

Gen Z wil niet minder werken, maar beter werk

Flexer, onderdeel van de Umani Group, is een challenger in de markt van uitzendarbeid.

Herkenrodesingel 8D 2.01 3500 Hasselt - 011 140 954 info@flexer.be - www.flexer.be

Erkenningsnummer: VG 2244/UP

In het kort

Over Gen Z bestaan veel clichés. Ze zouden minder loyaal zijn, vooral flexibiliteit willen en minder bereid zijn om hard te werken. De enquête bij 270 UCLL bachelor studenten toont een ander beeld. Deze jongeren zoeken in veel opzichten wat vorige generaties ook zochten: een correct loon, fijne collega's, groeikansen, werkzekerheid en respect. Het verschil zit vooral in hoe duidelijk ze die verwachtingen benoemen.

Rode draad

Gen Z wil niet minder werken, maar beter werk: in balans, menselijk en toekomstgericht.

99% **heeft al werkervaring** studentenjob en/of stage	**83%** **kiest zekerheid** vast contract boven meer flexibiliteit	**95%** **vindt fijne collega's belangrijk** als een van meest belangrijke factoren binnen keuze van job

1. Waarom deze whitepaper?

Ook al koelt de arbeidsmarkt momenteel een beetje af, toch zijn er nog steeds veel werkgevers die op zoek zijn naar nieuwe medewerkers. Hierin vormen de zgn. startersjobs nog steeds een belangrijk aandeel. Men is dus zeker nog op zoek naar jonge mensen, maar weten niet altijd wat jonge starters vandaag verwachten. Tegelijk wordt over Gen Z vaak gesproken in slogans: ze zouden minder willen werken, minder loyaal zijn of vooral thuiswerk eisen. Deze whitepaper vertrekt niet vanuit dat cliché, maar vanuit data.

Op de vraag: "Wat is volgens jou de grootste misopvatting van werkgevers over jouw generatie?" antwoord 115 van de 270 respondenten dat Gen Z lui zou zijn. Andere antwoorden die veel voorkwamen waren respectievelijk: veel loon willen voor weinig werk, voor alles AI gebruiken, niet zelfstandig kunnen werken & niet loyaal zijn.

Aanvullend werd de inhoud getoetst aan de inzichten uit de **Millennial Board** van de Umani Group. Deze 'board' die bestond uit jonge mensen van de doelgroep fungeerde als denktank, focusgroep, adviserend orgaan, in het analyseren, definiëren en testen van "werkbemiddeling & werkgeverschap" naar een aankomende generatie van jonge starters op de arbeidsmarkt.

> ***Respondentquote uit de bevraging:*** *"De grootste misopvatting is dat Gen Z lui is. Eigenlijk willen we wel werken, maar met duidelijke communicatie, respect en een goede balans."*

2. Wie antwoordde op de enquête?

De respondenten zijn laatstejaarsstudenten die dicht bij de arbeidsmarkt staan. Het overgrote deel van de respondenten zit in het derde jaar. De grootste groep komt uit KMO & Ondernemen, gevolgd door Accountancy/Finance, Rechtspraktijk en Marketing. Belangrijker nog: bijna iedereen heeft al een eerste ervaring met werk.

Werkervaring	Aantal	Aandeel
Studentenjob + stage	172	63,9%
Alleen studentenjob	83	30,9%
Alleen stage	11	4,1%
Geen werkervaring	3	1,1%

Dat maakt de antwoorden interessanter. De studenten spreken niet alleen over werk als idee, maar ook vanuit eerste ervaringen met collega's, leidinggevenden, feedback, werkdruk en sfeer.

3. Gen Z is niet minder ambitieus.

Het beeld van een generatie die weinig verantwoordelijkheid wil opnemen, houdt moeilijk stand. 81,5% scoort hoog op de stelling dat ze bereid zijn hard te werken voor snelle carrièregroei. 89,3% vindt doorgroeimogelijkheden belangrijk. En 66,3% kiest zelfs voor veel promotiemogelijkheden met hogere werkdruk boven een rustigere job met minder groei.

> ***Respondentquote uit de bevraging:*** *"Ik ben zelf bereid om keihard te werken, maar dan wel in de juiste werkcultuur."*

De nuance is belangrijk: deze jongeren wijzen ambitie niet af. Ze willen alleen dat ambitie gepaard gaat met duidelijke kansen, begeleiding en erkenning.

4. Zekerheid blijft verrassend belangrijk.

Flexibiliteit is belangrijk, maar niet allesbepalend. In een gedwongen keuze kiest 83,3% voor een vast contract en zekerheid boven meer flexibiliteit met minder zekerheid. 79,3% kiest voor een gekend, stabiel bedrijf boven een risicovolle start-up.

Keuze	Aandeel
Vast contract + zekerheid boven meer flexibiliteit	83,3%
Gekend, stabiel bedrijf boven start-up	79,3%
Werkzekerheid belangrijk	79,3% score 4-5/5
Duidelijke structuur belangrijk	88,2% score 4-5/5

> ***Respondentquote uit de bevraging:*** *"Soms denken werkgevers dat jongeren alleen maar flexibiliteit willen, terwijl veel van ons ook stabiliteit en verantwoordelijkheid belangrijk vinden.*

Dit lijkt sterk op wat ook bij vorige generaties herkenbaar was: jongeren willen een toekomst kunnen opbouwen. Het verschil is dat Gen Z die behoefte explicieter benoemt.

5. Stage maakt verwachtingen concreter.

Een opvallend patroon zit bij studenten die al stage deden. Zij hebben geen totaal andere verwachtingen, maar ze kijken wel concreter naar werk. Hun gewenste of 'faire' nettoloon ligt lager dan bij studenten zonder stage: mediaan 2.350 euro tegenover 2.500 euro. Tegelijk hechten ze iets meer belang aan fijne collega's, work-life balance en stabiliteit.

Groep	Fair loon mediaan	Collega's /5	Work-life /5	Kiest zekerheid
Geen stage	€2.500	4,44	3,91	79,3%
Stage gedaan	€2.350	4,57	4,17	85,2%

Stage lijkt dus een reality check. Wie de werkvloer al van dichtbij zag, kijkt minder alleen naar titel of loon en meer naar dagelijkse werkbaarheid: sfeer, feedback, team en haalbaarheid.

> ***Respondentquote uit de bevraging:*** *"Een fijn team, werkgever die personeel dingen wil bijleren en niet aan hun lot overlaten. Een goede begeleiding en feedback is belangrijk!"*

6. Loon: realistisch, maar ambitieus.

Het verwachte nettoloon voor een eerste job ligt in de enquête op een mediaan van €2.200 en een gemiddelde van €2.230. Die twee liggen dicht bij elkaar, wat erop wijst dat de verwachte lonen vrij consistent zijn. De meeste studenten verwachten dus ongeveer hetzelfde niveau.

Bij het loon dat studenten zelf “fair” vinden, ligt dat anders. Daar bedraagt de mediaan €2.400, maar het gemiddelde €2.555. Dat hogere gemiddelde wijst erop dat enkele hogere antwoorden het gemiddelde optrekken. Daarom is de mediaan hier waarschijnlijk de meest betrouwbare maat, maar het gemiddelde toont wel dat een deel van de studenten duidelijk ambitieuzer mikt.

Gemiddeld ligt het gewenste of faire loon ongeveer €323 netto hoger dan het loon dat studenten effectief verwachten. De mediaan van dat verschil bedraagt €200. Met andere woorden: studenten lijken een onderscheid te maken tussen wat ze realistisch verwachten en wat ze zelf als fair beschouwen.

Richting	Verwacht netto mediaan	Verwacht netto gemiddeld	Fair netto mediaan	Fair netto gemiddelde	Netto-inschatting
KMO & Ondernemen	€2.200	€2.307	€2.500	€2.736	€2.050-€2.250
Accountancy/Finance	€2.200	€2.128	€2.300	€2.295	€2.050-€2.200
Marketing	€2.150	€2.097	€2.300	€2.428	€2.050-€2.200
Rechtspraktijk	€2.100	€2.131	€2.300	€2.325	€2.000-€2.200
Supply Chain	€2.300	€2.242	€2.300	€2.285	€2.100-€2.300
Creative Media	€2.050	€2.108	€2.300	€2.400	€2.000-€2.150

Interpretatie

De verwachte lonen zijn niet wereldvreemd, maar de faire lonen zijn ambitieuzer. Studenten weten ongeveer wat ze kunnen verwachten, maar leggen de lat hoger wanneer ze nadenken over wat zij rechtvaardig vinden.

7. Werksfeer weegt zwaar.

Een van de duidelijkste signalen is het belang van de werkomgeving. Fijne collega's scoren gemiddeld 4,53 op 5. 95,2% geeft dit een 4 of 5. Ook doorgroei, werkzekerheid en work-life balance scoren hoog.

Element eerste job	Gemiddelde	% score 4-5
Fijne collega's	4,53/5	95,2%
Doorgroeimogelijkheden	4,37/5	89,3%
Werkzekerheid	4,09/5	79,3%
Work-life balance	4,09/5	76,7%
Loon	3,97/5	74,4%

Respondentquote uit de bevraging: *"Een werkgever zou mij overtuigen met groeikansen, een goede werksfeer, respect voor werknemers en een eerlijk loon."*

Loon blijft belangrijk, maar het is niet het volledige verhaal. Loon opent de deur; sfeer, respect en groeikansen bepalen of jonge starters zich aangesproken voelen.



8. Solliciteren: digitaal zoeken, menselijk beoordeeld worden.

Jonge starters zoeken werk via moderne kanalen, maar willen niet dat selectie onpersoonlijk wordt. Het eigen netwerk is het grootste eerste zoekkanaal, kort gevolgd door LinkedIn. Tegelijk verkiest 45,9% solliciteren via gesprek.

Onderdeel	Topresultaten
Eerste zoekkanaal	Eigen netwerk 27,0%; LinkedIn 25,6%; Google 16,3%
Sollicitatievoorkeur	Gesprek 45,9%; CV + motivatiebrief 26,3%
Procesverwachting	2 rondes 44,8%; 3 rondes 42,2%; 4 rondes 13,0%
Succesfactor	Persoonlijke gesprekken: 4,71/5; 97,4% score 4-5

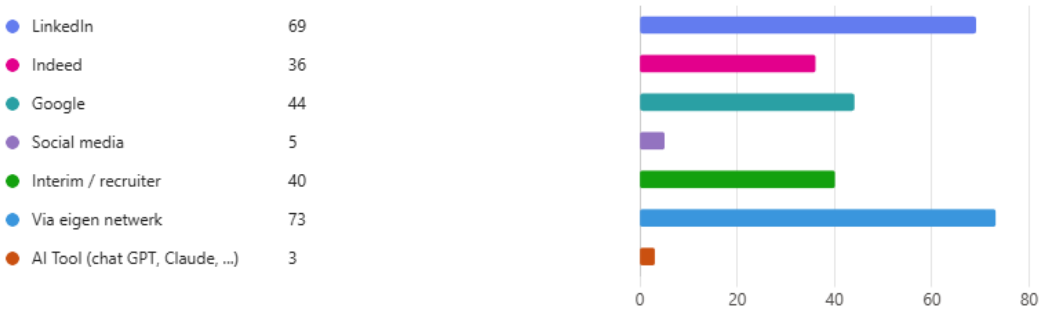
De kern is helder: digitaal vindbaar zijn is belangrijk, maar het gesprek blijft cruciaal. Starters willen kunnen tonen wie ze zijn, wat ze al gedaan hebben en hoe ze op de werkvloer functioneren.

Opvallend is dat slechts 13% een uitgebreid sollicitatieproces verwacht. Een langdurig of onduidelijk traject kan voor jonge starters een drempel vormen.Transparantie over het verloop van het proces verhoogt de kans op topkandidaten.

Respondentquote uit de bevraging: *"ik vind het belangrijk dat kandidaten beoordeeld worden op een menselijke en persoonlijke manier, omdat eigenschappen zoals motivatie, communicatie en persoonlijkheid moeilijk volledig door AI ingeschat kunnen worden."*

Aanvullend inzicht uit de Millennial Board: jonge kandidaten lezen vacatures niet van boven tot onder. Ze scannen eerst op wat voor hen meteen relevant is: takenpakket, locatie, gevraagde ervaring, talenkennis, groeikansen en loon of aanbod. Pas daarna kijken ze naar het bedrijf, cultuur of employer branding.

Dat betekent dat een vacature eerst duidelijk moet maken wat de job inhoudt. Lange intro's, vage omschrijvingen, te veel tekst of te hoge ervaringsvereisten zorgen sneller voor afhakers.





9. Flexibiliteit is belangrijk, maar niet dominant.

De enquête bevestigt dat flexibiliteit telt, maar nuanceert het beeld dat Gen Z vooral volledig remote wil werken. Slechts 3,7% kiest voor volledig remote werken. De grootste groep kiest voor gedeeltelijk thuis of remote werken, maximaal twee vaste dagen.

Voorkeur werkvorm	Aandeel
Gedeeltelijk thuis of remote	56,7%
Kantoor met team	39,6%
Volledig remote	3,7%

Ook hier verschilt Gen Z minder radicaal van andere generaties dan soms wordt gedacht. De vraag is niet 'nooit meer kantoor', maar wel een beter evenwicht en zeker de eerste maanden/ja(a)r(en) intensief op het kantoor om het bedrijf en de collega's goed te leren kennen.

10. AI: praktische vaardigheid, geen volledige vervanger.

AI is voor veel respondenten al een praktische werkvaardigheid. 53,3% zegt AI te kunnen gebruiken om de eigen performantie te verhogen. 34,8% begrijpt standaardtools zoals ChatGPT. Slechts 3,3% is er beperkt of niet mee bezig.

Tegelijk willen studenten niet dat AI het menselijke oordeel volledig vervangt. 84,1% vindt AI-gebruik door werkgevers in sollicitaties aanvaardbaar in bepaalde contexten, maar open antwoorden van de respondenten benadrukken de grenzen.

Respondentquote uit de bevraging: *"voor het opstellen van vacatures of het uitwerken van een takenpakket kan AI gebruikt worden. Natuurlijk heeft de screening zelf wel de menselijke aanraking nodig."*

Aanvullend inzicht uit de Millennial Board: AI is geen onbekend terrein voor jongeren, maar de professionele vertaalslag blijft beperkt. Veel studenten gebruiken AI vandaag vooral voor motivatiebrieven, tekstgeneratie of eenvoudige ondersteuning. Ze hebben minder zicht op de impact van AI op jobs, loopbanen en toekomstige inzetbaarheid.

Voor werkgevers ligt hier een duidelijke opdracht: leer starters niet alleen dát ze AI kunnen gebruiken, maar vooral hoe ze AI-output kritisch controleren, waar de grenzen liggen en hoe AI hun werk beter maakt zonder het menselijke oordeel te vervangen.



11. Wat betekent dit voor werkgevers?

De resultaten wijzen niet op een generatie die werk afwijst. Ze wijzen op een generatie die duidelijker zegt welke voorwaarden nodig zijn om goed te kunnen werken. Werkgevers die jonge starters willen aantrekken en houden, moeten daarom breder kijken dan loon of employer branding.

#	Punt
1	**Maak verwachtingen concreet.** Beschrijf taken, het groeipad, feedbackmomenten en verantwoordelijkheden al bij de aanwerving. 89,3% van de respondenten geeft aan dat doorgroeimogelijkheden belangrijk zijn maar enkel als die ook duidelijk zichtbaar zijn.
2	**Investeer in de eerste leidinggevende.** 97,4% van de studenten benoemt het persoonlijke gesprek als de belangrijkste succesfactor in een sollicitatie. Begeleiding en communicatie bepalen sterk hoe starters werk ervaren ook na de aanwerving.
3	**Bied zekerheid waar mogelijk.** 83,3% kiest een vast contract boven meer flexibiliteit met minder zekerheid. 88,2% vindt een duidelijke structuur belangrijk. Flexibiliteit is welkom, maar niet als die ten koste gaat van stabiliteit.
4	**Houd het sollicitatieproces kort en menselijk.** 87% verwacht maximaal drie rondes. Een langer traject verhoogt het risico dat kandidaten afhaken. Geef ruimte aan het gesprek: studenten willen hun motivatie en ervaring kunnen tonen.
5	**Behandel AI als hulpmiddel, niet als vervanging.** 84,1% vindt AI-gebruik in sollicitaties aanvaardbaar in bepaalde contexten, maar trekt een duidelijke grens bij de menselijke beoordeling. Gebruik AI voor administratieve stappen, niet voor de uiteindelijke selectie.

Aanvullende aanbevelingen uit de Millennial Board

De Millennial Board maakt de aanbevelingen voor werkgevers nog concreter op drie punten.

1. Schrijf **vacatures** eenvoudiger en scanbaarder. Zet takenpakket, must-haves, nice-to-haves, aanbod en sollicitatieproces duidelijk bovenaan. Employer branding werkt pas wanneer de basis van de job helder is.

2. Maak **onboarding** sterker. Voorzie een buddy of mentor, vaste feedbackmomenten en duidelijke doelen voor de eerste 30, 60 en 90 dagen. Starters willen autonomie, maar geen chaos.

3. Investeer in **AI-geletterdheid.** Verwacht niet dat starters vanzelf professioneel AI-vaardig zijn. Voorzie basisopleiding, duidelijke afspraken en concrete toepassingen per functie.

12. Conclusie



De enquête toont vooral dat het beeld van Gen Z bijgestuurd moet worden. Deze jongeren zijn niet massaal op zoek naar minder werk, minder verantwoordelijkheid of volledige vrijheid. Ze zoeken in veel opzichten wat andere generaties ook zochten: een correct loon, fijne collega's, groeikansen, werkzekerheid en respect.

Wat wel opvalt, is dat ze deze verwachtingen duidelijker benoemen. Ze willen hard werken, maar niet in een omgeving waar communicatie vaag is, begeleiding ontbreekt of werkdruk vanzelfsprekend wordt. Ze willen flexibiliteit, maar niet ten koste van zekerheid. Ze willen groeien, maar wel binnen een werkcultuur waarin ze zich gewaardeerd voelen.

Kernconclusie

Gen Z is geen luie generatie, maar een realistische generatie. Ze wil niet minder werken, maar beter werk.