

00:00:02

*Laura:* Je hebt als Gen Z'er een supergoed idee en dan zegt je manager tegen je van: nou, leuk, zet het maar op een A4'tje en dan bespreek ik het over twee weken in de managementvergadering en dan, misschien, hoor je er over een maand wat over. Ja, daar verliest de jongste generatie heel veel energie op en dat is eigenlijk al een eerste signaal dat dat proces toe is aan vernieuwing.

00:00:22

*Jan-Willem:* Welkom bij Werken aan groei, een podcast van Indeed. Ik ben Jan-Willem en samen met experts duik ik in de toekomst van werk. We praten hierbij over de laatste trends en ontwikkelingen, zodat jij helemaal op de hoogte blijft van alle veranderingen op de arbeidsmarkt. Deze aflevering spreek ik met Gen Z expert Laura Bas, over de nieuwe generatie werknemers. Wat verwachten zij van een werkgever en hoe kan je hen aan je bedrijf binden? Welkom Laura!

00:00:47

*Laura:* Wat ontzettend leuk om hier te zijn.

00:00:48

*Jan-Willem:* Ja, jij bent een echte Generatie Z expert. Hoe komt het dat jij zoveel weet over deze generatie?

00:00:54

*Laura:* Ja, dat is eigenlijk om drie redenen, zeg ik altijd. Ik ben begonnen als jongerenambassadeur bij Buitenlandse Zaken, voor gendergelijkheid en seksuele rechten en het was daar eigenlijk mijn taak om ervoor te zorgen dat de stem van jongeren wereldwijd terugkwam in het Nederlands buitenlandbeleid. Ik was ook een voorbeeld van jongerenparticipatie in de praktijk en als onderdeel daarvan mocht ik de wereld overvliegen om jonge mensen te consulteren en dat vond ik echt fantastisch en heeft heel veel indruk op me gemaakt. En ik bleef eigenlijk heel erg achter met de vraag van: hoe kan het nou dat de jongste generatie zoveel passie heeft, goede ideeën heeft, maatschappelijk betrokken is, maar dat dat niet echt op de plekken terechtkomt waar beslissingen worden genomen? En toen dacht ik: nou internationaal dat uitzoeken dat is best wel een grote taak. Dus laat ik het klein houden in Nederland. Toen heb ik mijn mentor ontmoet, Aard Bontekoning. Hij is de generatie expert van Nederland, met Aard heb ik heel veel meegelopen, samen onderzoek gedaan en toen, op een geven moment dacht ik van nou, ik denk dat ik hier nu wel aardig wat over kan zeggen. Gelijktijdig ook op Social Media begonnen om input te verzamelen. Ik heb ook best wel een grote following onder Gen Z. Ik krijg elke dag wel tussen de dertig en veertig vragen en dat alles bij elkaar maakt dat ik zeg van nou, ik kan mezelf wel een Gen Z expert noemen.

00:01:59

*Jan-Willem:* Ja, als we het hebben over Generatie Z of in mooi Engels, Gen Z, in welke jaren zijn zij geboren? Over welke groep hebben wij het?

00:02:08

*Laura:* Ja, er zijn heel veel verschillende definities. Ik hou zelf 1995-2010 aan. Dat is ook de richtlijn van de Europese Commissie en grote corporates zoals McKinsey houden dat ook aan en ze hebben eigenlijk van 1995 gezegd, omdat even ook voor de luisteraar: wat gebeurde er nou in 1995? Toen kwam het internet op! Daarvan hebben ze gezegd van nou, dat is natuurlijk zo'n grote verandering als jij opgegroeid

bent met dat internet. Dat is wel zodanig verschillend dat daar ook een nieuwe generatie in opgroeit.

00:02:37

*Jan-Willem:* Ik ben bij de juiste persoon om meer te leren over deze generatie. Laten we beginnen met de definitie: als jij deze generatie nou met drie woorden zou omschrijven, welke zouden dat zijn en waarom?

00:02:51

*Laura:* Ambitieuze, activistisch en ik heb helaas geen derde A, maar ik ga voor impact maken.

00:02:55

*Jan-Willem:* Impact maken? Ja, en waarom? Waarom deze drie?

00:02:58

*Laura:* Nou, ik zie een hele ambitieuze generatie. Ik zeg altijd, er is, ik vind het een heel interessant fenomeen er is geen generatie die zo erg bezig is met ondernemen, met side hustling als Gen Z. Daarin zie ik heel erg dat ambitieuze voorbijkomen, ook omdat ze zichzelf natuurlijk allemaal dat aanpraten dat je snel rijk kan worden, dat is natuurlijk een ander verhaal. Dat activistische nou, dat zie ik heel erg terug in, als je kijkt naar hoeveel jonge mensen er opstaan voor klimaat of voor gendergelijkheid. Dat activisme onder jonge mensen is best al groot. En impact maken, dat is natuurlijk wel één van de redenen waarom heel veel Gen Z'ers snel weggaan bij bedrijven, omdat ze het gevoel hebben dat ze te weinig verantwoordelijkheid hebben of niet genoeg verschil maken of niet bijdragen.

00:03:39

*Jan-Willem:* Heel veel motivatie zit er in deze generatie. Welke functie denk jij dat zij kunnen hebben in deze maatschappij?

00:03:46

*Laura:* Ik zeg altijd dat de functie van de jongste generatie sociaal innoveren is. Dat is ook wetenschappelijk bewezen door Aard Bontekoning, mijn mentor. Het is zeg maar zo, ik probeer het zo goed mogelijk uit te leggen voor de luisteraar, want het is een beetje abstract. Iedere generatie wordt op een andere manier opgevoed. Jouw moeder heeft jou waarschijnlijk ook anders opgevoed dan jouw oma je moeder heeft opgevoed. Om een voorbeeld te geven, generatie Z is heel erg opgevoed met open communicatie. Dus Generatie Z-kinderen hebben heel erg met hun ouders gediscussieerd. Heel erg, waarom doe je dit gevraagd? De waaromvraag. En bij oudere generaties, jouw oma is misschien veel meer opgevoed met: waarom? Nou daarom, en dat is natuurlijk wel een ander wereldbeeld. Als jij een organisatie betreedt waarin het management nog een beetje met dat perspectief naar de wereld kijkt, dus waarom daarom, dan snap ik wel dat Gen Z als een beetje gek wordt gezien van: nou, waarom gaan jullie al deze vragen stellen? Ga gewoon aan de slag, dus dat is de eerste component. Het tweede, is ook waar we het net al over hadden, de wereld waarin je opgroeit, het internet heeft natuurlijk een enorme impact gehad. Informatie is voor ons ontzettend toegankelijk. Het is ook heel erg normaal, technologie, zeker met ChatGPT, dat heeft wel een enorme impact op hoe je naar de wereld kijkt en hoe je handelt. Die dingen bij elkaar dat maakte eigenlijk dat de jongste generatie, dat is dus nu Gen Z, maar dat is over vijftien jaar straks Alfa dat

die nieuwe updates meenemen naar de werkvloer, en de jongste generatie, die verliest heel veel energie op het herhalen van gedateerde processen. Dat voelen ze omdat ze er energie op verliezen. Dus stel, dat doen ze niet bewust, maar even als voorbeeld van: je hebt al Gen Z'er een supergoed idee, en dan zegt je manager tegen je van: nou, leuk, zeg dat maar op een A4'tje en dan bespreek ik het over twee weken in de managementvergadering en dan, misschien hoor je er over een maand wat over. Ja, daar verliest de jongste generatie heel veel energie op en dat is eigenlijk al een eerste signaal dat dat het proces toe is aan vernieuwing.

00:05:32

*Jan-Willem:* Ja, ik heb een duidelijk beeld gekregen van deze generatie, maar wat hebben werkgevers hier nou aan? Hoe kunnen ze gebruik maken van deze generatie, want ik hoorde dat er een mismatch is, in processen?

00:05:45

*Laura:* Nee, niet zozeer een mismatch. Ik denk meer dat inderdaad bedrijven niet weten hoe ze die kracht moeten gebruiken. En ik denk: ja, als jij al dat jong talent hebt rondlopen of die jonge medewerkers, dat je daar heel mooi gebruik kan maken door samen met andere generaties, want de jongste generatie kan alleen maar vernieuwen met de kennis en support van oudere generaties, is gaat kijken van nou, wat zijn nou de verouderde processen binnen onze organisatie? En laat ze ook die waaromvraag stellen, want eigenlijk, als Gen Z al die waaromvraag gaat stellen, is dat eigenlijk al dat ze constateren dat er iets is. Wat een beetje misschien afwijkt, dat ze denken van oké, maar waarom moeten we het dan op het papiertje zetten? Waarom kunnen het niet meteen uitvoeren? Ga lekker vernieuwen.

00:06:21

*Jan-Willem:* Ja, deze generatie heeft ruimte nodig. Hoe kan je dat nou regelen? Zijn er concrete tips, voorbeelden van binnen de organisatie?

00:06:30

*Laura:* Zeker, ik denk dat jij als manager, dat het heel belangrijk is en dat geldt overigens niet alleen voor Gen Z'ers, ik denk dat heel veel luisteraars zich hierin herkennen. Micromanaging of hiërarchie, dat is gewoon niet meer van deze tijd. Daar verliest iedere generatie heel veel energie op. En ik denk dat jij als manager, zeker met de jongste generatie, gewoon goed met ze moet gaan zitten en als manager structuur geeft. Dus duidelijke kaders van: dit is waar we naartoe willen. Dit is de planning. Wat heb je nodig om je werk goed te kunnen uitvoeren? Waar krijg je energie van? En binnen die structuur ze wel verder vrij te laten, maar wel altijd met een hand die je uitrekt voor als je hulp nodig hebt, weet ons te vinden. Ik ben ook een heel groot voorstander van mentorschap, dus ervaren collega's die het leuk vinden om met jonge mensen samen te werken, om die aan elkaar te koppelen zodat ze elkaar mooi kunnen versterken. Ik denk dat dat een hele goede stap is.

00:07:17

*Jan-Willem:* Ja, hele hoop potentie zit er in deze generatie, maar toch zijn ook heel veel mensen met vooroordelen. Ben wel benieuwd hoe jij naar deze vooroordelen kijkt, dus laten we er een aantal langs lopen. We beginnen met: Gen Z'ers willen zo min mogelijk werken.

00:07:35

*Laura:* Ja, vooroordeel, kijk, ze vinden een work-lifebalance zeker belangrijk. En ja, het is ook gewoon zo dat vertelde mijn mentor Aard ook, dat hij heeft het onderzocht, dat eigenlijk het leven van jongeren nu, een stuk drukker is dan 30 jaar geleden, omdat 30 jaar geleden was het gewoon werk en gezin. Nu heb je ook nog een hobby, je hebt je wil impact maken, je hebt vrienden, wat allemaal veel belangrijker is geworden. Maar als je gewoon kijkt naar de facts en figures, dus naar de harde data, de Intelligence Group heeft daar een analyse over gemaakt, dan zie je eigenlijk dat van alle leeftijdsgroepen, Gen Z en het is dan vanaf 25 tot 35, dus er zit ook nog een stukje Millennial in, dat die van alle generaties eigenlijk het meest fulltime werken. Dus dat is wel een hele interessante constatering en dat heeft ermee te maken: ik denk dat zij echt wel die behoefte hebben om vier dagen in de week of om 32 uur te werken, omdat ze denken dat ze net zo productief zijn in die 32 uur of in die 40 uur. Maar ze moeten ook gewoon een huis betalen. En nou ja, we hebben een woningcrisis, heel veel Gen Z'ers hebben een studieschuld ja, en daar heb je wel gewoon geld voor nodig.

00:08:30

*Jan-Willem:* Ja, daar kunnen we meteen doorgaan naar die volgende, want hoe zit het met het vooroordeel dat Gen Z'ers om te veel salaris vragen?

00:08:38

*Speaker 1:* Ja, nou, dat hangt dus heel erg ervan af, die hoor ik inderdaad heel erg vaak. Ik denk niet dat zij om te veel salaris vragen, ook omdat ik net aangaf hè, je kan niet meer op één inkomen een huis kopen, daar heb je echt wel twee verdieners voor nodig. Daarnaast als je gaat huren, dan betaal je ook ontzettende hoofdprijs. Dus die correctie, het is niet dat zij zeg maar vragen om een heel hoog salaris, om lekker drie maanden per jaar in Spanje of op Bali te gaan zitten werken. Nee, zij moeten ook gewoon rondkomen en het leven is gewoon echt een stuk duurder dan vroeger. Dus ik snap wel dat mensen dat idee hebben, maar ook wel handig om het wel even de bril op te zetten van deze tijd en kijken hoe een kostenplaatje van deze tijd eruitziet en ik snap dat schuurt hoor, omdat ik heel vaak terugkrijg van bedrijf wat ik zeg van: maar als je die Gen Z'ers zo hoog gaat instromen, dan hebben we wel met alle daaropvolgende functies een probleem. Dus ik snap dat dat schuurt en ik denk dat je daar als bedrijf goed naar moet kijken.

00:09:25

*Jan-Willem:* En hoe? Wat voor advies geef je dan aan die bedrijven? Als ze weten dat het schuurt, moeten ze dan het hele salarishuis aanpassen?

00:09:33

*Laura:* Nou, ik denk dat het heel belangrijk is en dat zie je in vacatures dus ook heel vaak misgaan, tenminste dat vind ik onhandig, om geen salaris range in de vacature te zetten. Ik denk: wees gewoon transparant en concreet over wat jij te bieden hebt en dan heb je daar ook geen discussie over. Dan kom je ook niet voor verrassingen te staan. Dus zeg gewoon in de vacature dit is je salaris!

00:09:52

*Jan-Willem:* Waar of niet? Waar? Gen Z'ers zijn lichtgevoelig en kunnen slecht tegen kritiek.

00:09:57

*Laura:* Ja, die hoor ik de hele tijd en die wordt natuurlijk heel erg versterkt door de media. Het wordt heel erg opgehypet zeg, maar ik vind dat veel meer frame, want wat ik heel erg zie, is dat Gen Z heel veel energie verliest op hiërarchie. Dus als jij op een hele hiërarchische manier wel even denkt jouw Z'er te kunnen vertellen wat hij of zij wel allemaal niet fout heeft gedaan, dan slaan ze dicht en dan worden dus heel passief. Maar dan denk ik ook wederom weer van: ja, welke generatie vindt het wel fijn om afgesloten te worden? Wat ik interessant vind, is wij Z'ers maar ook Millenials, wij hebben op school gewoon geleerd van dus niet onze generatie, maar van generaties boven ons, om feedback te geven op de sandwich methode. Dat is een methode, die ik zelf ook toepas aan mijn Z'ers en wat je eigenlijk doet bij de sandwich methode is nou ja, stel hè, je medewerker die is niet helemaal lekker gegaan? Dat je dan even begint met iets positiefs. Bijvoorbeeld van nou ik ben normaal, stel je hebt het even over een Social Mediapost, ik ben normaal heel erg tevreden over de content die je maakt. Daarom heb ik je ook aangenomen en ik ben supertevreden, ik merk alleen wel dat wat jij nu hebt aangeleverd deze week, dat niet helemaal de kwaliteit is die ik normaal van jou gewend ben. Dus dan compliment en dan ben je even direct. Geef je feedback: wat is hier aan de hand en wat heb jij nodig om weer naar dat hoge niveau wat je normaal aflevert te gaan?

00:11:10

*Jan-Willem:* Zie je dat nog vaak misgaan?

00:11:11

*Laura:* Ja heel vaak, aan de lopende band.

00:11:13

*Jan-Willem:* En dan vertrekt de Gen Z'er?

00:11:16

*Laura:* Het komt niet alleen door de manier van kritiek geven, maar hiërarchie is wel een ding dat echt een pijnpunt is. Ik snap ook wel de kant van organisaties. Mensen hebben stress, mensen zijn onder druk en ook veel gaat natuurlijk via mail, via Whatsapp en als je dan een keer geïrriteerd bent en dan kan je dat er wel even snel uit schieten. Ik denk dat jij als manager daar ook echt wel over na moet denken. Ik heb ook wel eens gehad dat mijn medewerkers iets hadden gedaan en dat ik echt dacht van oh, nee, weet je wel dat ik er echt niet happy mee was. En dan moest ik ook bij mezelf even nadenken van, mijn Z'ers werken voornamelijk remote, dat ik dacht van: oké, ik ga nu even van mijn telefoon weg, eventjes ontspannen. En dan dacht ik van oké, ik ga nu niet appen, ik ga gewoon even op een hele aardige toon, ik bel ze gewoon even op, want ik vind het dan fijn om even die stem te horen, want op Whatsapp kunnen dingen vaak verkeerd overkomen en om dan gewoon even zeggen van: ik zie dat dit mis is gegaan. Nou, ik vind het vaak dit en dit fijn en laten we gewoon even, dus die afspraak weer herhalen. Laten we gewoon afspreken dat we in het vervolg zus en zo doen. En nou ja, dan vaak zeggen ze oh sorry en wat ik dan heel erg merk is dat omdat je het dus op zo'n relaxte manier brengt, maar wel even goed de afspraken er herhaalt en echt je ook wel netjes van je grens aangeeft dat dat echt heel goed werkt.

00:12:23

*Jan-Willem:* Ja, jij zegt, ik pak de telefoon op, om mijn manager te bellen, want ik kom nu tot het laatste vooroordeel. Gen Z'ers komen vaardigheden tekort. Ze hebben bijvoorbeeld belangst.

00:12:36

*Laura:* Ja, die belangst ook de hele tijd. Kijk, het is natuurlijk wel zo dat zij communiceren gewoon op een andere manier. Zij communiceren veel meer via Whatsapp en via social-media en zij bellen gewoon minder. Dus dan vind ik het niet heel gek dat ze daar dan minder goed in zijn. Ik denk dat voor bedrijven, dat een hele makkelijke manier om dat aan te pakken door gewoon, ja klinkt misschien een beetje gek voor een andere generatie, daar ben ik me ook bewust van, maar geef ze daarin gewoon even les. Ga gewoon een keer naast zo'n Gen Z'er zitten en leg even uit van nou hè, als wij mensen opbellen, zo doen we dat. Een heel mooi voorbeeld hiervan: Ik ben ooit bij een zorginstelling geweest en daar waren heel veel jonge mensen en die moesten heel veel bellen met de ouders, verzorgers of familieleden van de cliënten en die vonden dat lastig. Toen hebben een soort van belmiddag georganiseerd en dan gingen ze dus met z'n allen eenzame ouderen opbellen dus dat was ook een heel erg goed doel. En dan kregen ze daar feedback op en het was een heel mooi uitje geweest en aan het einde van de middag was echt die hele belangst een stuk minder. Dat is ook gewoon een kwestie van doen en daarin ook, ja, toch weer dat coachend leiderschap, die mental rol oppakken en daar gewoon even naast gaan zitten en even uitleg hoe het moet.

00:13:40

*Jan-Willem:* Ja, komt daar weer naar boven dat zij in een hele andere tijd zijn opgegroeid dan de meeste, misschien wel managers die 20 jaar eerder zijn opgegroeid, die niet zo gewend zijn aan die digitale communicatie, dat dat ook vanuit school al misschien nu via berichtjes gaat in plaats van gesproken teksten?

00:14:01

*Laura:* Ja zeker

00:14:02

*Jan-Willem:* Corona misschien ook wel, veel online les hebben gehad.

00:14:05

*Laura:* Ja, en dan denk ik ook, als je eens kijkt naar hoe zij op school hebben gezeten. Toen de Millennials op school zaten en stel het eerste uur viel uit, dan had je nog een belijst. Persoon A die belde persoon B en ik denk dat heel veel mensen dat herkennen. Terwijl Gen Z dat is gewoon naar school gegaan en dat was gewoon meteen op de eerste dag van het eerste schooljaar werd er een groep chat aangemaakt en op het moment dat er een les uitviel werd daar gewoon een berichtje in gestuurd. Dus dat hele bellen is er gewoon heel erg uitgegaan. Ze vinden het ook, wat misschien wel een pijnpunt is van Gen Z, waar zij wel moeite mee hebben, is dat ze wel ook heel erg bang zijn om fouten te maken of om te falen en dat is ook iets waar ze ondersteuning bij nodig hebben. Maar wat je dus ook heel erg ziet, iets met dat communiceren via Whatsapp of via Snapchat of wat ze ook gebruiken, dan kan je ook nog even je berichtje nalezen en kan je erover nadenken, dus dat zit er ook achter.

00:14:50

*Jan-Willem:* Ja, als ik dit zo allemaal hoor, dan is het heel belangrijk om slimme en jonge mensen binnen te halen en te benutten. Dus stel dat er een werkgever of ondernemer luistert en meer werk wil maken van het aannemen van Gen Z'ers. Wat kun je ze adviseren wanneer het gaat over recruten van Gen Z?

00:15:08

*Laura:* Leef je een beetje in zo'n Gen Z'ers, dat kan je natuurlijk gewoon doen. Je hebt waarschijnlijk toch al iemand in dienst van Gen Z, vraag gewoon even aan de Gen Z'er van: Goh: hoe ervaar jij de baan? Hoe vind jij het fijn om gerecruit te worden? Wat ik altijd zeg is: je website en je Social Media dat is wel gewoon heel erg je visitekaartje. Dat is toch een soort van eerste indruk die je achterlaat en je hoeft echt niet elke dag te posten. Als jij gewoon een social-media pagina hebt, dat gewoon je visitekaartje is, wat je gewoon even goed neer hebt gezet, dan kunnen mensen daar al heel erg snel een beeld van krijgen. Dus denk er ook heel erg na van: Goh, hoe profileer je je? Wat ik zei, dat salaris vind ik heel erg belangrijk. Wees ook duidelijk in je functieomschrijving. Wat ik heel vaak zie bij functieomschrijvingen is, dat dan een beetje van die vage termen worden gebruikt, zoals, even om bij een Social Media termen te blijven: Bij ons leer je alles over Social Media. Toen ik een Social Media vacature eruit ging zetten, toen had ik gewoon in de functieomschrijving gezegd van nou, je gaat iedere week zeven Tiktoks naar Instagram Reels vertalen, je gaat interacteren met drie kanalen en ik was super concreet in wat mensen gingen doen. Ik had ook niet heel veel tekst. Mijn sollicitatie was een visual, dat is ook nog iets waar je mee kan experimenteren. Dat vind ik zelf heel erg lekker lezen. En ja, zo'n anderhalve pagina alleen maar tekst, dat vind ik toch altijd een beetje dat ik denk: nou, kan dat niet concreter, kunnen we daar dan niet even doorheen scannen. Wat ik ook had gedaan, en dat vind ik een hele goeie tip, je wil natuurlijk hele enthousiaste medewerkers en wat ik altijd zeg is: Ik laat ze sowieso helemaal open in de vorm van solliciteren. Ik zeg wel van: ik wil wel een beetje een soort van lijstje met wat je werkervaring is, maar het hoeft niet helemaal CV te zijn. Als je gewoon hè een word A4'tje inlevert met dit heb ik gedaan, vind ik dat prima. Maar ik ben ook, ja, als jij wil solliciteren via video, prima, als jij wil solliciteren met een met een ouderwetse brief, prima, daarin laat ik ze helemaal vrij.

00:16:51

*Jan-Willem:* Maar je hebt dus geen formeel sollicitatieproces meer?

00:16:55

*Laura:* Oh, jawel hoor. Ik voer gewoon gesprekken, maar ook in de gesprekken ben ik wel veel opener ik benader het veel meer als een soort van ja, gelijkwaardige kennismaking. Ik voel me heel erg vereerd dat mensen voor mij willen werken, dat ze van alle vacatures, zeker nu in deze markt denken van nou voor Laura Bas, wil ik werken, dus ik zie het veel meer als een wederzijdse kennismaking. Ik stel ook veel meer vragen van nou, als je je over vijf jaar aan mij zou voorstellen, hoe zou je je dan voorstellen? Waar krijg jij energie van in je werk? Als je iets moeilijk vindt, hoe reageer je dan? Ben je dan mijdend? Ben je confronterend? Ben je een beetje de kat uit de boom? Dus ja, ik kijk eigenlijk veel meer op die manier en ik geloof minder in, ik heb er ook wel discussie over gehad, natuurlijk de star methode. Daar had ik altijd een beetje mijn kritiek op is, het is een heel goed werkende methode laat ik dat vooropstellen, het is ook wetenschappelijk bewezen. Maar wat ik altijd een beetje

daarvan vind dat ik denk van ja, maar als jij dan je vraag terugstelt aan het bedrijf, dan gaan ze ook niet antwoorden met de star methode. En ik denk wel dat zou in de toekomst, zeker ook met de markt, dat het veel belangrijker is om er een gelijkwaardig gesprek van te maken. Dat je kijkt van: krijgen wij energie van elkaar?

00:18:00

*Jan-Willem* Ja, dus je gaat veel meer in op de achtergrond van die persoon, de ervaringen en de drive, want dat zijn hele belangrijke componenten voor de Gen Z'er. Dan heb je de ideale kandidaat gevonden. Aanbod is gedaan, er is getekend en dan gaat het boarden van start. Zijn er nog speciale dingen waar we op moeten letten?

00:18:22

*Speaker 1:* Nou, het is natuurlijk wel zo dat Gen Z die houdt wel van remote werken, mijn Gen Z'ers die werken ook remote. Ik vind het heel erg fijn om met checklist te werken, dus ik heb gewoon voor processen die uitgevoerd moeten worden, heb ik gewoon helemaal uitgeschreven zo moet je het doen. Dat vind ik heel erg handig, omdat mensen vergeten dingen of je legt iets niet goed uit. Door met een checklist te werken kunnen mensen eigenlijk heel snel dingen opzoeken en kan je ook zorgen dat die processen op 100% accuraat worden uitgevoerd in de ideale situatie. Wat ik verder heel erg belangrijk vind, is: ik doe twee wekelijkse check-ins van 20 minuten of een half uur, moet ik eigenlijk zeggen. Dan ben ik heel erg bezig met hoe gaat het met je? Dus echt dat persoonlijke contact. En één keer in de maand doen we echt een sessie van een uur waarin we gaan kijken van: wat zijn nou de resultaten die we deze maand hebben behaald. Wat ik ook doe, is carrièreplanning dat adviseer ik ook altijd aan bedrijven. Dat vind ik een hele mooie. Dus als iemand binnenkomt, dat werkt overigens voor alle medewerkers. Stel, alles is mogelijk. Waar zie je jezelf dan over vijf jaar? Waar zie je jezelf over tien jaar? En waar zie je je over vijftien jaar? Zeker, bij een grote corporate als iemand binnenkomt en die zegt: nou, ik wil eigenlijk over vijftien jaar wel CEO of CFO zijn, dan kan je natuurlijk als bedrijf denken van nou, dat gaat je nooit lukken maar ik denk zeg dan altijd van: ja, stel, al zou je dat denken, ga gewoon met die persoon dat carrièreplan maken. En als die niet de competenties heeft of niet de wil om zeg maar, die KPI's te halen, ja, dan komt die persoon er alomteerwilt wel achter en dan draait die echt wel bij. Maar dan ben jij wel altijd die werkgever geweest die in zijn medewerkers geloofde en het faciliteerde, die een plan heeft gemaakt met concrete doelen om te behalen. En als jij zo'n mooi carrière pad bij je bedrijf hebt liggen, waarom zou je dan in godsnaam solliciteren? Want dan weet je niet of je bij een ander bedrijf ook die kansen gaat krijgen. Dus denk ik dat dat heel erg belangrijk is.

00:20:00

*Jan-Willem:* Ja, zijn er nog andere tips om mensen vast te houden, om ze aan je te binden?

00:20:06

*Laura:* Ook goed communiceren met die persoon van: wat vind jij een fijne manier van communiceren? Wat vind ik een fijne manier van communiceren? Hoe gaat de communicatie tussen ons? Ik denk dat communicatie heel belangrijk is, en eigenlijk een hele concrete oefening, die ik eigenlijk altijd iedereen meegeef en dat werkt heel erg goed voor Gen Z, maar het allermooiste is als je dat met de hele organisatie doet, ga ze een keer een ochtendje zitten en ga met z'n allen een top vijf maken van



de dingen waar jij energie van krijgt in je organisatie en waar je energie op verliest. Al die dingen waar je energie op verliest. Dat is eigenlijk al een teken van: dat zijn verouderde processen. En wat je ziet is dat, hè, van zowel de Gen Zer, als de X'er, of misschien nog de Boomer die is blijven hangen, dat die allemaal energieverliezen op lange vergaderingen en dat creëert ook heel erg die verbinding en de teamspirit.

00:20:49

*Jan-Willem:* Hé en wat vraagt het werken met Gen Z'ers nu van de leiderschapsstijl van een organisatie of van de manager?

00:20:57

*Laura:* Ja, dus dat coachend leiderschap, het loslaten van de hiërarchie, dus veel meer, op een gelijkwaardige manier leidinggeven. Wat ik heel erg zie, is dat vroeger dingen zoals status, Gen Z is daar veel minder gevoelig voor je en je werkt gewoon allemaal op een gelijkwaardige manier. Zij vinden het heel erg fijn om van anderen te leren en je mag ook best als leider, die kaders aangeven en ik denk dat ook feedback heel erg belangrijk is. Maar dan wel dus niet op die hiërarchische manier. Ik zie ook een hele erge drive bij Z'ers om zich te ontwikkelen. Die zie ik overigens ook bij andere generaties hoor. Maar speel daar erop in als werkgever zegt nou van: Goh waar wil je in verbeteren? Wat wil je nog leren? Of zoals ik dat doe, hè, waar kan ik jou in coachen?

00:21:38

*Jan-Willem:* Ja, ik hoor heel veel zaken die eigenlijk voor elke generatie gelden en waar je gewoon mee aan de slag kunt gaan. En zij kunnen dus alleen maar, de Gen Z'ers helpen om misschien wel muren naar beneden te halen. Geen angst voor nodig.

00:21:56

*Laura:* Nee, en ik denk dat ook een beetje de crux is. Kijk, de dingen waar Gen Z energie van krijgt, daar krijgen eigenlijk alle generaties meer energie van. Het is alleen omdat op dit moment Gen Z de jongste generatie is, dat zij gewoon het sterkst reageren op verouderde processen en dingen waar ze energie van krijgen.

00:22:11

*Jan-Willem:* Ja, als laatste eindigen we graag met een tip waar een luisteraar meteen mee aan de slag kan. Wat raad jij bedrijven aan die Gen Z en innovatie willen omarmen?

00:22:22

*Laura:* Ja, dan ga ik meteen terug naar die top vijf, denk dat dat het allerbelangrijkste is. Dus maak die top vijf. Waar krijg je energie van? Waar verlies je energie? Dat carrière plan is heel erg belangrijk en zeker ook met remote werkers zorgen dat persoonlijk contact, die verbinding, dat je dat niet uit het oog verliest. Dus investeer heel erg in: hoe kunnen we nog steeds een sterk team creëren, ondanks dat we misschien meer op afstand werken of dat we maar twee dagen in de week ook kantoor zijn?

00:22:48

*Jan-Willem:* Dit was Werken aan Groei, een podcastserie van Indeed. In de volgende aflevering van Werken aan Groei ga ik in gesprek met mijn collega Alvera Lubbers over het schrijven van een goede vacaturetekst. Alvera is talent strategy advisor bij

Indeed en helpt organisaties om hun vacatureproces te verbeteren. In de podcast deelt ze de belangrijkste do's en dont's rondom vacatureteksten en geeft ze praktische tips waar veel werkgevers overheen kijken.