

GENERATIE Z; De onstuitbare opkomst van een digitale generatie!

René C.W. Boender,
keynote spreker en bestseller auteur
Cool is Hot, Great to Cool
en Generatie Z.

Rond 1995 breekt het internet door als breed maatschappelijk verschijnsel. Het is het begin van een digitale revolutie. Oudere generaties hebben zich aangepast aan die nieuwe realiteit, maar kinderen kennen enkel een wereld waarin het worldwide web een bepalende rol speelt.

Nu is Generatie Z definitief aanzet. Deze generatie groeit op in een digitale wereld waarin technologische revoluties de gewoenste zaak van de wereld zijn. Het is een generatie die altijd en overal online is, een generatie voor wie sociale media geen ontdekking zijn, maar een noodzaak. Rond 2020 zullen deze 'kinderen van het web' de werkvloer opstromen. Wie zijn ze? Wat verwachten ze van de wereld? Welke eisen gaan ze stellen? Hoe gaat Generatie Z de werkvloer veranderen?

Generatie Z is echt aanzet...

Iedereen die tussen 1992 en 2010 is geboren, wordt gerekend tot Generatie Z. Deze generatie staat bekend onder meerdere namen. De meest gebruikte is 'Digital Natives'. Marc Prensky, de uitvinder van deze naam, stelt dat deze generatie is geboren in een tijdsgewricht waarin de verregaande aanwezigheid van digitale technologie de norm is. Dit in tegenstelling tot alle voorgaande generaties ('Digital Immigrants') die digitale technologieën moesten leren gebruiken. Generatie Z groeit op in een wereld van overvloed en met relatief weinig beperkingen, in de overtuiging dat eventuele tegenslagen zullen worden opgevangen door ouders of

de overheid. Generatie Z heeft dan ook een onveranderd vertrouwen in de toekomst.

Ze groeien op in een '24/7' informatiemaatschappij en hebben een korte aandachtsboog. Ze vervelen zich snel en zappen door het leven. Daardoor kunnen ze razendsnel informatie vinden en filteren, al wordt die informatie soms ook oppervlakkig verwerkt.

Een aantal cijfers

Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek had Nederland in 2010 zo'n 3.721.000 inwoners van nul tot en met 18 jaar oud: Generatie Z. Op een totale bevolking van 16,5 miljoen inwoners is dat 22,5%.

Het is moeilijk te beoordelen of Generatie Z nu al ander media- en communicatiegedrag vertoont dan voorgaande generaties. Wat wel opvalt, is dat televisie aan belangstelling inboet en dat gaming – met name 'casual gaming' – erg geliefd is, vooral onder jongere groepen. Dit zijn relatief kleine en simpele spelletjes die via het internet worden gespeeld. Een van de gevolgen: een kwart van de peuters is inmiddels minimaal een keer per week online.

De mobiele telefoon is alomtegenwoordig. Van de 12- tot 14-jarigen bezit 80% een mobiele telefoon. Over de groep 15+ heeft iedereen een mobiel. Het gebruik ervan is nog redelijk traditioneel: bellen en sms'en. Recent onderzoek doet echter vermoeden dat dit op het punt van veranderen staat. Door de razendsnelle instroom van smartphones zijn goedkopere alternatieven voorhanden. Ping en WhatsApp zijn 'gratis in gebruik' en winnen snel aan populariteit. Onder invloed van deze toepassingen neemt het mobiele internet snel een prominente plaats in. Hier en daar wordt zelfs al gesuggereerd dat 'vast internet' zijn hoogtepunt heeft gehad.

Regelmatig wordt beweerd dat de tijd die jongeren achter de computer, de gameconsole, de mobiele telefoon en de televisie doorbrengen allerlei negatieve effecten hebben: ze worden dik en asociaal. Ze zijn daar voornamelijk bezig met sociale activiteiten. Maar ook offline zien we nog veel sociaal gedrag. 40% van de jongeren tussen 18 en 25 jaar doen bijvoorbeeld vrijwilligerswerk. Gewicht lijkt wel een probleem te worden: 14% van de jongeren is te zwaar, 3% heeft zelfs ernstig overgewicht. En deze percentages stijgen.

7 trends om op in te zoomen....

In welke wereld gaat Generatie Z volwassen worden? We zetten een aantal grote, wereldwijde trends op een rijtje.

1. Demografische verschuivingen

Wereldwijd zien we bevolkingen vergrijzen. De steden groeien, het platteland loopt leeg en in toenemende mate zien we etnische groepen hun plek in de wereld opeisen.

2. Evolutie van de informatie-economie

Ontwikkelingen in digitale technologie maken het mogelijk dat alles met alles wordt verbonden. Daarnaast komt steeds meer individuele en collectieve informatie beschikbaar. De grens tussen wat we vrijwillig en onvrijwillig delen wordt vager. Een negatieve kant van deze ontwikkeling is de toenemende onbetrouwbaarheid van informatie.

3. Globalisatie

Het wegvallen van grenzen en handelsbarrières leidt tot economische groei en culturele egalitatie, maar ook tot een toename in nationalisme en religieus fundamentalisme. Dit conflict zal ons nog decennia bezighouden.

4. Nieuwe wereldleiders

De economische en politieke stagnatie in zowel de Verenigde Staten als Europa biedt een podium aan nieuwe wereldleiders uit Azië en Zuid-Amerika. Op politiek, zakelijk en sociaal vlak zullen we zien dat landen uit deze opkomende werelddelen (zoals Brazilië, Turkije, India en China) hun invloed doen gaan gelden.

5. Overvloed aan arbeidskrachten en gebrek aan talent

Dankzij de opkomst van de Aziatische economieën zien we een enorme groei in het aanbod van laag opgeleide arbeidskrachten. Outsourcing van productie zal de komende decennia een economische factor van belang blijven. Anderzijds zien we een tekort aan hoogopgeleide werknemers met talent voor innovatie. Deze talenten zullen kunnen werken waar ze willen tegen voorwaarden die ze zelf kunnen stellen.

6. Uitputting van natuurlijke bronnen

Steeds meer natuurlijke bronnen zullen verder onder druk komen te staan. De prijzen voor commodities zullen blijven stijgen. De zoektocht naar duurzame energie zal verder intensiveren. De 'groene revolutie' is een resultaat van dit besef dat we de aarde aan het uitputten zijn.

7. Wantrouwen ten aanzien van het bedrijfsleven

Het verlies in vertrouwen in grote multinationale bedrijven in met name de financiële sector zal ons nog jaren achtervolgen. Bedrijven zullen steeds meer verantwoording moeten afleggen en transparanter worden. Het bedrijfsleven wordt niet meer automatisch gezien als de motor van maatschappelijke ontwikkelingen, maar eerder als een potentieel probleem.

Een aantal concrete tips

Intensieve begeleiding is een vereiste. Generatie Z is binnen hun werk geïnteresseerd in korte termijn gratificatie. Deze generatie is opgevoed met externe feedback. Na vijf jaar een fikse promotie verliest het van elk jaar een stapje vooruit. Hierbij is coachende begeleiding een vereiste. Bedrijven die een beleid voeren waarbij jongere werknemers met kleine (korte termijn) stapjes hun positie zien verbeteren, zullen het beter doen dan bedrijven die dit niet hebben. De leden van Generatie Z willen weten waarvoor

ze het nu, op dit moment, doen, ze willen waardering en respect voelen van collega's en superieuren en ze willen precies weten wat ze moeten doen voor de volgende stap.

Investeer in de onderlinge werkrelaties.

Sfeer op de werkvloer is voor Generatie Z belangrijker dan het behalen van topprestaties of vlammend carrière maken. Als je als bedrijf leden van Generatie Z wilt binnenhalen of houden, is het daarom essentieel om te investeren in de 'zachte kant' van de organisatie. Netwerkstructuren, variabele teams, ruimte voor zelfontplooiing en sociale activiteiten zijn instrumenten die Generatie Z betrekken bij het bedrijf.

Communiceer kraakhelder

Generatie Z kan moeilijk omgaan met abstracte taakomschrijvingen. Taken moeten specifiek en helder zijn. Ook de context waarbinnen wordt gewerkt, is belangrijk. Denk daarom niet in opdrachten, maar in specifieke uitdagingen. Communiceer duidelijk en geef aan waar het werk aan bijdraagt zodat ze weten waarvoor ze het doen.

Sociale netwerken

Generatie Z is een netwerkgeneratie. Bedrijven kunnen daarom bij het werven van nieuwe mensen veel meer gebruik maken van de (digitale) netwerken van hun eigen jonge werknemers. Voorwaarde is dat die werknemers trots zijn op hun werk en dat hun functie bij leeftijdsgenoten status heeft.

Slot

Over een tiental jaren zullen de digitale inboorlingen beginnen de dienst uit te maken. Deze geboren netwerkers voor wie internet en al zijn toepassingen zo gewoon zijn als zuurstof, zullen een aantal ingrijpende veranderingen afdwingen in de manier waarop we leven en werken. Wie nu afhaakt, haakt nooit meer aan. Of zoals René Boender zegt: JFDI, niets is geen optie! ■