



# Generatie Swipe

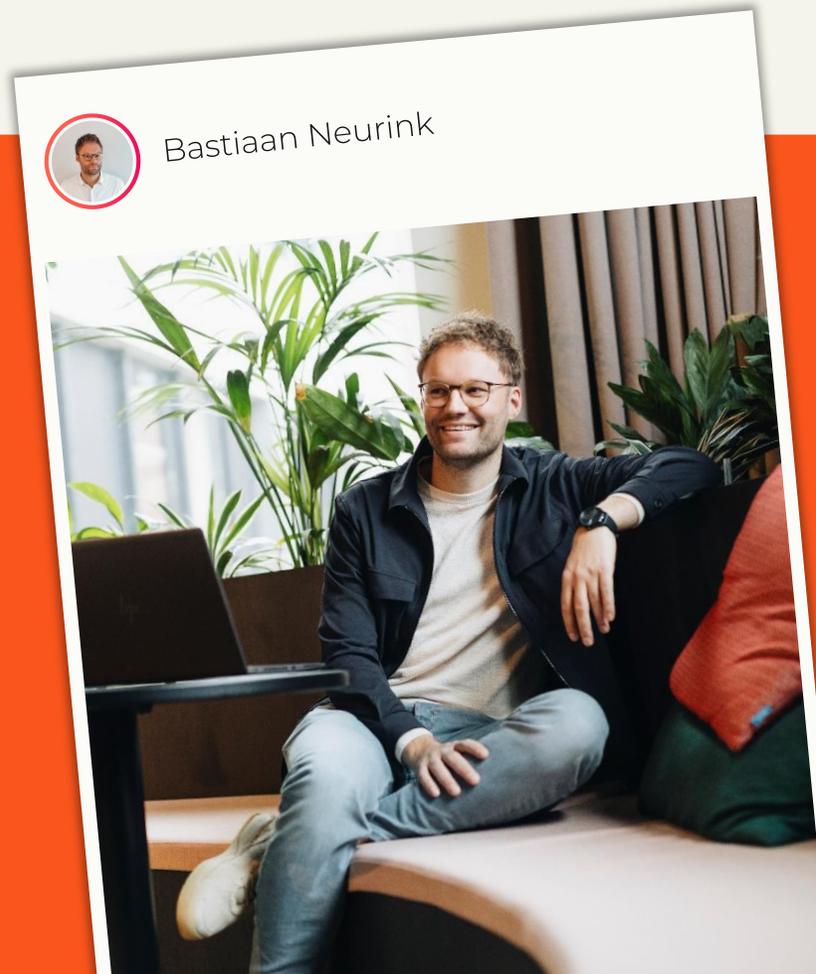
Aan de slag  
met jongeren



# Eddy & Freddy



Psst....  
Even Batman has a sidekick.  
What about you?



**Wij zorgen ervoor  
dat jouw merk in beeld  
komt bij jongeren**

[bastiaan@eddyfreddy.nl](mailto:bastiaan@eddyfreddy.nl)

06 12 87 11 48

# Are you ready?



EPISODE 1 – **OPGROEIEN IN  
DE WERELD VAN JONGEREN**

**01**



EPISODE 2 – **HET BEGELEIDEN  
VAN JONGEREN**

**02**

# Hoe goed ken jij de jongeren van tegenwoordig?



**A.**



**Besties** ❤️  
Online



WhatsApp • nu

**Eddy & Freddy**

Op hoeveel verschillende social media platformen zitten jongeren (14 – 20 jaar) gemiddeld?

[Antwoorden](#)

**B.**

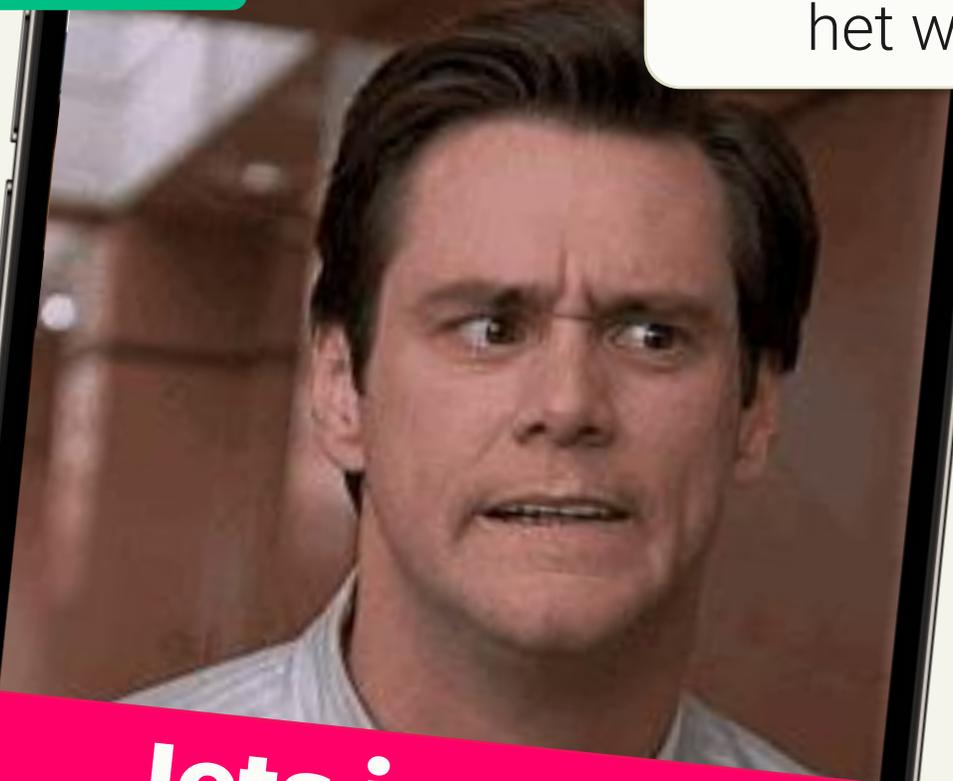
**5 PLATFORMEN**

**8 PLATFORMEN**

**A.**

**B.**

Instagram nu  
Wat bedoelen jongeren met het woord **'sigma'**?



**lets is stom**

Vind-ik-leuks van lidekesteen en 7 anderen  
maxineabbink Familieportretje (of nou ja.. soort van... 🙄)  
#scheveningen #strand #beach #picturetime #family...meer



**lets is cool**

Vind-ik-leuks van lidekesteen en 7 anderen  
maxineabbink Familieportretje (of nou ja.. soort van... 🙄)  
#scheveningen #strand #beach #picturetime #family...meer

**A.**

**SUBWAY**



WhatsApp · nu

**NIEUWENKERS**

Op welk social media kanaal zijn tieners actiever per dag?

[Antwoorden](#)

**B.**

ing my  
heroes 🤪



**SNAPCHAT**

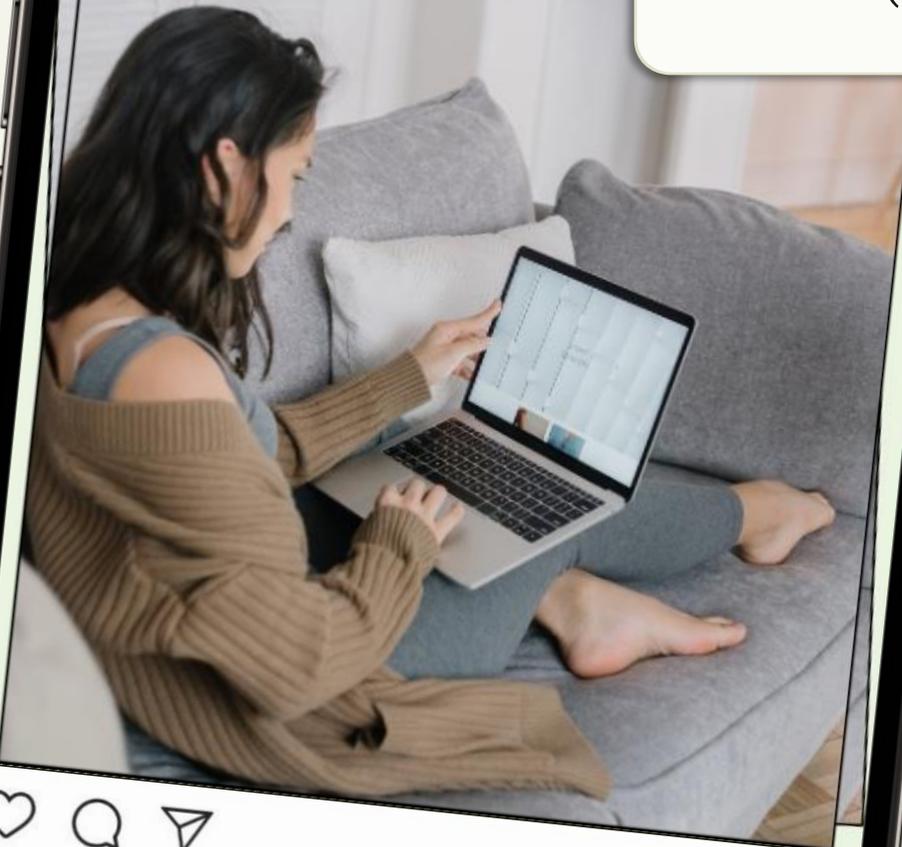


**INSTAGRAM**

**A.**

**B.**

Instagram nu  
Welke (TikTok) trend is echt?



**#lazygirljobs**



Een reactie toevoegen



**#girlsworksmarter**



**A.**



**Besties** ❤️  
Online

Wat bedoelen jongeren  
met '👁️👁️'?

09:11



09:13

**Ik luister**

09:14



**Mam**  
Online

Wat bedoelen jongeren  
met '👁️👁️'?

09:11



09:13

**Viespeuk**

09:14

**B.**

**A.**



WhatsApp · nu  
**Eddy & Freddy**

Wat zijn **'stack dates'**?

[Antwoorden](#)

**'Snel' daten**

**Millennials die  
GenZ daten**

**B.**



**Hoeveel minuten zitten jongeren (15 – 19 jaar) gemiddeld op social media per dag?**

# Opgroeien in de wereld

LEEFWERELD

1

van jongeren



# Generaties op een rij



**BABYBOOMERS**

1941 - 1955



**GEN X**

1956 - 1970



**PRAGMATEN**

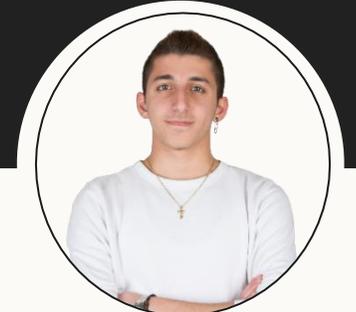
1971 - 1985



**MILLENNIALS**

1986 - 2000

Zillennials



**GEN Z**

2001 - 2015

**ANALOOG**

**PROFIT & POWER**

**DIGITAAL**

**PURPOSE & PLEASURE**

# Generaties op een rij



GEN X

1956 - 1970



PRAGMATEN

1971 - 1985



MILLENNIALS

1986 - 2000

*Zillennials*



GEN Z

2001 - 2015



GEN ALPHA

2016 - 2030

ANALOG

PROFIT & POWER

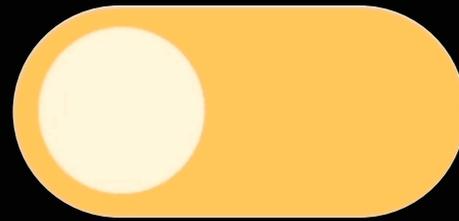
DIGITAAL

PURPOSE & PLEASURE





**Stap**



**binnen in de  
belevingswereld  
van jongeren**



(24 - 38 jaar)

# Say hi 🖐️ to the millennial

Zij zijn opgegroeid in hoge welvaart, het informatietijdperk en een sterk individualistische maatschappij. Zij zijn relatief hoogopgeleid en kregen veel aandacht van hun ouders: 'Volg je hart en ga op zoek naar je passie; the sky is the limit!' Tijdens de adolescentie hebben zij zich in rap tempo ontwikkeld, met de focus op persoonlijke groei en ontplooiing.



98%



Makkelijker online  
nieuwe mensen  
ontmoeten dan offline

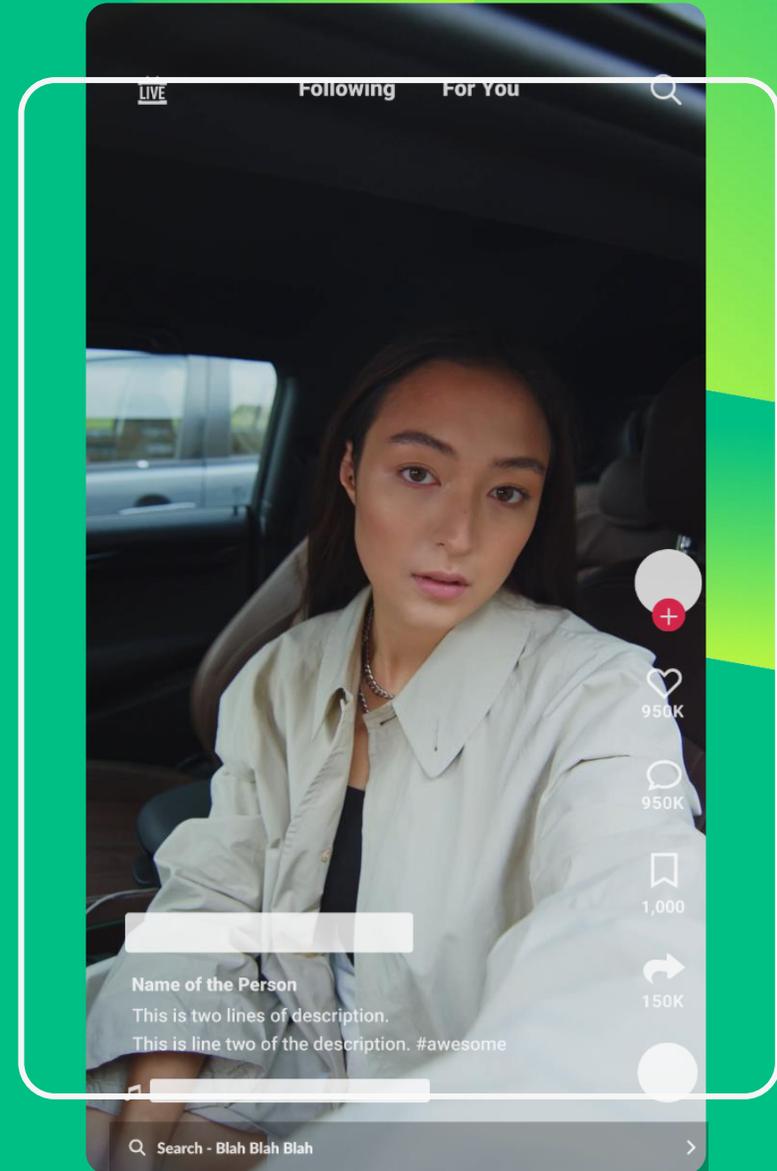


34%

(TikTok &  
Snapchat)



5,3 netwerken





(9 - 23 jaar)

## Ok, wie is gen z? 🙋

Opgegroeid in een sterk globaliserende wereld. Zij zijn zeer omgevingsbewust, kosmopolitisch, ondernemend en doen veel verschillende dingen tegelijkertijd: Netflixen, muziek luisteren, ondertussen huiswerk maken en als het éven kan ook nog Appen, Snappen en Insta checken. Zij zijn meer politiek geëngageerd dan vorige generaties. Diversiteit en duurzaamheid zijn voor hen de norm.



**98%**



Het meest kieskeurig.  
Elk kanaal heeft een eigen doel en functie.



**42%**

(Facebook en Twitter bijna niet meer gebruikt)



5,6 netwerken

# Zie jij het verschil? 🧡

## Millennial



### **Digital immigrants**

- 2 schermen (apparaten)
- Tekstuele communicatie
- Succes = veel werkervaring
- Gericht op het nu
- Optimistisch
- Wil ontdekt worden
- = dromen
- “Wij werken samen”

## Gen z

### **Digital natives**

- 5 schermen (apparaten)
- Visuele communicatie
- Succes = veel geld
- Toekomstgericht
- Realistisch
- Wil werken voor succes
- = doen
- “Wij werken met Google”

**TikTok**





Fortnite



Chatgpt

Elke generatie heeft zijn eigen verfrissende kenmerken



Floppy



Tiktok



Cloud



Spotify



Discman



Mario

Search...

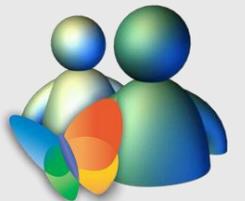


Google

IPHONE



Motorola



Msn



**11 & 12-jarigen  
en de cd** 

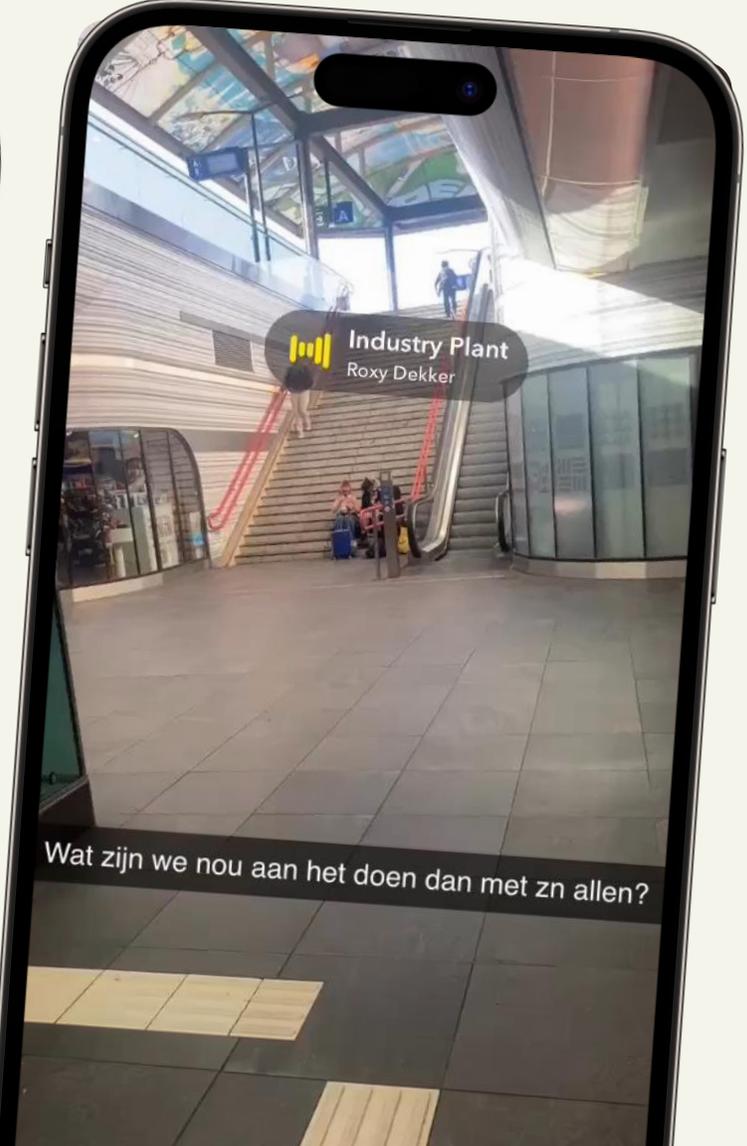
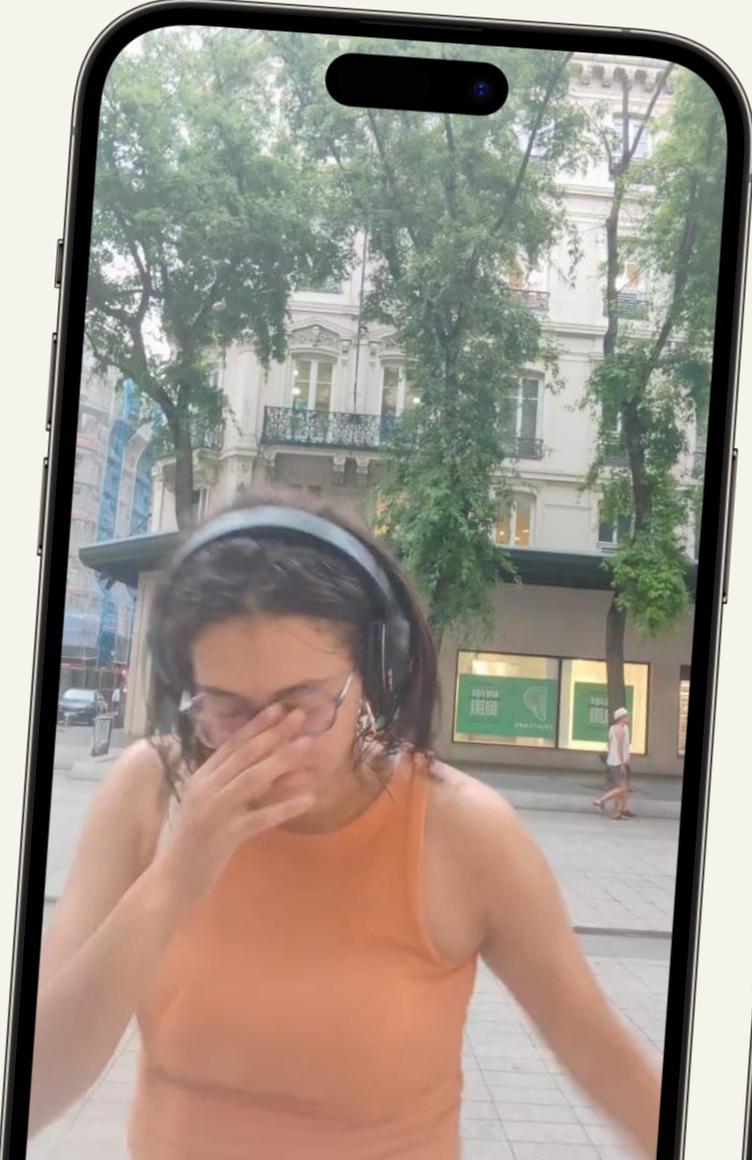
Jongeren zijn in  
***ontwikkeling***  
en onzeker, Maar ook:  
***kritisch*** en niet zomaar  
onder de indruk



# Tienerdenkers denken als mensen met hersenenletsel



# Tieners denken als mensen met hersenletsel



# Tieners denken als mensen met hersenletsel

Langere tijd volgehouden  
aandacht

Plannen en organiseren

Timemanagement

Emotieregulatie







# Tieners die gamen hebben een streepje voor

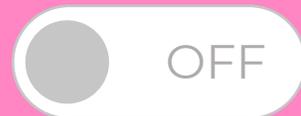
Gamers zijn beter in staat om problemen op te lossen (in de echte wereld)

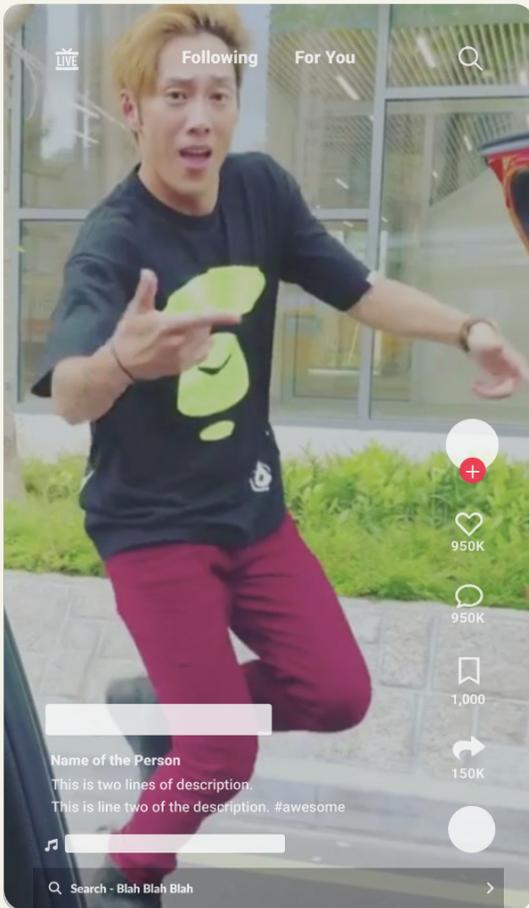
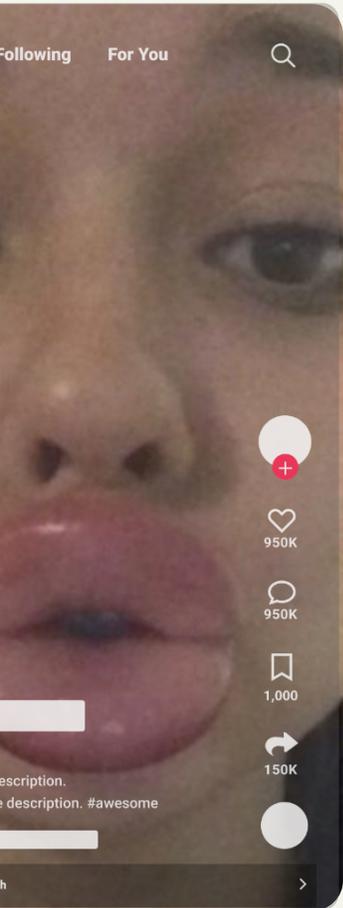
Sociaal emotionele voordelen:

- Samenwerken
- Onder druk keuzes maken



# *Ratio* vs **emotie**





#Filterchallenge

# Internet challenges

< 1



**Besties** ❤️

Online



09:30

**“Ik ben erg geschrokken”**

09:31



16:18

**Ik heb een 5 voor Duits.  
🌟 Fantastisch! 🌟**

16:20

<



**Mam**

Online



11:41



**OK Boomer**

11:41



12:03

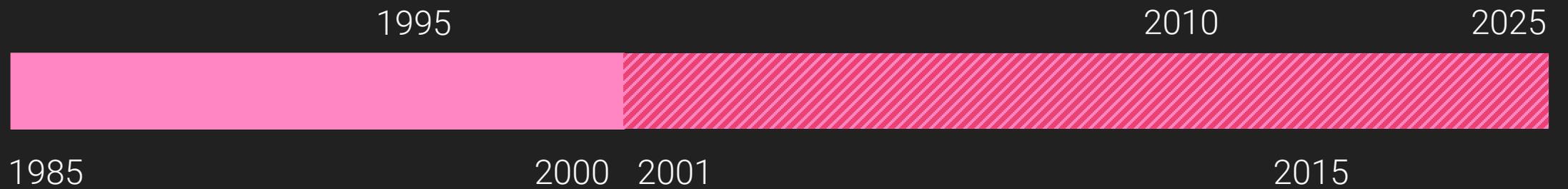
**Leuk hoor, vergeet je niet  
boodschappen te doen**

12:05

**👉 Ik 👉 moet 👉  
boodschappen 👉 doen 👉**

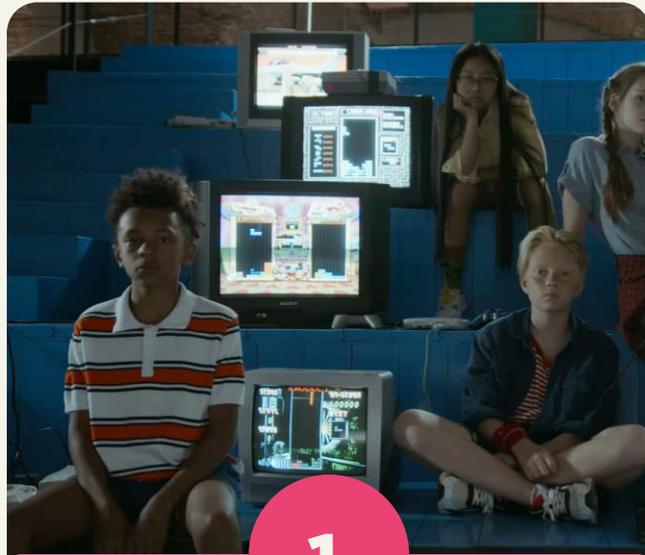
12:07

10 – 25 JAAR  
**FORMATIEVE  
JAREN**



**Millennials**

**Generatie Z**



1

## Digitalisering

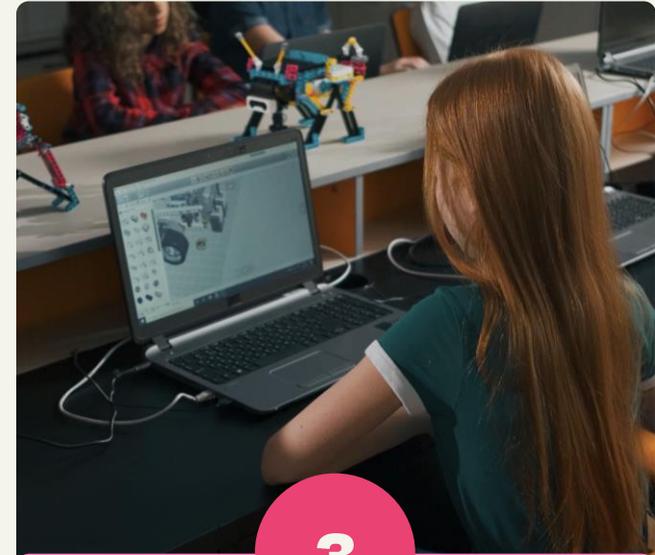
Opgroeien in een  
instant wereld



2

## Ideologisering

Opgroeien in een  
'woke' wereld



3

## Individualisering

Opgroeien in een  
zelfgerichte wereld



# Digitalisering



Gen Z kent de wereld ervoor niet. Internet is aanwezig in alle aspecten van hun leven.

## Instagram effect

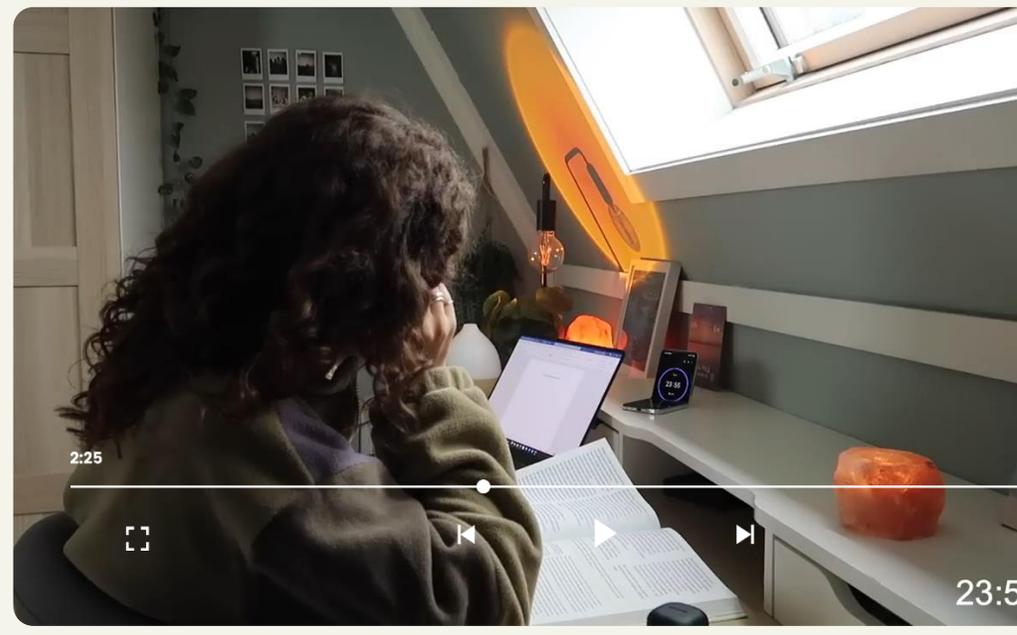
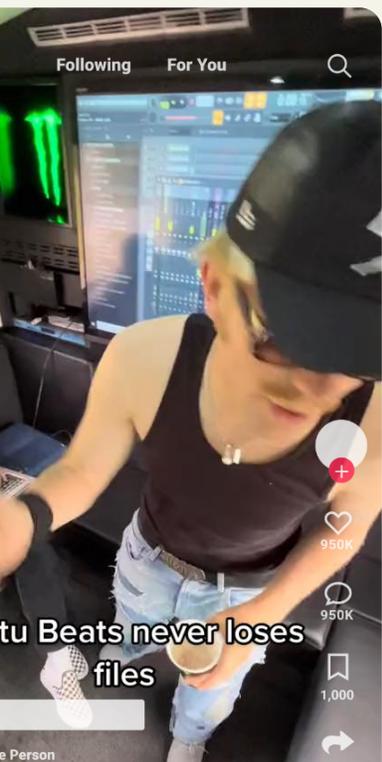
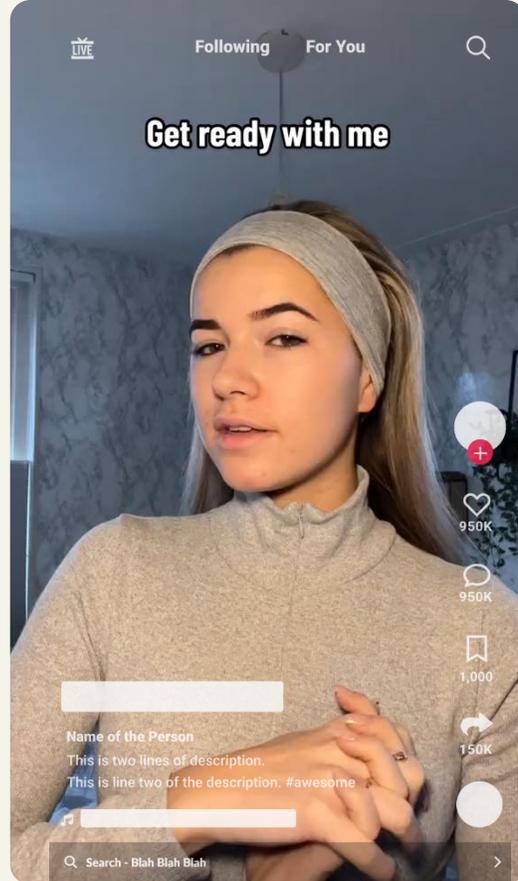


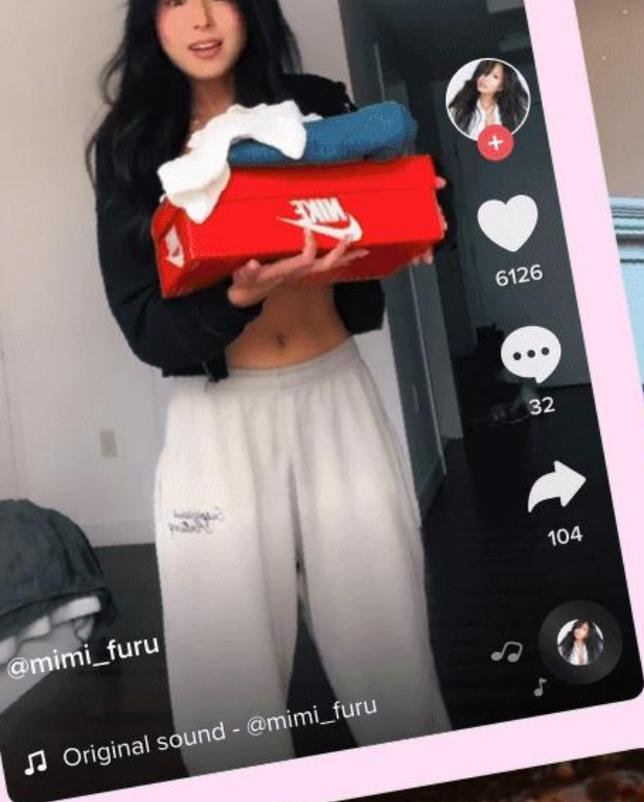
“We zijn met het gezin naar Maleisië geweest. Mijn zusje van 14 had namelijk foto’s op Instagram gezien. Ze is behoorlijk druk met haar Insta-profiel en het leek haar ook wel wat om zulke plaatjes te kunnen delen. Na heel wat gezeur is het haar dus nog gelukt ook!”

**Dylan, scholier**

**Jongeren *leven in*  
*een tijd waarin ze*  
**meer beelden** dan  
**ooit verwerken****







 **“THE NEW GOOGLE”**

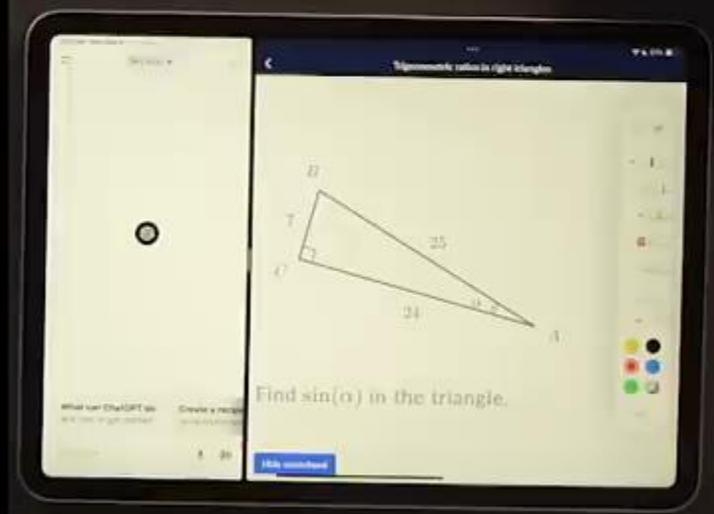
**SEARCH**



A humanoid robot with a black head and white body, standing with its arms outstretched. The robot is positioned in the center of the frame, facing forward. The background is a plain, light-colored wall.

Faster, 11-DoF  
brand-new hands

***Technologie  
gaat snel ...  
heel snel***



# Het begeleiden



van jongeren

GENERATIEMANAGEMENT

2



**Hoe zou jij  
'succes'  
definiëren?**



# 'Succes' ziet er, voor het eerst in generaties, anders uit



Van status en materiele rijkdom naar financiële zekerheid, mentale welzijn en tijd om leuke dingen te doen.



# Steeds meer verschillen op de werkvloer 🙋

**Cultureel** – bijv. achtergrond, maar ook zakelijke etiquette en omgaan met hiërarchie

**Politiek & ideologisch** – bijv. andere gedachten over klimaat, migratie en diversiteit

**Generatie** – bijv. verschillende waarden, voorkeuren op leiderschap, flexibiliteit, etc.

**Organisatorisch** – bijv. verschillende rollen, prioriteiten en doelstellingen



## Cultuur; wat is de norm?

'S avonds laat een appje naar de baas; ok of not done?

Elk jaar een andere baan;  
Teken van ambitie of gebrek aan loyaliteit?

# Generaties op een rij



**BABYBOOMERS**

1941 - 1955



**GEN X**

1956 - 1970



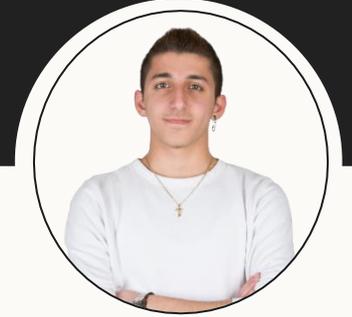
**PRAGMATEN**

1971 - 1985



**MILLENNIALS**

1986 - 2000



**GEN Z**

2001 - 2015

**ANALOOG**

**DIGITAAL**

**PROFIT & POWER**

**PURPOSE & PLEASURE**

**2%**  
**DE NIEUWE**  
**OUDEREN**

**28%**  
**DE NIEUWE**  
**SENIORS**

**32%**  
**DE NIEUWE**  
**LEIDERS**

**33%**  
**DE NIEUWE**  
**MEDIORS**

**5%**  
**DE NIEUWE**  
**JUNIORS**



**BABYBOOMERS**



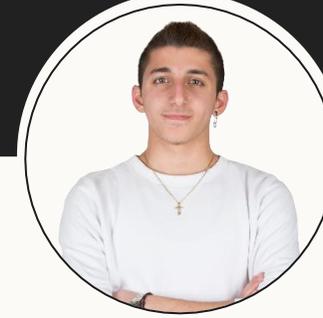
**GEN X**



**PRAGMATEN**



**MILLENNIALS**



**GEN Z**

**ANALOOG**

**DIGITAAL**

**PROFIT & POWER**

**PURPOSE & PLEASURE**

**Na-oorlogse jaren,  
wederopbouw**

**Autoritair systeem,  
jeugdwerkloosheid**

**Kapitalisme,  
neo-liberalisme**

**Individualisering,  
globalisering,  
digitalisering**

**Geopolitieke onrust,  
meerdere crisis**

*Schoenmaker blijf  
bij je leest*

*Samen sterk en  
schouders eronder*

*Zaakjes voor mekaar*

*YOLO*

*#woke*



## BABYBOOMERS



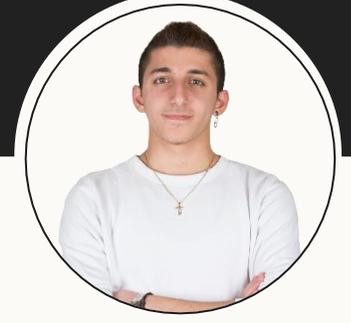
## GEN X



## PRAGMATEN



## MILLENNIALS



## GEN Z

ANALOOG

DIGITAAL

PROFIT & POWER

PURPOSE & PLEASURE

### Werkwaarden

Hiërarchie  
Formeel

### Werkwaarden

Loyaliteit  
Samenwerken

### Werkwaarden

Groei  
Resultaat

### Werkwaarden

Fun & impact  
Ontwikkeling

### Werkwaarden

Impact  
Ondernemerschap

### Kracht & valkuil

+ Vrije moraal  
- Bureaucratisch

### Kracht & valkuil

+ Verbindend  
- Behoudend

### Kracht & valkuil

+ Daadkrachtig  
- Opportunistisch

### Kracht & valkuil

+ Kritisch & creatief  
- Hoge verwachtingen

### Kracht & valkuil

+ Bewust & serieus  
- Kwetsbaar

### Visie

'Baan voor leven'

### Visie

'Expert worden'

### Visie

'Omhoog klimmen'

### Visie

'Flexibel carrière pad'

### Visie

'Toekomstgericht'

# Fixed

Ratio, stevigheid, moeten, lineair, controle, vasthouden,  
structuur, binair

# - Ik

Individualisme  
Maakbaarheid  
Autonomie  
Vrijheid  
Genot en geluk

# Samen

Loyaliteit  
Overgave  
Collectivisme  
Plichten  
Goed doen

# Fluide

Emotie, souplesse, kunnen, loslaten, organisch, veranderen,  
chaos, non-binair

**Fixed**



**Pragmaten**

‘Ze willen meer diepgang’

‘Work hard, play hard’



**Gen x**

‘Ze willen duurzaam  
inzetbaar blijven’

‘Niet lullen, maar poetsen’

**Samen**

**- Ik**



**Millennials**

‘Ze willen meer zekerheid en  
vrijheid’

#YOLO



**Gen z**

‘Ze willen meer stabiliteit en  
verandering’

#WOKE

**Fluide**

# Fixed

## Manier van communiceren

- Aandacht voor proces en relatie
- Achtergrond- en contextinformatie
- Toon respect en waardering
- Wees voorbereid
- Afspraak = afspraak



duurzaam

blijven'

en, maar poetsen'

- Ik

Samen

## Manier van communiceren

- Eerlijk en informeel
- Verkoop geen bullshit
- Mensgericht en inspirerend
- Dynamisch en interactief
- Feedback, ruimte en invloed



meer stabiliteit en

ng'

# Mag het fijn, leuk en gezellig als je blieft?

1

**Leuke collega's**

2

**Een fijne werksfeer**

3

**Leuke projecten en klanten**

4

**Autonomie: vrijheid in werk**

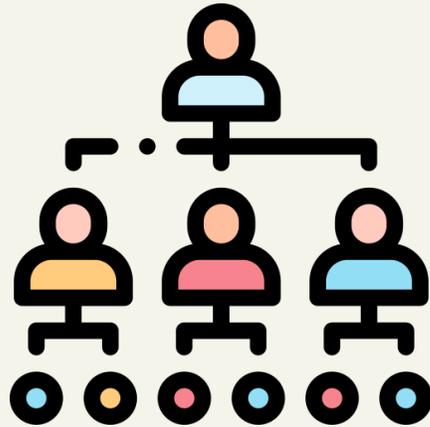
5

**Ontwikkeling & betekenis**

Deze jongste generatie medewerkers is kritischer dan ooit in de keuze voor een werkgever.

- Werk moet aansluiten bij hun persoonlijke drijfveren en identiteit = **Gig-mentaliteit**
- Ze zijn een stuk individualistischer ingesteld: meer vrijheid bij persoonlijke groei en de balans tussen werk en privé.
- Het geloof dat het wel goed gaat komen, mede door krapte op de arbeidsmarkt. = **Maakbaarheid**
- **Mentaal welzijn en financiële zekerheid**

## Hiërarchie



*“Ik pas mijn levensstijl  
aan op mijn werk.”*

VS

## Netwerk



*“Het werk(ritme) moet  
aansluiten bij mijn levensstijl.”*

Het is goed om eerst de nadruk te leggen op belangrijke aspecten als financiële zekerheid en kansen om nieuwe dingen te leren.

**Plezier zorgt voor verbinding en ontwikkeling. Dit ontstaat wanneer het samenwerken en de relatie met collega's centraal staat.**

A group of diverse young people, including men and women of various ethnicities, are shown from the chest up. They are all looking directly at the camera with neutral to serious expressions. The lighting is somewhat dim, creating a focused and professional atmosphere. The group is composed of approximately 10-12 individuals, with some in the foreground and others slightly behind.

“Ik hecht veel waarde aan samenwerking en geloof dat hiërarchie dit in de weg staat. Natuurlijk heeft een groep een leider/voorzitter nodig, maar dit is voor mij simpelweg een ‘taak’ binnen de groep. Niet iets dat extra aanzien met zich mee hoort te brengen. Dit aanzien kan wel komen omdat de persoon het verdient.”

# Een baan waar IK centraal sta



# Praat gewoon met me

**1 Zich open en benaderbaar opstelt**

**2 Mij coacht, inspireert En motiveert**

**3 Mij rugdekking geeft bij moeilijke situaties**

**4 Zich gelijkwaardig Opstelt als mens**

**5 Een cultuur creëert waarin Ik fouten mag maken**

Een leidinggevende als coach:

- Wederzijdse leermomenten, het liefst elke maand.
- Ze willen een muurtje om tegen aan te leunen, maar geen muur om tegenop te kijken.
- Je hoeft geen Martin Luther King te worden, maar geef het goede voorbeeld; iemand die laat zien hoe het moet, iemand die zich af en toe kwetsbaar opstelt.



## **Wat kan jong van oud leren**

Organisatiesensitiviteit

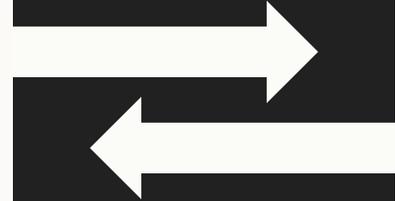
Energiemanagement

Frustratietolerantie

Realistische verwachtingen

Discipline, geduld en volharding

Representatief optreden



## **Wat kan oud van jong leren**

Authenticiteit en spontaniteit

Transparantie

Creativiteit en innovativiteit

Technologische kennis

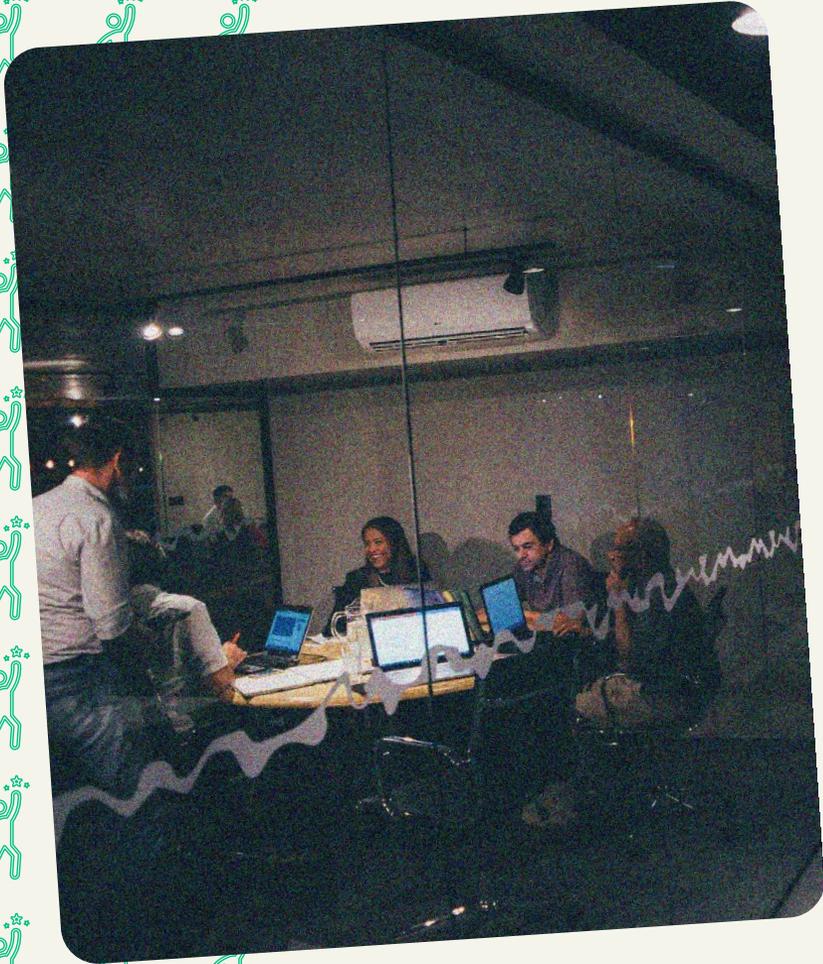
Multi-inzetbaarheid

Ondernemerschap

# Startersbingo

Hoe zorg jij ervoor dat nieuwe collega's zich snel thuis voelen en effectief aan de slag kunnen?

Vooraf stuur ik informatie op over hoe de <b>eerste werkdag</b> eruitziet en hoe het geregeld is qua koffie/thee en lunch.	Ik zorg voor een <b>warm welkom</b> op de eerste dag. Er staat iemand klaar om de starter op te vangen en op weg te helpen.	Ik plan <b>kennismakings-gesprekjes</b> in met een aantal directe collega's.
Ik plan een <b>persoonlijke kennismaking</b> in met leden van de directie/het management	We geven een <b>rondleiding</b> door de organisatie of over de afdeling.	(Voor grotere organisaties) We delen een <b>plattegrond</b> van het gebouw.
We wijzen de starter een <b>buddy</b> toe, iemand op de werkvloer bij wie ze laagdrempelig terecht kunnen met vragen.	We maken de starter wegwijs in alle <b>procedures en regels</b> , met aan handboek of app waar alles terug te vinden is.	We nemen de starter mee in de <b>visie en missie</b> van onze organisatie.
We lichten de <b>bedrijfs-cultuur</b> toe: hoe gaan we hier met elkaar om? Wat vinden we belangrijk in het informele contact?	We maken <b>duidelijke afspraken</b> over de begeleiding en waar de starter terecht kan met vragen	..... ..... .....
We verduidelijken vooraf de <b>'dresscode'</b> : welke kledingstijl is wel of niet gepast op de werkvloer?	We plannen standaard een <b>feedbackmoment</b> in na de eerste week: Hoe is het gegaan? Wat heb je nodig?	..... ..... .....



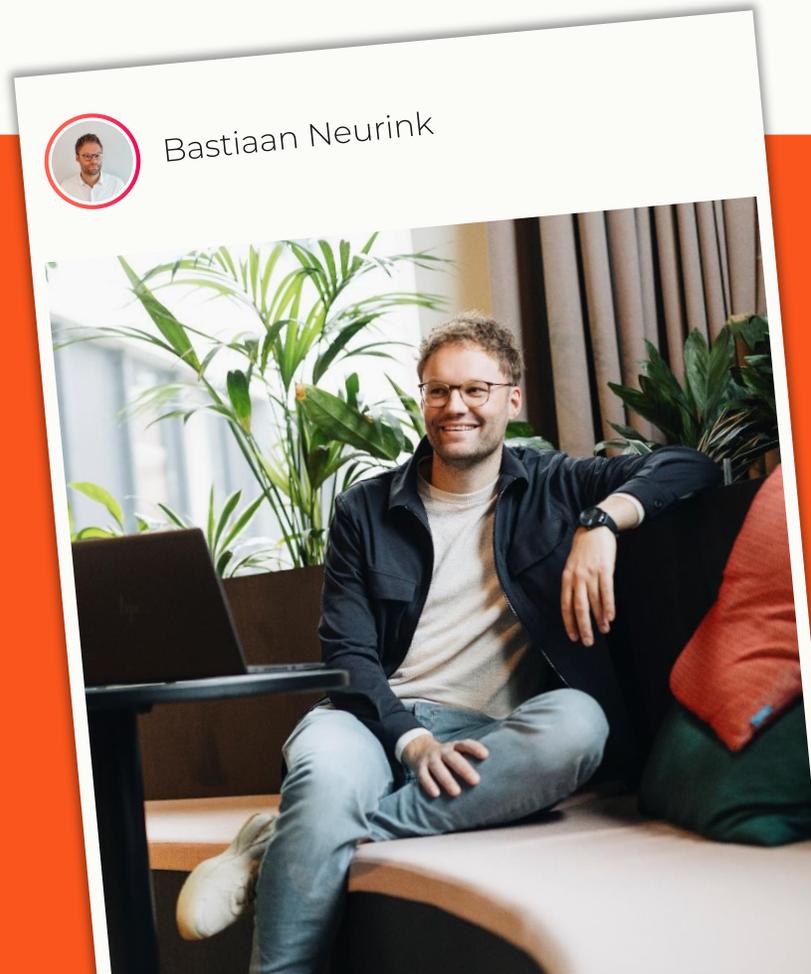
## Alle generaties ...

- willen **respect**, maar vullen het anders in
- willen **goed leiderschap**, maar gaan anders om met hiërarchie
- zoeken **balans in werk & privé**, maar vinden een ander evenwichtspunt
- willen **leren en ontwikkelen**, maar anders
- zijn **loyaal**, maar vullen loyaliteit anders in

# Meer weten?



Psst....  
Give me a call  
so we can talk about it



**Wij zorgen ervoor  
dat jouw merk in beeld  
komt bij jongeren**

[bastiaan@eddyfreddy.nl](mailto:bastiaan@eddyfreddy.nl)

06 12 87 11 48