

Een praktisch artikel voor docenten, stagebegeleiders en praktijkopleiders

Generatie Z (geboren tussen circa 2000 en 2015*) vormt inmiddels de grootste groep studenten in het mbo en zet massaal de stap naar de arbeidsmarkt. Deze generatie is opgegroeid in een wereld van voortdurende digitale verbinding, bewuste opvoeding en snelle maatschappelijke veranderingen. Ze zijn niet ongemotiveerd, niet zwakker en niet veeleisender dan eerdere generaties; ze zijn anders gemotiveerd.

Dit artikel combineert:

- de generatietheorie van Aart Bontekoning,
- het Generatie Z-onderzoek van ABN AMRO onder praktisch opgeleide jongeren,
- en het mbo-onderzoek en praktijkervaring van Marloes Janknegt.

Samen geven deze inzichten antwoord op één centrale vraag: *Hoe motiveer je Generatie Z in onderwijs en praktijk?*

1. Begrijp wie Generatie Z écht is

Volgens sociaal psycholoog Aart Bontekoning is Generatie Z bewuster, procesgerichter en gelijkwaardiger ingesteld dan eerdere generaties. Ze kijken minder naar status of hiërarchie en meer naar bijdrage, betekenis en echtheid.

Wat bijdraagt aan de leerenergie van Generatie Z:

- Ze stellen graag de waarom-vraag.
- Ze hebben behoefte aan uitleg, transparantie en persoonlijke ontwikkeling.
- Ze willen meedenken over het proces.
- Congruent gedrag ("zeggen = doen").

Ze zijn opgegroeid met dialoog, gelijkwaardigheid, feedback en keuzevrijheid. Daardoor zijn ze geneigd niet automatisch te volgen, maar eerst te begrijpen.

Het ABN AMRO-onderzoek onder praktisch opgeleide Generatie Z'ers laat zien dat deze houding concreet doorwerkt in hun verwachtingen van school en werk. Zij worden vooral gemotiveerd door:

- zekerheid en duidelijkheid (vast contract, heldere afspraken),
- eerlijk en concreet salaris,
- een professionele werkomgeving met goed materiaal,
- respectvolle communicatie,
- ervaren begeleiders die hen meenemen in het vak.

Uit het onderzoek met mbo-studenten van Marloes Janknegt blijkt dat de relatie met de begeleider een grote energiegever is. Studenten geven aan dat zij vooral leren en zich inzetten wanneer zij zich gezien, serieus genomen en ondersteund voelen door iemand die deskundig én mensgericht is.

Praktisch: leerenergie begint niet bij de lesinhoud of opdracht, maar bij het contact.

Daarnaast bestaat binnen het mbo een verschil tussen de bol (beroepsopleidende leerweg) en bbl (beroepsbegeleidende leerweg) route. Het verschil tussen bol- en bbl-studenten heeft directe invloed op hun leerenergie. Bbl-studenten werken al tijdens hun opleiding, ontvangen salaris en ervaren dagelijks de relevantie van wat zij leren. Voor hen wordt zingeving en praktijkkoppeling vaak direct geactiveerd en zien zij gelijk het effect. Bol-studenten bevinden zich vaker nog volledig in een leercontext, waarbij de verbinding tussen theorie en praktijk expliciet gemaakt moet worden om leerenergie vast te houden. Effectieve leerenergie vraagt daarom om een aanpak die rekening houdt met deze verschillen in context, verantwoordelijkheid en ervaren betekenis.

2. Opvoeding en tijdsgeest: de oorsprong van hun leerenergie

De leerenergie van Generatie Z is sterk verbonden met hun opvoeding. Veel van hen zijn opgegroeid bij pragmatische ouders (geboren tussen 1970 – 1985) die:

- veel uitleg gaven,
- feedback serieus namen,
- grenzen stelden zonder harde hiërarchie,
- kinderen als gelijkwaardig mens benaderden,
- verantwoordelijkheid leerden nemen binnen duidelijke rollen,
- hun gevoel serieus namen en benoemden.

Hierdoor leerden Generatie Z'ers al jong:

- procesmatig denken,
- dat openheid en eerlijkheid belangrijk zijn,
- hun gevoel serieus nemen,
- willen begrijpen waarom iets gebeurt.

In combinatie met een digitale tijdsgeest, snelle prikkels, directe feedback en zichtbare resultaten, verklaart dit waarom zij weinig geduld hebben voor onduidelijke opdrachten, lange monologen of abstracte uitleg zonder toepassing. Dit nemen zij mee naar de werkvloer en naar de klas en vormt de basis voor hoe zij graag willen werken.

3. De motivatiekern van Generatie Z: zingeving, relatie en invloed

De combinatie van opvoeding, tijdsgeest, leefomgeving, persoonlijke waarden en opleidingscontext vormt het referentiekader waarmee jongeren vandaag de dag leren, werken en keuzes maken. In de volgende paragraaf zoomen we daarom in op wat hen daadwerkelijk motiveert: de kernwaarden en ontwerpprincipes die hun leerenergie activeren.

Uit tientallen onderzoeken die Aart Bontekoning en Laura Bas (generatie-expert) hebben uitgevoerd in onderwijs en organisaties, in combinatie met het onderzoek van Marloes Janknegt bij het ROC van Twente, komt een consistent beeld naar voren: Generatie Z wordt gedreven door drie samenhangende factoren.

3.1 Zingeving – de waarom-vraag staat centraal

Generatie Z stelt vaker dan eerdere generaties de vraag: “Waarom doen we dit?” Niet uit weerstand, maar vanuit hun opvoeding en tijdsgeest: ze zijn gewend dat keuzes worden uitgelegd. Ze willen weten waarom ze de dingen doen.

In het mbo zien we dit dagelijks terug. Studenten raken gemotiveerd wanneer:

- duidelijk is wat een opdracht hen oplevert,
- de koppeling met praktijk of beroep zichtbaar is,
- ze begrijpen waarom aanwezigheid, inzet of een bepaalde werkvorm nodig is.

Blijft die koppeling vaag, dan haken ze mentaal af, ook al zijn ze fysiek aanwezig. Ze willen graag gewaardeerd worden en complimenten werken voor hen motiverend.

3.2 Relatie – persoonlijk contact is een randvoorwaarde

Voor Generatie Z is persoonlijk contact geen extraatje, maar een voorwaarde om te willen leren en samenwerken. Een eenvoudige, oprechte vraag als “Hoe gaat het met je?” heeft aantoonbaar effect op hun inzet. In hun opvoeding krijgen ze van hun opvoeders ook regelmatig deze vraag. Oprechte interesse in gevoelens en in de mens zelf. Collega's spelen hierin een belangrijke rol en zijn een belangrijke motivator voor deze generatie. Verbondenheid met hun omgeving is essentieel.

Onderzoek van Marloes Janknegt laat zien dat studenten leerenergie krijgen van begeleiders die:

- benaderbaar en authentiek zijn,
- interesse tonen in hen als mens,
- afspraken nakomen,
- fouten benaderen als leermomenten.

Lessen of begeleiding die uitsluitend op inhoud zijn gericht, zonder menselijke aandacht, kosten energie.

3.3 Invloed – echt mee mogen doen

Generatie Z heeft behoefte aan invloed, maar geen schijninspraak. Ze voelen feilloos aan of hun mening daadwerkelijk effect heeft. Dat is logisch, want ze zijn opgegroeid met ouders die uitleg geven, keuzes laten maken en verantwoordelijkheid leren nemen. Daardoor verwachten ze dat hun inbreng serieus wordt genomen en concreet iets oplevert.

Ze krijgen energie van:

- meedenken over hoe doelen worden bereikt,
- verantwoordelijkheid dragen binnen duidelijke kaders,
- zien dat feedback serieus wordt genomen.

Wanneer hun input geen gevolg heeft, ontstaat frustratie: “Waarom vraag je mijn mening als er toch niets mee gebeurt?”

4. Wat motiveert Generatie Z in de praktijk?

Generatie Z krijgt geen energie van harder, maar van slimmer werken. Ze kiezen bewust hoe ze hun tijd en energie inzetten, gebruiken technologie om effectiever te zijn en leren van ervaringen om het proces te verbeteren. Binnen duidelijke kaders mogen ze zelf bepalen hoe ze doelen bereiken. Dit verklaart waarom korte, praktische instructies en directe feedback zo goed werken: ze willen resultaat zien, energie behouden en continu leren.

4.1 Structuur én autonomie

Generatie Z floreert bij begrensde vrijheid:

- doelen zijn helder,
- verwachtingen zijn concreet,
- kaders zijn duidelijk,
- binnen die kaders mogen zij zelf kiezen hoe ze het aanpakken.

Kort uitleggen, daarna doen, werkt beter dan lange instructies.

4.2 Praktijk, actie en tastbaar resultaat

Zeker in het mbo leert Generatie Z vooral door te doen. Motiverend werkt:

- snel echt werk mogen doen,
- zicht hebben op een concreet eindproduct,
- korte oefenmomenten,
- feedback tijdens het proces.

Trots op wat ze maken of doen is een sterke motor.

4.3 Afwisseling en energie

Eentonigheid is een grote energielek. Effectief is:

- korte uitleg (max. 10 minuten),
- afwisseling tussen denken, doen en samenwerken,
- ruimte voor beweging en pauzes.

5. De kracht van de groep

Voor Generatie Z spelen mensen waarmee zij zich omringen een bijzondere rol in hun leerenergie. Door hun opvoeding, gericht op uitleg, gelijkwaardigheid en gezamenlijke besluitvorming, zien zij de klas of collega's in een werkomgeving (hierna genoemd als groep) als een sociale leeromgeving waar veiligheid, motivatie en betekenis ontstaan. De groep is voor hen het fundament: een plek waar hun stem gehoord wordt, waar zij samen betekenis geven en waar samenwerking vanzelfsprekend is.

Wanneer de groep veilig is, duidelijke kaders heeft, hen het gevoel geeft dat ze gezien worden en ruimte biedt voor invloed, wordt zij een motor voor leerenergie: studenten durven meer, activeren elkaar, denken mee en creëren gezamenlijke vooruitgang.

Binnen een stage- of werkomgeving kan het groepsproces worden versterkt door peer learning bewust in te zetten. Door deelnemers met elkaar te laten werken aan gezamenlijke doelen, ontstaat een leeromgeving waarin zij niet alleen van de begeleider leren, maar vooral van en met elkaar. Iedereen krijgt hierbij een duidelijke opdracht en verantwoordelijkheid, waardoor structuur en overzicht behouden blijven.

Door met de groep te werken in plaats van voor de groep, wordt ruimte gecreëerd voor dialoog, ervaringsuitwisseling en gezamenlijke reflectie. Studenten brengen hun eigen praktijkervaringen in en leren deze te verbinden aan die van anderen. Dit vergroot het gevoel van veiligheid, betrokkenheid en eigenaarschap binnen de groep.

6. Tot slot: zie Generatie Z als onderwijsvernieuwers

Generatie Z weerspiegelt de wereld waarin zij opgroeien. Ze zijn digitaal verbonden, bewust opgevoed en opgegroeid in een maatschappij vol verandering. Daardoor verwachten ze snelle feedback, transparantie en duidelijke kaders.

Ze laten zien wat er nu speelt in de maatschappij: ze stellen grenzen, zoeken betekenis in school en werk, zijn kritisch op systemen en willen meedenken over verbetering. Generatie Z is geen afwijking van eerdere generaties, maar een spiegel van hun tijd: digitaal, bewust, flexibel en resultaatgericht. Wie dit begrijpt, kan beter aansluiten bij hun motivatie en leerenergie.

Generatie Z brengt organisatie en onderwijs vernieuwing, digitale vaardigheid en efficiëntie. Ze denken kritisch, zoeken voortdurend naar verbeteringen en werken resultaatgericht binnen duidelijke kaders. Hun behoefte aan zingeving vertaalt zich in maatschappelijke betrokkenheid en innovatie, terwijl hun focus op samenwerking en groepsdynamiek teamenergie en kennisdeling versterkt. Wie hun talenten benut, haalt motivatie, frisse ideeën en duurzame prestaties binnen de organisatie.

Wie nieuwsgierig blijft naar wat zij meebrengen en bereid is begeleiding daarop af te stemmen, oogst betrokken, lerende en loyale jongeren.

Kernsamenvatting voor begeleiders

- Maak nut zichtbaar.
- Begin bij relatie.
- Geef echte invloed.
- Combineer structuur met autonomie.
- Werk praktisch en concreet.
- Zie afhaken als een signaal, geen probleem.

Over Marloes Janknegt

Marloes Janknegt is Generatiedeskundige bij het ROC van Twente. Vanuit haar werk en een eigen onderzoek naar de leerenergie van Generatie Z onder zes klassen en zeventig mbo-studenten, gecombineerd met de theorie en het generatiewerk van Aart Bontekoning, heeft zij haar bevindingen over wat Generatie Z motiveert samengevat. In haar dagelijkse praktijk bouwt zij de brug tussen onderwijs en arbeidsmarkt via workshops, inspiratiesessies en een door haar ontwikkeld generatiespel: haar collega-

loopbaancoaches zetten dit spel in bij studenten, terwijl Marloes Janknegt het gebruikt op de werkvloer en met docenten. Daarnaast geeft zij samen met haar collega-loopbaancoaches vorm aan de nazorgopdracht van het mbo bij ROC van Twente: verlengde loopbaanbegeleiding voor oud-studenten tot één jaar na diplomering om de overstap naar de arbeidsmarkt te vergemakkelijken.

Bronnen

- Janknegt, M. – Onderzoek leerenergie generatie Z in het mbo.
- Bas, L. – GenZclopedia.
- Bontekoning, A. – Nieuwe Generaties in Organisaties, over sociale vooruitgang.
- ABN AMRO – Generatie Z in het werkveld: motivatie en werkplezier.

**Voor dit artikel is gekeken naar jongeren die in Nederland zijn opgegroeid en vertrouwd zijn met de Nederlandse cultuur, normen en waarden.*