivatie om te werken toeneemt tijdens de vroege volwassenheid, piekt rond het midden van het leven, en daarna afneemt richting pensioen.
 3. Met het verstrijken van de tijd hecht iedereen steeds minder waarde aan werk, onafhankelijk van hun geboortecohort.
 4. Generatiegebonden verschillen in werkhouding verdwijnen vrijwel volledig als er wordt gecorrigeerd voor leeftijd en tijdsperiode.
 5. Deze bevindingen suggereren dat organisaties hun aandacht beter kunnen richten op leeftijds- en tijdstrends dan op generatiespecifieke aanpassingen.

Het [artikel](#) is verschenen in Journal of Business and Psychology.

- [Van boomer tot zoomer – generatieverschillen op de werkvloer](#) vanuit TMA, verschenen 4 juni 2024.
- [Hoe ga jij om met generatieverschillen op de werkvloer? 4-handige tips op maat](#). Vanuit HR community, verschenen 13 juni 2023.
- [Talent heeft meer behoefte aan financiële zekerheid](#). Uitkomsten uit het Workforce Preference Study 2022 gepubliceerd door PWC, verschenen.
- [Welke werkgevers zijn favoriet bij jongeren – Generatie Z?](#) Onderzoek uitgevoerd door Intelligence Group en gepubliceerd via Flexnieuws, juni 2022.
- [E-zine over generatie Z](#) ontwikkeld door WZW Werkgeversvereniging Zorg & Welzijn – december 2023. -
- [Onderzoek naar behoud jonge zorgprofessionals](#), als voorbereiding op het programma Sterke Start van de RotterdamseZorg.

Belangrijkste Inzichten:

- Hoge werkdruk, beperkte contracten en gebrek aan doorgroeimogelijkheden zijn belangrijke redenen voor vertrek.
 - Jonge medewerkers verlangen naar intensieve begeleiding, een ondersteunende werkomgeving, realistische verwachtingen en mogelijkheden voor persoonlijke ontwikkeling.
 - Begeleiding van ervaren collega's en gestructureerde inwerkprogramma's kunnen hun start in de zorg verbeteren.
 - Zorgorganisaties kunnen bijdragen door persoonlijke begeleiding, flexibele contracten, regelmatige evaluaties en positieve communicatie via sociale media te bieden.
- **Onderzoek:** In 2021 is er binnen de branches van de gehandicaptenzorg, geestelijke gezondheidszorg en jeugdzorg GJ aangesloten bij de RotterdamseZorg ook onderzoek uitgevoerd onder startende werknemers. Zie het [volledige rapport](#).
 Samenvatting van belangrijkste bevindingen: De meeste jonge medewerkers zijn redelijk tevreden, onder andere over de inwerkperiode, de steun van collega's en het feit dat hun verwachtingen bij de start grotendeels zijn uitgekomen. Zij noemen de doelgroep, de inhoud van de functie en



opleidings- en ontwikkelmogelijkheden als belangrijkste redenen om bij de organisatie te werken, maar juist de inhoud van de functie blijkt ook vaak een reden om weer te vertrekken. Verbeterkansen liggen vooral in meer waardering (materieel en immaterieel) en in het verlagen van de hoge werkdruk, die door meer dan de helft van de respondenten in de afgelopen twee jaar is ervaren.

- **Gen Z'ers willen niet op hun 70ste, maar tussendoor met 'pensioen'** - [artikel AD](#) – februari 2025
- [Charterdocument: Medewerkers netwerken](#)
Medewerkersnetwerken zijn een motor voor participatie, diversiteit en inclusie op de werkvloer. Steeds meer organisaties zien hun waarde en investeren erin. Tijdens de Charterbijeenkomst 'Medewerkersnetwerken: een motor voor verandering' op 22 september 2022 presenteerde SER Diversiteit in Bedrijf een vernieuwde versie van het Charterdocument en het Overzicht van medewerkersnetwerken bij Charterondertekenaars. Het document schetst profiel, functies, samenwerking met medezeggenschap, uitdagingen en goede praktijken, en laat zien hoe deze netwerken diversiteit en inclusie agenderen én aanjagen.
- [Diversiteitswijzer: Leeftijdsdiversiteit](#)
De diversiteit in leeftijd op de werkvloer van de Nederlandse arbeidsmarkt is groter dan ooit. Dit levert uitdagingen op voor werkgevers, maar biedt ook kansen. Zo kan diversiteit in leeftijd leiden tot innovatie en teambuilding. Jong en oud kan van elkaar leren en elkaar versterken. Ook helpt het een bedrijf of organisatie voeling houden met zowel oude als jonge doelgroepen. De Diversiteitswijzer 'Leeftijdsdiversiteit' geeft informatie en praktische tips die je helpen de leeftijdsdiversiteit onder je personeelsbestand te vergroten, en je werkcultuur inclusiever te maken.
- [Charterdocument: Leeftijdsdiversiteit](#)
Meer weten over de meerwaarde van deze diversiteitsdimensie? Lees het Charterdocument 'Leeftijdsdiversiteit'. Dit document gaat in op de positie van jongeren en ouderen op de arbeidsmarkt, beschrijft knelpunten en de mogelijke aanpak ervan, en gaat in op de rol van de medezeggenschap en medewerkersnetwerken. Update – maart 2025
- Magazine Trends in HR - [GENERATIES](#) | Editie mei 2023
Interview met Marieke Grondstra, oprichter van organisatieadviesbureau Generatie STORM | Aart Bontekoning over generaties, arbeidskrapte en veranderend arbeidsethos | Artikel over verzuim en preventie in relatie tot generaties | In gesprek met HRM-consultants Miriam (66) en Senne (22) van Reijn | Een interview met Anne-Marije Buckens die met haar bedrijf 50-plussers begeleidt naar een nieuwe baan.
- Binnen de RotterdamseZorg heeft van juni-september 2023 het **lerend netwerk Diversiteit & Inclusie** plaatsgevonden. Van alle inzichten en verzamelde informatie is een [inspiratiebundel](#) gemaakt. Informatie die in deze bundel is opgenomen is op sommige punten ook relevant voor het thema Generaties.
- Binnen het netwerk van de RotterdamseZorg heeft van april -september 2024 het **lerend netwerk Gepersonaliseerde Arbeidsrelatie** plaatsgevonden. Eén van de thema's die tijdens die lerend netwerk centraal was het thema Generaties. Meer informatie hierover is te vinden in de [inspiratiebundel](#) vanaf pagina 12.
- Zijn de behoeften van jongere en oudere zorgmedewerkers écht zo verschillend? Stichting IZZ onderzocht het en kwam tot **verrassende inzichten**. Met name op het gebied van werk-privébalans zien we verschillen, maar op andere vlakken blijken zorgprofessionals opmerkelijk eensgezind. Meer weten? Klik [hier](#).
- Het artikel [Generational differences at work? A meta-analysis and qualitative investigation](#) van David P. Costanza, Jessica M. Finkelstein, Rachel J. Imose en Cristina B. Rossi (2012) onderzoekt kritisch of er werkelijk betekenisvolle verschillen bestaan tussen generaties op de werkvloer. In het eerste deel (Study 1) toonde een meta-analyse aan dat er weinig systematische, relevante verschillen zijn tussen generaties op uiteenlopende werkgerelateerde uitkomsten. Om te begrijpen waarom het generatiedenken ondanks dit weinig overtuigende bewijs toch hardnekkig blijft



bestaan, voerde het tweede deel (Study 2) een kwalitatieve analyse uit van de onderzoekspraktijk zelf. Daaruit bleek dat onderzoekers en professionals doorgaans niet kritisch genoeg zijn, vaak negeren ze nul- of niet-afgemaakte bevindingen en bevragen ze nauwelijks het onderliggende concept van generaties. Het artikel pleit er daarom voor dat de wetenschap én praktijk meer onderliggende verklaringen zoeken voor verschillen tussen werknemers én aandacht besteden aan de oorsprong en verspreiding van generatiestereotypen.

- Artikel Trends in HR: [Zo bereik en behoud je generatie Z](#). – november 2024
De wereld verandert snel en met generatie Z op de werkvloer staan organisaties voor nieuwe uitdagingen én kansen. Deze jongste generatie professionals is opgegroeid in een digitale wereld vol mogelijkheden en verwacht hetzelfde van hun carrière. Om deze groep aan te trekken en te behouden, is het tijd om kritisch te kijken naar hoe je jouw werving- en selectieproces inricht. Maar hoe doe je dit?
- Artikel Trends in HR: [Verzuim per generatie: wat kun je preventief doen?](#)
Generatie X, Y, Z en de Xennials: vier generaties waar bijna elke HR-afdeling mee te maken heeft. Verrijkend voor je organisatie? Zeker! Maar soms ook lastig. Elke generatie heeft een andere behoefte en kent soms meerdere levensfasen. Hoe houd je het mensgericht en toch behapbaar op beleidsniveau? – juni 2023
- Whitepaper Werf& – **Generations** – Een whitepaper over de dynamiek van verschillende generaties op de werkvloer. Vier experts van verschillende generaties delen elk hun visie op het thema generaties. Daarnaast interviewden we CEO's, HR-directors en leiders van twaalf uiteenlopende bedrijven zodat zij hun ervaringen, dilemma's en toekomstwensen met jullie kunnen delen. Download hem [hier](#).
- Whitepaper Werf& – **Hoe word je een aantrekkelijk merk voor Gen Z?** Nieuwsgierig? Download hem [hier](#).
- Whitepaper Noordhoff Zorg – **Gen Z in zorg en welzijn**. Een whitepaper vol met praktische tips om in te spelen op de jongste generatie. Deze whitepaper geeft je inzicht in de sterke punten en valkuilen van Gen Z, drijfveren van Gen Z en de aandachtspunten en acties. Download hem [hier](#).



Boeken

- [Het generatie-effect](#), hoe alle generaties samen meer bereiken: van boomer tot zoomer - Kim Janssen
 Bouw aan een organisatie waarin alle generaties tot hun recht komen, verbonden zijn en elkaar versterken. Dit boek biedt inzicht in generatieverschillen op de werkvloer en laat zien hoe generatiemanagement je organisatie sterker maakt. Vol praktische handvatten, inspiratie en tips om direct mee aan de slag te gaan, helpt het je de vertaalslag te maken naar je eigen team, organisatie en rol.
 De werkvloer telt vijf generaties, van vertrekkende babyboomers tot aankomende generatie Z. Hun verschillende drijfveren en werkvisies veroorzaken frictie en uitdagingen, maar bieden ook kansen voor kruisbestuiving. Door ervaring en vernieuwing te combineren, ontstaan vitale medewerkers en een creatieve, wendbare organisatie. Generatie-expert Kim Jansen geeft de inzichten en tools om het beste uit alle generaties te halen en zo een future-proof organisatie te creëren.
- Verschillende boeken van [Aart Bontekoning](#)
 - [Nieuwe generaties in vergrijzende organisaties](#)
 Organisaties hebben evolutionaire en verfrissende invloed van nieuwe generaties nodig om sociaal, economisch en ecologisch gezond te blijven. Dat beseffen ze vaak wel, maar weten niet wat ze daaraan kunnen doen. Dit boek laat verrassende mogelijkheden zien. Alle generaties zijn erbij betrokken. De auteur stelt dat oplossingen voor systeemcrisissen over de grens van de bestaande cultuur liggen. Nieuwe generaties bewegen zich op natuurlijke wijze daarnaartoe.
 - [Generaties werk in uitvoering](#)
 Aart Bontekoning zag in bedrijven de onverwachte klik tussen de ervaren protestgeneratie en de jonge generatie Y, een samenwerking die innovatie stimuleert. Welke overeenkomsten en verschillen hebben generaties, en hoe breng je hen tot vruchtbare samenwerking? Welke invloed hebben opvolgende generaties op de Nederlandse (werk)cultuur?
 - In **Generaties! Werk in Uitvoering** beschrijft Bontekoning op toegankelijke wijze de kenmerken van alle werkende generaties en hun effect op organisatiecultuur. Hij laat zien hoe Generatie X bijvoorbeeld een nieuwe generatie leiders vormt. Zijn vorige boek, *Het Generatieraadssel*, geldt als basiswerk over werkende generaties. Nu maakt hij met dit boek zijn inzichten breed toegankelijk en laat zien hoe het talent van alle generaties beter kan worden benut.
 - [Ygenwijs](#)
 Generatie Y (geboren 1985–2000) denkt en werkt anders dan eerdere generaties. In dit boek komen jonge professionals zelf aan het woord: ze delen openhartig hun visie op carrière, leiderschap en samenwerking, én hoe zij de andere generaties ervaren. Ondanks hun eigenwijsheid hechten ze waarde aan teamspirit en persoonlijk contact. Opvallend is de goede klik tussen Generatie Y en actieve babyboomers. Aart Bontekoning biedt het theoretische kader, terwijl Marieke Grondstra en haar Y-genoten een frisse, praktische blik geven. Zo krijgen (HR-)managers en leiders concrete handvatten om generatieverschillen bespreekbaar te maken en effectief te benutten.
 - [Het generatieraadssel - ontdek de kracht van generaties.](#)
 Nederland zit midden in een generatiewisseling: de protestgeneratie draagt langzaam het stokje over aan Generatie X, terwijl de pragmatische generatie de middenpositie inneemt en de eerste screenagers van zich laten horen. Organisaties ervaren continu de opvolging van nieuwe generaties, niet alleen bij junioren, maar ook bij medioren, leiders en senioren. Generaties vernieuwen de cultuur en dragen bij aan de sociale evolutie van organisaties en samenleving. Veel managers en werknemers beseffen dit onvoldoende, waardoor nieuwe generaties vaak worden geremd in hun vernieuwingsdrang. Vooral de jongsten ervaren dit als frustrerend en energievretend. Aart Bontekoning onderzocht dit uitgebreid en ontwikkelde manieren om generaties voluit te laten bijdragen aan de organisatiecultuur. In *Het Generatie Raadssel* laat hij



zien hoe dit werkt, met praktische inzichten voor vitalisering, samenwerking tussen generaties en duurzaam cultuurveranderen.

- [Gen Z - Het overwinnen van de struggles van Generatie Z en succesvol zijn in een veranderende wereld](#) – **Julio Doornbosch**

Het boek is een diepe duik in het leven van Generatie Z—hoe ze denken, de uitdagingen waarmee ze worden geconfronteerd, en wat hen drijft. Belangrijker nog, het is ook een gids voor ouders, leraren en werkgevers om hen beter te begrijpen en te ondersteunen. De wereld evolueert snel, en zo ook de behoeften en waarden van Generatie Z. Het boek wil die kloof overbruggen, gesprekken inspireren en helpen sterkere verbindingen tussen generaties op te bouwen.

- Het boek [De leeftijdloze samenleving](#) van Elske Doets geeft een nieuwe visie op jong en oud. Elske pleit voor een samenleving waarin jong en oud elkaar vaker ontmoeten en waarin alle burgers, dus ook senioren, meer betekenis ervaren. Waarin de zorgsector niet langer gedoemd is groter, grijzer en onbetaalbaarder te worden, maar weer kan uitgroeien tot het kloppend hart van de samenleving. De tijd dat jonge mensen zich 'jong' gedragen en oudere mensen 'oud' ligt achter ons.
- [De Bubbels Paradox](#) - Bubbels zijn comfortabel, maar ze drijven ons, in de samenleving en in organisaties, steeds verder uit elkaar - lees de [uitgebreide review van managementboek](#)
- [Gezonde generatiemix](#) – **Margreet Oostenbrink**

Voor het eerst werken vier of vijf generaties samen binnen organisaties, elk met hun eigen visie op werk, leiderschap en samenwerking. Hoe maak je van deze diversiteit een kracht in plaats van een bron van frustratie? Veel organisaties richten zich op onboarding van nieuwe generaties, maar de sleutel tot succes ligt in *bridging*: verbinden, overbruggen en samen een nieuwe toekomst creëren. *Gezonde generatiemix* laat zien hoe leidinggevendenden de talenten van alle generaties optimaal benutten en samenwerking bevorderen. Het boek biedt praktische tips en inspirerende verhalen voor meer werkplezier, betere teamdynamiek en wendbare organisaties. Margreet Oostenbrink (generatie X) werkte 30 jaar in directie- en managementfuncties en als (team)coach en schreef eerder *Verborgene verbanden* (2022).





Allerlei

- [Hitster Original - Nederlandstalig Partyspel - Actiespel](#)
Met meer dan 300 van de grootste hits van de afgelopen 100 jaar is Hitster het perfecte partyspel voor een avond lachen, zingen dansen en het delen van herinneringen. Maak de doos open, scan een muziekkaart en laat de muziek de rest doen om er een feestje van te maken!
Muziek verbindt en gaat door en over generaties heen!
- [Het generatiespel](#): Een inspirerende manier om jezelf en andere generaties te leren kennen. Aan de hand van stellingen kun je elkaar vragen stellen en de dialoog aangaan.
- [Verschillende vragen](#) passend bij verschillende leeftijden/generaties
- [Generaties - All Generation – Spotify playlist](#)
- De Grote Generatieshow is een educatief en interactief bedrijftheaterprogramma rondom generatiemanagement, met een acteur uit elke generatie. Op basis van improvisatie, regietheater, stellingen en spellen leert het publiek beter samen te werken door de kracht van elke generatie te benutten. De show creëert nieuwsgierigheid, begrip en respect voor de diverse achtergronden en leidt je naar energiek en innovatief samenwerken. Zo benut je de kracht van elke generatie!
[Meer info](#)
- Verschillende inspirerende sprekers:
 - [Miriam Boer](#)
 - [Xavier Pocorni](#) - Daarom
 - [David Bobeldijk](#)
 - [The New Crew spreker - Martijn van Rossum](#)
 - [Aart Bontekoning](#)
- [Quiz: Welke generatie ben ik? – Young Capital](#)
Jouw geboortear bepaalt niet als enige in welke generatie je thuishoort. Kijk ook naar je mindset en gedrag, bijvoorbeeld op de werkvloer.



Podcasts

- Bijna de helft van de babyboomers heeft het afgelopen jaar op het werk géén 1-op-1 gesprek gehad met iemand van generatie Z. Dat bleek eind mei uit onderzoek. Reden voor Werkverkenners om te kijken hoe goed de verschillende generaties met elkaar communiceren. En wat denk je? Ja, het kan beter! Je hoort er alles over in deze BNR Werkverkenners. [ZOMERWERK | Gen Z vs Boomers.](#)
- Podcast van BNR Werkverkenners - [Vier generaties op de werkvloer](#)
Help: ik heb vier verschillende generaties in mijn bedrijf. Hoe laat ik dat werken? De oud-commandant der landstrijdkrachten Mart de Kruif, belt zijn leermeester op. En een vacature van een werkgever die belooft je studieschuld af te betalen. Dat allemaal in deze BNR Werkverkenners. Met, onder meer: [Marieke Grondstra](#), oprichter van Generatie STORM, [Marie-Laure van Hoof](#), talent en learning adviseur bij Randstad Groep Nederland, [Ingelien Veldkamp](#), organisatieadviseur
- Podcast van deRotterdamseZorg: [Hoe hou je jonge zorgprofessionals binnenboord?](#) - behorend bij onderzoeksrapport naar behoud jonge zorgprofessionals.
- Podcast: [Jong talent vinden en binden. Zo doe je dat!](#) - de Ben Tiggelaar Podcast
- Podcast: [De zin en onzin van generatie denken op de werkvloer](#) | Mensenkinderen!
- Podcast: [Zorgprofessional van de toekomst: Zo werk je effectief samen met Gen Z](#)
Een podcast waarin een Gen Z zelf aan het woord is, samen met generatie- en leerexpert Miriam Boer. Want als je echt wilt weten hoe deze generatie denkt, leert en werkt, dan moeten we niet alleen over ze praten, maar mét ze praten, aldus Miriam.
- Podcast: [Generatiemanagement: onzin!](#) In deze aflevering van HR Zonder Filter gaat Kirsten de Roo in gesprek met gedragsdeskundige Noor Elshof over de hardnekkige mythes rond generaties op de werkvloer. Bestaan generatieverschillen écht? Of zien we vooral hokjesdenken en snelle aannames? Noor legt uit waarom labelen meer kwaad dan goed doet, waarom we voorzichtig moeten zijn met stereotypen en hoe echte verbinding ontstaat tussen medewerkers, ongeacht hun leeftijd.





Websites

- [Careerwise](#) is een trainingsbureau in trainee- en leiderschapsprogramma's voor Generatie Z. Bij *Careerwise* vind je de beste workshops, trainingen en vernieuwende leerinterventies. Millennials en Generatie Z. Maatwerk trainingen. Trainingen door heel NL. Erkende trainers.
 - Er zijn veel [artikelen](#) te vinden die alles te maken hebben met Generatie Z en werkgeverschap.
 - Verschillende [workshops](#)
 - Nieuw onderzoek t.a.v. werk- en ontwikkelbehoeften van de nieuwe generaties professionals. Download [hier](#) de whitepaper Generatie Zekerheid.
- [Youngworks](#) is een adviesbureau, gespecialiseerd in de doelgroep jongeren. Zij maken organisaties succesvol door stevast het perspectief van jongeren in te nemen. Dit doen ze al sinds 1999 met een kernteam van onderzoekers, adviseurs en trainers; en met een uitgebreid netwerk, van wetenschappers tot designers. *Youngworks* werkt veel in het onderwijs, arbeidsmarkt, leefstijl en media/cultuur. Stuk voor stuk belangrijke invloedssferen waarmee jongeren hun eigen toekomst, en die van ons, vormgeven. [Blog](#)
- De [StAZ Dialoog Over Duurzame Inzetbaarheid](#) is een platform dat zorgorganisaties helpt om in gesprek te gaan over duurzame inzetbaarheid. Hier vind je praktische tools, inspiratie en methodieken om werkplezier, gezondheid en ontwikkeling binnen de zorg te stimuleren. Denk aan een [gesprekskaart](#) als leidraad voor een dialoog, het [TOP gesprek](#) in een nieuw jasje, [drie werkende principes voor een goede inspiratie](#).
- Verschillende websites over Mantelzorg en Mantelzorg & Werk
 - [Werk & Mantelzorg](#) zet zich in voor werkgevers en organisaties die mantelzorgvriendelijk willen werken. Want mantelzorgvriendelijke werkgevers zorgen goed voor hun grootste kapitaal: de eigen medewerkers. Ook bereiden zij zich ook voor op de toekomst en de veranderende arbeidsmarkt.
 - [Mantelzorg.nl](#)
 - [Mantelzorg Zorg & Welzijn](#)



Video's

- [Video](#) van Niek van den Adel over **Generatie Z** – Alles loopt op rolletjes | Het gaat over veerkracht en jong professionals. Hoe vinden ze hun weg op de arbeidsmarkt en hoe zorgen we ervoor dat we ze binden & boeien?
- Een [video](#) waarin het verschil zichtbaar wordt gemaakt tussen de verschillende generaties in een sollicitatiegesprek.
- **Webinar terugkijken: verschillende generaties en levensfasen op de werkvloer**
Wat betekent leeftijdsdiversiteit in de praktijk? En hoe ga je als werkgever om met verschillende behoeften, verwachtingen en werkstijlen van meerdere generaties op de werkvloer?
Tijdens het webinar Verschillende generaties en levensfasen op de werkvloer (27 maart 2025) gingen sprekers van ABN AMRO en de SER in op hoe organisaties leeftijdsdiversiteit kunnen benutten als kracht. Met inspirerende voorbeelden en inzichten lieten zij zien hoe je een werkcultuur ontwikkelt die recht doet aan ieders levensfase én bijdraagt aan duurzame inzetbaarheid.
Bekijk [het webinar](#) terug.
Sprekers: Danoutha Kimin & Francesca Burger (ABN AMRO); Myrthe Born (SER Diversiteit in Bedrijf).



Bijlage II: Hoe kunnen we? – vragen

Elke deelnemer aan het lerend netwerk Generaties heeft in de vierde bijeenkomst zijn eigen “Hoe kunnen we? – vraag” ingebracht. Op elke ingebrachte vraag zijn door de deelnemers verschillende oplossingsrichtingen geformuleerd. Hieronder vind je een overzicht van alle vragen en bijpassende oplossingen. Laat je inspireren!

Hoe kunnen we de hiërarchie positief beïnvloeden zodat we het eigenaarschap bij de verschillende generaties optimaliseren?

- Collega's in verschillende functies meer samen laten werken bij projecten en in verschillende werkvormen.
- Een groep samenstellen om ideeën te delen over het onderwerp.
- Functieroulatie – laat een medewerker een week een manager zijn en andersom.
- Rollenspellen met verschillende hiërarchische niveaus.
- Maak een film/podcast met als doel bewustwording creëren.
- Storytelling over ervaren hiërarchie.
- Bewustwording op hun rol bij het stimuleren van eigenaarschap.
- Leer leiders 'delegeren'
- Leg het belang/ de winst van eigenaarschap uit.
- Laat het zien! Zet medewerker in positie en laat zien wat het oplevert. Voorbeeld uit organisatie: strategietraject met medewerkers uit alle lagen van de organisatie.
- Kijk naar werkplezier. Waar wordt iemand blij van en wil iemand eigenaarschap op?
- Weet hoe welke generatie aangestuurd wilt worden.
- Verdeel aandachtsgebieden/verantwoordelijkheden.

Hoe kunnen we ervoor zorgen dat alle generaties samen kunnen communiceren?

- Zet de generaties bij elkaar.
- Laat van iedere generatie twee mensen meedenken (geef verantwoordelijkheid)
- Laat de ene generatie de andere generatie interviewen
- Maak een film/podcast/krant
- Durf alternatieve vormen te gebruiken voor werkoverleg
- Zorg voor bewustwording over de verschillen
- Zorg voor gemixte werk/projectgroepen
- Organiseer activiteiten gericht op communicatie tussen generaties
- Laat ze “gedwongen” communiceren
- Maak een mix van generaties
- Vast onderwerp op de agenda
- Creatieve werkvormen
- Vraag uit welke behoefte er is en iedere generatie nodig heeft
- Ga de dialoog aan met verschillende generaties
- Ontwerp een generatie dagblad

Hoe kunnen we met interventies de sfeer/samenwerking in verschillen tussen generaties beïnvloeden?

- Wandelsessies tussen verschillende generaties
- Zorgen voor diversiteit in generaties binnen teams
- Workshopsessies om de verschillen tussen generaties verder te definiëren.
- In elkaar “hobby's” meekijken (dit faciliteren)
- Meer samenwerking opzoeken in projecten bijvoorbeeld
- Teamuitjes organiseren – rekening houdend met alle behoeften



- Jongste generatie 1 dag de leiding geven
- Generaties bevragen wat ze onder “goede sfeer” verstaan
- Zelf ideeën laten verzinnen om de sfeer te verbeteren
- Themabijeenkomsten organiseren door bepaalde generatie, voorbeeld sjoelen en VR-spel
- Projecten laten leiden door één generatie en dat rouleren, zo kun je zien hoe iedereen het oppakt en van elkaar leren.
- Bewustwording op een laagdrempelige manier: themaweek.
- Workshops voor leidinggevende en medewerkers
- Presentaties door en voor generaties over hun kenmerken/kwaliteiten

Hoe kunnen we zoveel mogelijk mensen tevreden houden omtrent de vakantieaanvragen?

- Open rooster systeem
- Zelf je vakanties invullen in rooster
- Urgentie van verlofaanvraag met cijfer aangeven
- Teams zelf het rooster laten afstemmen
- Duidelijke randvoorwaarden geven over de mogelijkheden en onmogelijkheden
- Zelfroosteren met zelfroostersysteem
- Roulatiesysteem: jaar 1 – 1^{ste} voorkeur | 2^{de} jaar – 2^{de} voorkeur | 3^{de} jaar – 3^{de} voorkeur
- Vragen hoe andere organisaties dit doen.
- Groep verdelen in subgroepen en zelf laten roosteren
- Wie het eerst komt, wie het eerst maalt
- Externe collega's vragen om mee te kijken
- Vakantiewens invullen als beloning/waardering van werk
- Deep Democracy inzetten
- Loting/vakantiebingo bij veel dezelfde wensen

Hoe kunnen we elke generatie laten bloeien en groeien met hun eigen behoefte en daardoor een betere samenwerking creëren?

- Workshop organiseren voor alle generaties
- Behoeftes uitvragen en duidelijk omschrijven
- Teambuildingen activiteiten
- Inzicht creëren in verschillende generaties, waardoor mensen elkaar kunnen laten groeien
- Betrek collega's bij dit vraagstuk door de “Hoe kunnen we... vraag” op te hangen op een centrale plek
- Laat generaties zelf iets organiseren waarmee hun behoefte invullen
- Inzicht geven tijdens werkoverleg waar je tegen aan loopt en samen oplossingen bedenken
- Toneelstuk waarin men een rol heeft vanuit een andere generatie
- Weten wat men zoekt in de samenwerking en dit bespreekbaar maken met een workshop

Hoe kunnen we de samenwerking tussen generaties versterken?

- In gesprek met de verschillende generaties
- Organiseren van bijeenkomsten
- Teambuildingsbijeenkomsten organiseren met gemixte groepen
- Behoeftes per generatie duidelijk omschrijven
- Workshop met uitleg over de verschillende generaties
- Inzicht in de verschillen/sterkten/zwakten per generatie
- Laat het een project van de hele groep zijn
- Met elkaar meelopen
- Tijdens werkoverleg laten delen waar de generatie tegenaan loopt



Hoe kunnen we samenwerkingsvormen toepassen die de verschillen tussen generaties benut?

- Zet de generaties bij elkaar en stel de vraag
- Vorm duo's/projectgroepen met verschillende generaties
- Experimenteren van samenwerkingsvormen
- Zet elke generatie in zijn kracht
- Ontwerp generatiespel
- Dialoogsessies inzetten
- Teambuildingssessies organiseren
- Werkgroepen (bijvoorbeeld verbeterteam) samenstellen van iedere generatie één persoon
- Begrip creëren per generatie
- Zorg voor inzicht wat het beste werkt per generatie en haal de sterktes eruit

Hoe kunnen we de juiste/gewenste informatie op de beste passende vorm/manier communiceren aan de verschillende generaties?

- Per generatie ander middel/medium gebruiken
- Alle middelen/media inzetten voor alle generaties
- Wissel middel en media per keer af
- Onderzoek welk middel als prettig wordt ervaren
- Gebruik zoveel mogelijk kanalen
- Laat generaties/personen voorkeuren aangeven
- Op interne kanalen
- Generatie nieuwsbrief
- Nieuwsbrief zowel op papier als digitaal aanbieden
- App ontwikkelen – werk gerelateerd



Bijlage III: Werkvorm Gen Z in Beeld

Hier is een leuke en interactieve werkvorm om deelnemers voor te bereiden op een kennisblok over Generatie Z.

Let op: deze werkvorm en uitwerking is gegenereerd met ChatGPT, hier kunnen geen rechten aan ontleend worden.

Werkvorm: “Gen Z in Beeld”

Doel: Deelnemers bewust maken van de kenmerken, waarden en gedragingen van Generatie Z op een speelse en interactieve manier.

Tijdsduur: 30-45 minuten

Benodigheden:

- Grote vellen papier of een digitaal whiteboard (zoals Miro of MURAL)
- Stiften, post-its of digitale sticky notes
- Vooraf voorbereide afbeeldingen/memo's/quotes over Gen Z (optioneel)

Stappen

1 Opwarmvraag (5 min)

- Start met de vraag: “Wat is het eerste woord dat in je opkomt als je denkt aan Generatie Z?”
- Laat deelnemers hun antwoorden opschrijven op een post-it of in de chat bij online sessies.
- Bespreek kort de antwoorden en kijk of er stereotypen naar voren komen.

2 Generatie Z in beeld (15 min)

- Verdeel de groep in kleine teams.
- Elk team krijgt de opdracht om een ‘moodboard’ te maken over Generatie Z. Ze kunnen dit doen door:
 - Woorden op te schrijven die deze generatie typeren
 - Kenmerkende technologieën, trends of social media-platforms te benoemen
- Voorbeelden te geven van hoe Gen Z zich gedraagt op de werkvloer of in de maatschappij
- Laat de teams hun moodboards presenteren.

3 Reality Check (10 min)

- Laat de teams reflecteren: *Welke aannames hebben we gedaan? Kloppen ze? Waar komen ze vandaan?*
- Geef hun een korte uitleg over Generatie Z op basis van wetenschappelijke inzichten en bespreek of hun moodboard overeenkomt met de werkelijkheid.

4 Actieve Toepassing (10 min)

- Laat de deelnemers in tweetallen bespreken: *Hoe kunnen we deze inzichten gebruiken in onze eigen praktijk?*
- Korte plenair terugkoppeling van inzichten en actiepunten.

Variatie: Voeg een quiz toe met stellingen over Generatie Z, waarbij deelnemers moeten aangeven of ze denken dat het waar of niet waar is. Dit kan een leuke manier zijn om misverstanden en feiten te onderscheiden! Dit helpt deelnemers om al een basis te leggen over Generatie Z voordat ze de diepere theorie induiken.





💡 **Tip voor de werkvorm:** Laat deelnemers per stelling kiezen of ze denken dat het *waar* of *niet waar* is. Bespreek daarna kort de wetenschappelijke inzichten en statistieken achter elke stelling om misverstanden en feiten te onderscheiden! 🚀

10 stellingen met wetenschappelijke inzichten over Generatie Z

1 Generatie Z is de eerste generatie die volledig is opgegroeid met smartphones en sociale media.

✅ **Waar**

📖 **Inzicht:** Generatie Z (geboren tussen 1995 en 2012, afhankelijk van de definitie) is de eerste generatie die vanaf jonge leeftijd toegang had tot internet, sociale media en mobiele technologie. Uit onderzoek blijkt dat Gen Z gemiddeld **4 tot 6 uur per dag** op hun telefoon zit en dat sociale media een primaire bron van nieuws, communicatie en entertainment is. (*Pew Research, 2022*)

2 Gen Z geeft de voorkeur aan persoonlijk contact boven digitale communicatie.

❌ **Niet waar**

📖 **Inzicht:** Hoewel face-to-face interactie belangrijk blijft, geven veel Gen Z'ers de voorkeur aan digitale communicatie, zoals WhatsApp, Snapchat en TikTok. Onderzoek toont aan dat **75% van Gen Z liever een bericht stuurt dan een telefoongesprek voert**. (*Business Insider, 2023*)

3 Duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid zijn belangrijkere waarden voor Gen Z dan voor eerdere generaties.

✅ **Waar**

📖 **Inzicht:** Uit een rapport van Deloitte (2023) blijkt dat **77% van Gen Z bedrijven en merken steunt die duurzaamheid en sociale rechtvaardigheid hoog in het vaandel hebben staan**. Ze kiezen vaker voor milieuvriendelijke producten en geven de voorkeur aan werkgevers met een sterke maatschappelijke visie.

4 Generatie Z heeft een kortere aandachtsspanne dan eerdere generaties.

✅ **Waar (maar genuanceerd)**

📖 **Inzicht:** Uit onderzoek blijkt dat de gemiddelde aandachtsspanne van Gen Z ongeveer **8 seconden** is, vergeleken met 12 seconden bij Millennials. Dit komt door de manier waarop ze omgaan met digitale content: snelle, visuele en interactieve vormen zoals TikTok en Instagram Reels zijn populair. Tegelijkertijd kunnen ze zich **langdurig concentreren** op onderwerpen die hen echt interesseren. (*Microsoft Study, 2019*)

5 Gen Z is minder geïnteresseerd in een vast dienstverband en hecht meer waarde aan flexibiliteit en werk-privébalans.

✅ **Waar**

📖 **Inzicht:** Studies tonen aan dat **meer dan 50% van Gen Z de voorkeur geeft aan freelance- of hybride werk** boven een traditionele 9-tot-5-baan. Werk-privébalans en mentaal welzijn zijn belangrijke prioriteiten. (*Deloitte Global Gen Z & Millennial Survey, 2023*)

6 Deze generatie vertrouwt traditionele media, zoals kranten en televisie, meer dan sociale media voor nieuwsvoorziening.

❌ **Niet waar**

📖 **Inzicht:** Gen Z haalt het grootste deel van het nieuws van sociale media, vooral via TikTok, Instagram en YouTube. Een onderzoek van Reuters (2022) toont aan dat **minder dan 10% van Gen Z dagelijks een krant leest of televisie kijkt voor nieuws**. Wel hebben ze een kritische houding tegenover fake news.



7 Voor Generatie Z is diversiteit en inclusiviteit op de werkvloer een vanzelfsprekendheid en een belangrijke factor bij het kiezen van een werkgever.

✓ Waar

 **Inzicht:** Uit een onderzoek van McKinsey (2023) blijkt dat **meer dan 60% van Gen Z inclusiviteit als een essentiële waarde beschouwt** bij het kiezen van een werkgever. Ze verwachten een diverse werkplek waar gender, afkomst en LGBTQ+ rechten worden gerespecteerd.

8 Gen Z leert liever via interactieve video's en praktijkervaring dan via traditionele lesmethodes zoals boeken en hoorcolleges.

✓ Waar

 **Inzicht:** Onderzoek toont aan dat **Gen Z de voorkeur geeft aan visuele en interactieve leermethoden**, zoals video's, podcasts en gamification. Traditionele lesmethodes, zoals lange hoorcolleges, worden vaak als saai ervaren. (*Stanford Study on Digital Learning, 2022*)

9 Generatie Z is minder merktrouw dan eerdere generaties en maakt aankoopbeslissingen vooral op basis van online reviews en aanbevelingen.

✓ Waar

 **Inzicht:** Uit een studie van McKinsey (2023) blijkt dat **Gen Z minder loyaal is aan merken** en eerder kiest op basis van online recensies en aanbevelingen van influencers. Ze verwachten authenticiteit en transparantie van bedrijven en schakelen snel over als een merk hen teleurstelt.

10 Gen Z heeft een sterke ondernemersmentaliteit en start vaker een eigen bedrijf of bijverdienste naast studie of werk.

✓ Waar

 **Inzicht:** Volgens een onderzoek van Shopify (2023) **overweegt 62% van Gen Z om een eigen bedrijf te starten** of een side hustle te hebben, zoals dropshipping, contentcreatie of freelancen. Dit komt door hun digitale vaardigheden en de invloed van platforms zoals TikTok en Instagram, waar ondernemerschap wordt gestimuleerd.



Deelnemers lerend netwerk Generaties



Antes^{PG}



CURAMARE

franciscus

ijssel land
ziekenhuis

Ikazia
ziekenhuis
Beter voor elkaar


laurens

MAASSTAD
ZIEKENHUIS
een santeon ziekenhuis


PG **parnassia**
groep
Specialist in geestelijke gezondheid

 **Stichting**
Humanitas

 **Zonnehuisgroep**
Vlaarding



DE
RO+ERDAMSE
ZORG

| Alleen ga je sneller, samen kom je verder!



Fascinatio Boulevard 252 (The Mark Offices) | 3065 WB Rotterdam

Telefoon: 010 - 316 37 37 | info@derotterdamsezorg.nl | www.derotterdamsezorg.nl