

# Samenwerken over generaties

8 februari 2024

**Stuifkracht**



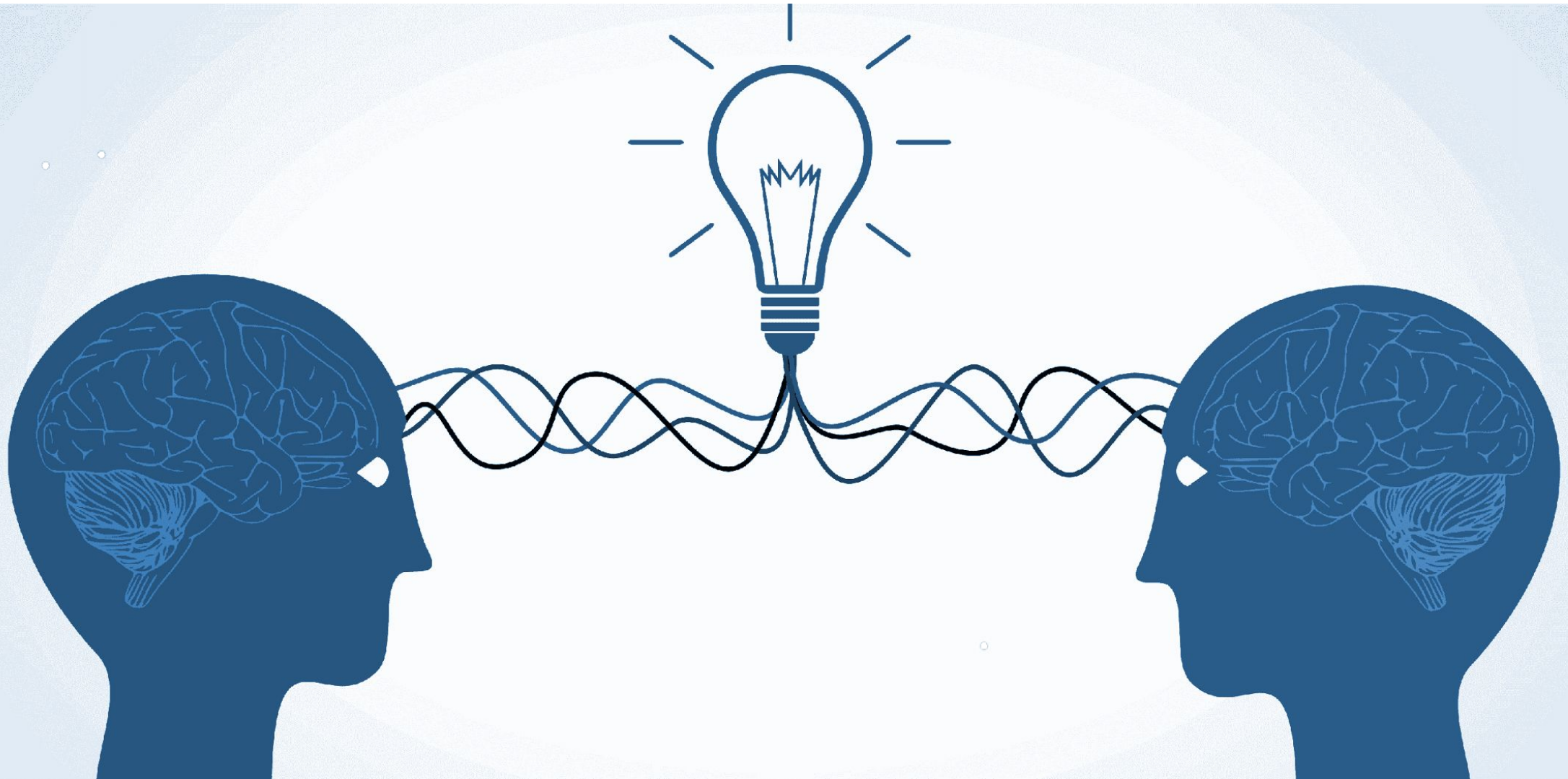
**Wie ben je (organisatie en rol)?**

**Waarom ben je er vandaag?**

**Wanneer ga je tevreden naar huis?**



**We moeten elkaar als mensen leren begrijpen!**





ADJUST FREEZER TEMP  
COLDER WARMER  
4  
° F IS RECOMMENDED

ADJUST REFRIGERATOR TEMP  
37  
° F IS RECOMMENDED  
COLDER WARMER  
TurboCool



DELIFRESH



# What's Your Personality Type?

Use the questions on the outside of the chart to determine the four letters of your Myers-Briggs type. For each pair of letters, choose the side that seems most natural to you, even if you don't agree with every description.

## 1. Are you outwardly or inwardly focused? If you:

- Could be described as talkative, outgoing
- Like to be in a fast-paced environment
- Tend to work out ideas with others, think out loud
- Enjoy being the center of attention

then you prefer

**E**

Extraversion

- Could be described as reserved, private
- Prefer a slower pace with time for contemplation
- Tend to think things through inside your head
- Would rather observe than be the center of attention

then you prefer

**I**

Introversion

## 2. How do you prefer to take in information? If you:

- Focus on the reality of how things are
- Pay attention to concrete facts and details
- Prefer ideas that have practical applications
- Like to describe things in a specific, literal way

then you prefer

**S**

Sensing

- Imagine the possibilities of how things could be
- Notice the big picture, see how everything connects
- Enjoy ideas and concepts for their own sake
- Like to describe things in a figurative, poetic way

then you prefer

**N**

Intuition

**ISTJ**

Responsible, sincere, analytical, reserved, realistic, systematic. Hardworking and trustworthy with sound practical judgment.

**ISFJ**

Warm, considerate, gentle, responsible, pragmatic, thorough. Devoted caretakers who enjoy being helpful to others.

**INFJ**

Idealistic, organized, insightful, dependable, compassionate, gentle. Seek harmony and cooperation, enjoy intellectual stimulation.

**INTJ**

Innovative, independent, strategic, logical, reserved, insightful. Driven by their own original ideas to achieve improvements.

**ISTP**

Action-oriented, logical, analytical, spontaneous, reserved, independent. Enjoy adventure, skilled at understanding how mechanical things work.

**ISFP**

Gentle, sensitive, nurturing, helpful, flexible, realistic. Seek to create a personal environment that is both beautiful and practical.

**INFP**

Sensitive, creative, idealistic, perceptive, caring, loyal. Value inner harmony and personal growth, focus on dreams and possibilities.

**INTP**

Intellectual, logical, precise, reserved, flexible, imaginative. Original thinkers who enjoy speculation and creative problem solving.

**ESTP**

Outgoing, realistic, action-oriented, curious, versatile, spontaneous. Pragmatic problem solvers and skillful negotiators.

**ESFP**

Playful, enthusiastic, friendly, spontaneous, tactful, flexible. Have strong common sense, enjoy helping people in tangible ways.

**ENFP**

Enthusiastic, creative, spontaneous, optimistic, supportive, playful. Value inspiration, enjoy starting new projects, see potential in others.

**ENTP**

Inventive, enthusiastic, strategic, enterprising, inquisitive, versatile. Enjoy new ideas and challenges, value inspiration.

**ESTJ**

Efficient, outgoing, analytical, systematic, dependable, realistic. Like to run the show and get things done in an orderly fashion.

**ESFJ**

Friendly, outgoing, reliable, conscientious, organized, practical. Seek to be helpful and please others, enjoy being active and productive.

**ENFJ**

Caring, enthusiastic, idealistic, organized, diplomatic, responsible. Skilled communicators who value connection with people.

**ENTJ**

Strategic, logical, efficient, outgoing, ambitious, independent. Effective organizers of people and long-range planners.

## 3. How do you prefer to make decisions? If you:

- Make decisions in an impersonal way, using logical reasoning
- Value justice, fairness
- Enjoy finding the flaws in an argument
- Could be described as reasonable, level-headed

then you prefer

**T**

Thinking

- Base your decisions on personal values and how your actions affect others
- Value harmony, forgiveness
- Like to please others and point out the best in people
- Could be described as warm, empathetic

then you prefer

**F**

Feeling

## 4. How do you prefer to live your outer life? If you:

- Prefer to have matters settled
- Think rules and deadlines should be respected
- Prefer to have detailed, step-by-step instructions
- Make plans, want to know what you're getting into

then you prefer

**J**

Judging

- Prefer to leave your options open
- See rules and deadlines as flexible
- Like to improvise and make things up as you go
- Are spontaneous, enjoy surprises and new situations

then you prefer

**P**

Perceiving



**OP EEN GOEDE DAG...**

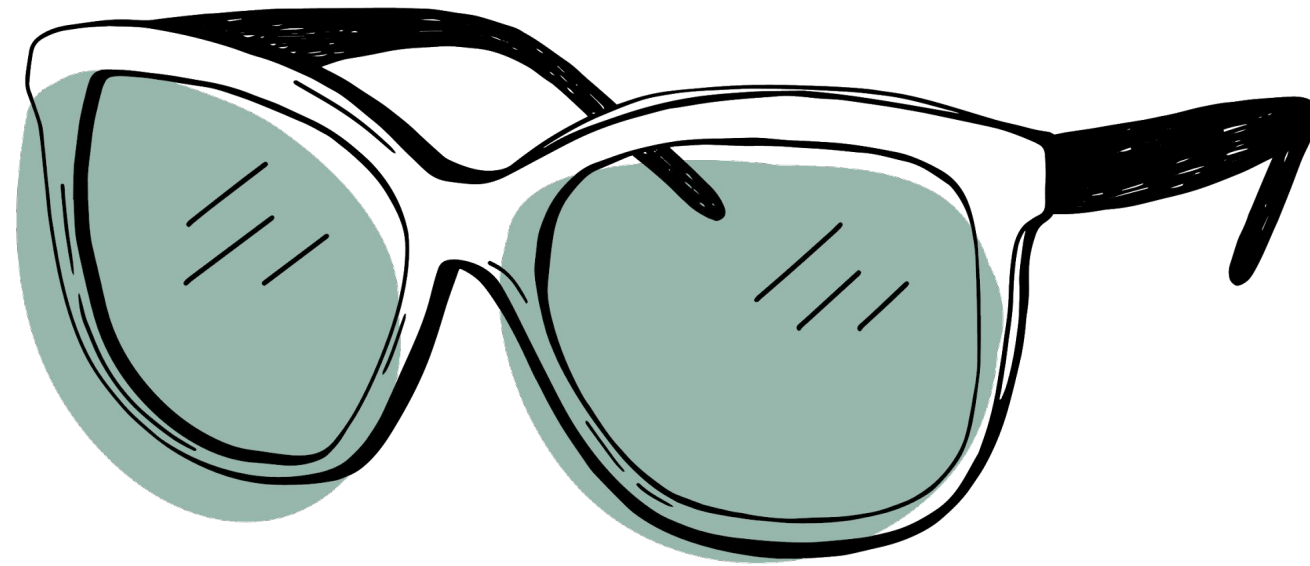


**OP EEN SLECHTE DAG...**









On ne change pas les autres,  
on change **le regard.**





**Iedereen doet om goed te doen**

**Vanuit zijn/haar eigen overtuiging**



## Product economie

Product / Dienst centraal

Structuur

Voorspelbaarheid

Functieprofiel

## Belevenis economie

Klant centraal

Op maat

Werken aan klantengeluk

Keihard flexibel werken

Werk / privé balans

## Betekenis economie

Direct geluk

Bestaansreden

Aangename collegiale context

Fun

Ontwikkeling

NU + toekomst

**Herken je dit?**

**In welke generatie zit jij?**

**Welke generaties kom je tegen in je groep?**

 **PRODUCTECONOMISCHE GENERATIE: SYSTEEM CENTRAAL**





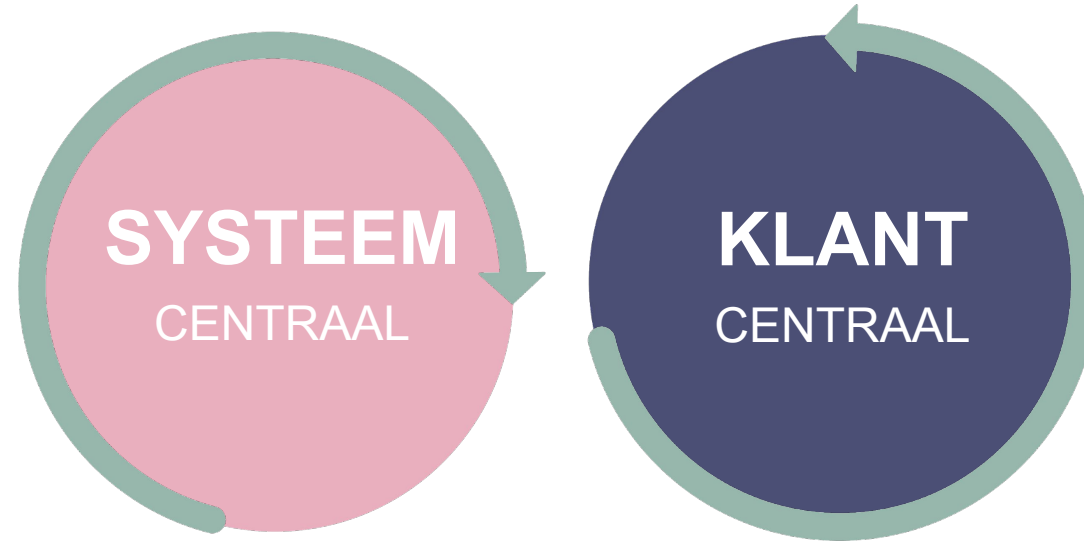


HOERA 40 JAAR!



HAPPY FAMILY





- FLEXIBEL -

 **OP MAAT**



# BETEKENISECONOMISCHE GENERATIE



**DENKEN NA OVER WERELDPROBLEMATIEKEN EN HUN EIGEN ROL HIERIN, ZIJN BEZIG MET DUURZAAMHEID**

## 10 KENMERKEN VAN GEN-Z'ers

1. Iedereen is zoals hij is en dat is helemaal ok!
2. bezig met zichzelf en hun eigen identiteit en idealiter sluit de identiteit van jouw organisatie daarop aan
3. Nemen snel info op en verliezen even snel interesse
4. Ademen technologie
5. Vinden persoonlijk contact belangrijk
6. Gaan bewust om met zichzelf en hun privacy
7. Ondernemen zit in hun DNA, maar nemen geen risico's
8. Staan open voor verandering
9. Zorgen voor zichzelf, geven de voorkeur aan onafhankelijkheid
10. Zijn open minded en vinden diversiteit vanzelfsprekend

**Welke zijn de sterktes van elke groep?**

**Wat je laat je door wie doen?**

**Waar worden mensen gelukkig van?**



**WIE IS DE JUISTE PERSOON VOOR DE JOB?**

# WENDBAARHEID – TWEE TYPES ORGANISATIE









WE ZIJN MEER GEWOON ZORG TE DRAGEN  
VOOR ONZE SYSTEMEN  
DAN VOOR DE NODEN VAN AANKOMENDE  
MENSEN.

**Hoe zetten jullie de juiste persoon  
op de juiste plaats?**

**Waar zorgen jullie voor de mens,  
eerder dan voor het systeem?**

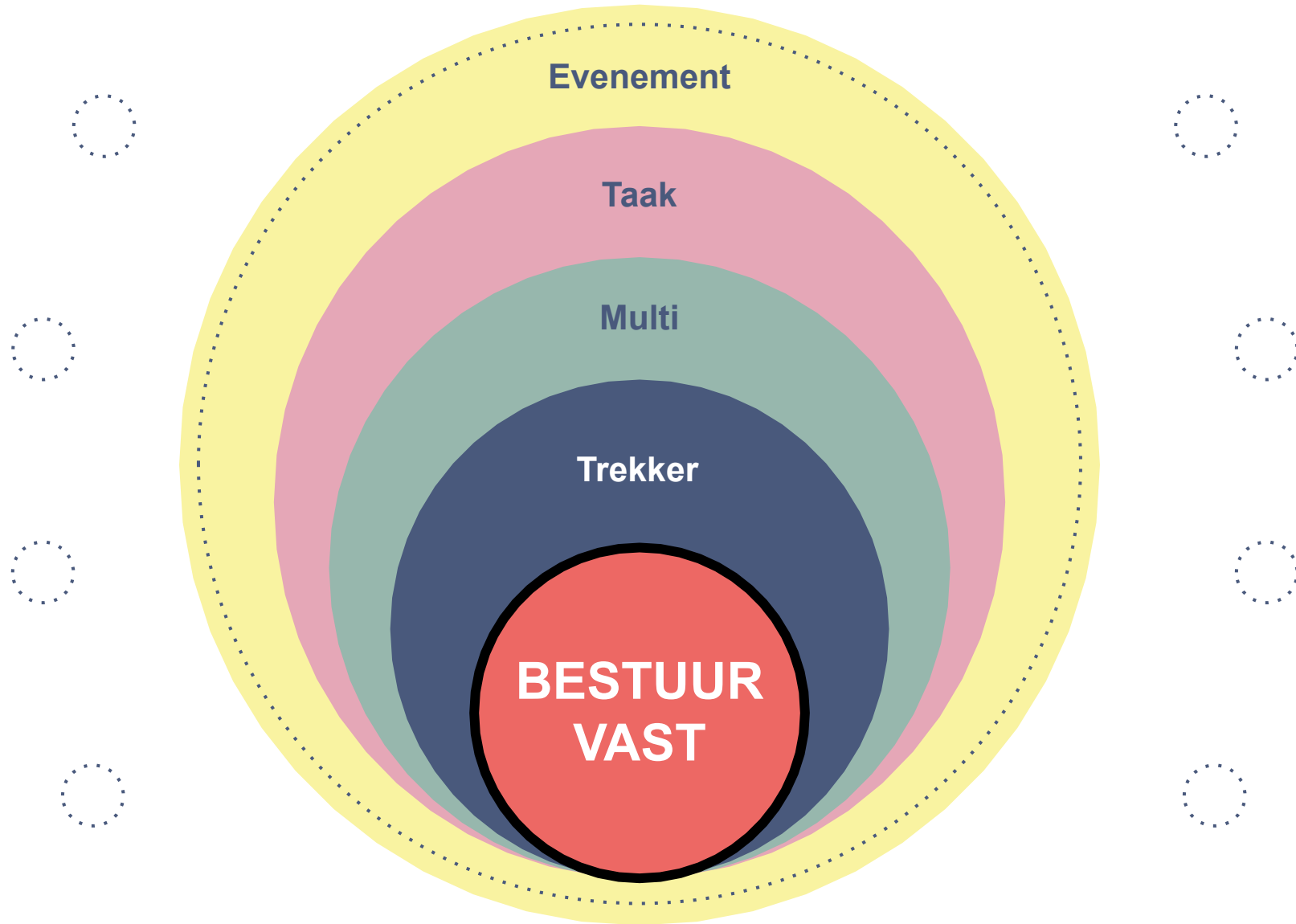


**MAAK TAKEN KLEINER  
OF WERK THEMATISCH**

**Mensen komen niet meer naar vergaderingen of  
beleidsgroepen, zelfs niet naar feestjes...**

**Hoe kunnen we onze vergaderingen aantrekkelijk  
maken voor jonge mensen?**

 **DE BETROKKENHEIDSCIRKELS**



## BOUW COMMUNITY ROND THEMA'S

- Mensen **ad hoc** samenbrengen
- rond een **thema, passie, geloof of nood**
- in **open groepen**, waar mensen altijd kunnen aansluiten
- vanuit zij die de **nood ervaren**.
- Mensen op **splinterexpertise** laten binnenkomen,
- voor momenten **afgebakend in tijd**.

**!! TOON WAT JE ER MEE DOET !!**



**Vraag niet meer aan mensen  
vrijwilliger te worden**

**Spreek mensen persoonlijk aan  
om een taak op te nemen**





**Start met het waarderen van elke  
bijdrage, hoe klein ook.**

**En doe mensen zin krijgen in meer!**



**Zorg ervoor dat mensen  
bij vertrek  
nog meer zin hebben om  
(terug) te komen  
dan bij aankomst.**

**Hoe kunnen jullie pakketten kleiner maken, waardoor ze aantrekkelijker worden voor nieuwe “generaties” vrijwilligers?**

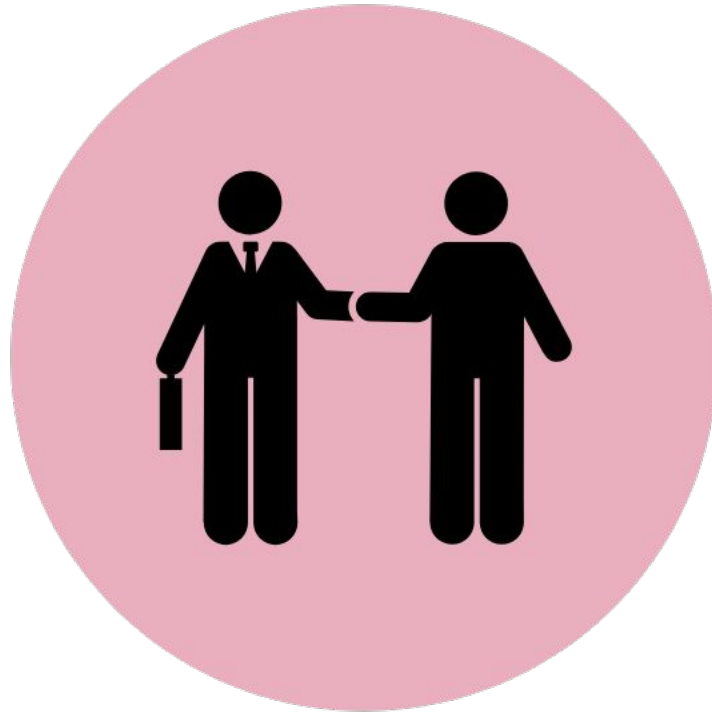


**NEEM NIEUWE MENSEN MEE**





**VOORLOPEN**



**NAAST LOPEN**



**NALOPEN**

**Waarmee ga je de komende 2 maanden  
aan de slag?**

**Ben je blij dat je geweest bent?**



[vrijwilligerswerkwerkt.be](http://vrijwilligerswerkwerkt.be)



**VRIJWILLIGERS  
WERK WERKT.**  
by Koen Vermeulen

**INTERACTIEVE OPLEIDINGEN  
IN OPEN AANBOD OF OP LOCATIE**  
digitaal & fysiek

**SPEEDCONSULT &  
INDIVIDUELE COACHING**  
digitaal & fysiek

**KORTLOPENDE &  
LANGLOPENDE  
PROCESBEGELEIDINGEN**  
organisatieontwikkeling  
leiderschap

**LEZINGEN**  
digitaal & fysiek

**METHODISCHE BEGELEIDINGEN**  
interview  
activeren via de **BOOST**-methodiek  
waarderen via de **TOOSTER**-receptie



Kunnen wij nog iets  
voor u betekenen?

Wij brengen mensen in  
beweging. Van vrijwilligers,  
leidinggevenden tot  
organisaties.  
Met volle goesting!



BLIJF OP  
DE HOOGTE



CONTACT SPREKER

[info@vrijwilligerswerkwerkt.be](mailto:info@vrijwilligerswerkwerkt.be)



**VRIJWILLIGERS  
WERK WERKT.**  
by Koen Vermeulen



# GEN-Z IN EEN NOTENDOP



# GEN - Z

WIE ZIJN ZE? WAT DOEN ZE?  
WAAR KOMEN ZE VANDAAN?



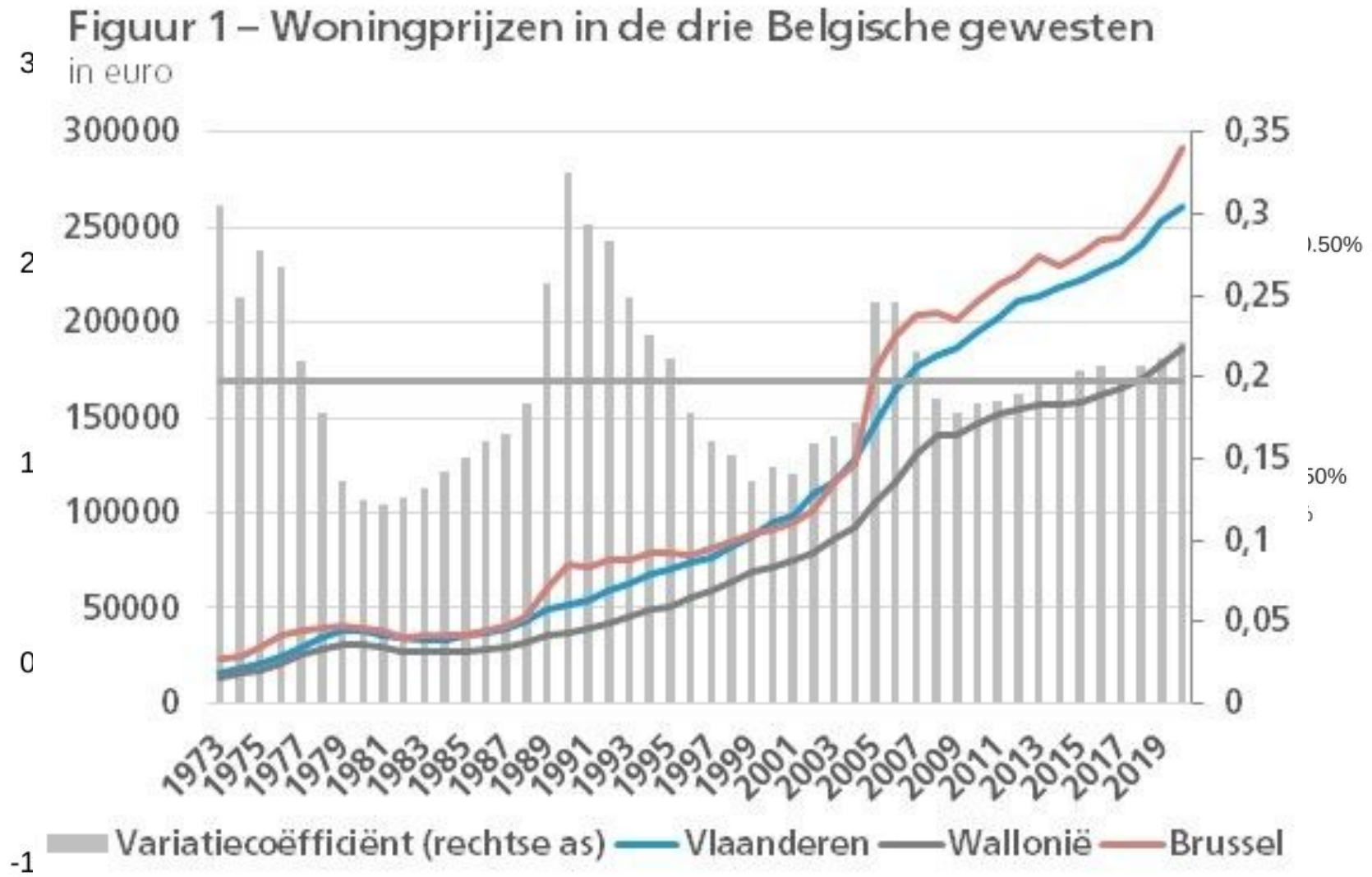


**HUIS**

**TE KOOP**

pickup





Bron: KBC Economics gebaseerd op STATBEL

## 5 TIPS OM HIER IETS MEE TE DOEN

1. Gebruik technologie om te tonen wat je doet en wie het doet
2. Maak werk van connectie
3. Zoek het menselijk kapitaal in je groep
4. Laat mensen die dat willen thematisch mee nadenken
5. Zet in op autonome motivatie

# GEBRUIK TECHNOLOGIE OM TE TONEN WAT JE DOET EN WIE HET DOET

## TOON DE PASSIE VOOR JE DOEL

- Gevoelig aan maatschappelijke thema's
- Reageren vanuit eigen passie
- Willen impact zien

## MAAK ONLINE VERBINDING

- You-tube advertenties die het verhaal van je organisatie vertellen
- Virale hashtags gebruiken vb. #SchoolStrike4Climate

## GEBRUIK DUIDELIJKE EN BEKNOPT COMMUNICATIE OP SOCIALE MEDIA

- Aandachtsspanne van 8 sec.
- Korte boodschap zonder details, duidelijk en eenvoudig
- Voeg korte video of link toe naar meer uitleg

## HOU HET ECHT

- Ze doorzien online, gewiekste marketing
- Verbind hun waarden met jouw doel en creëer zo hun betrokkenheid op je organisatie

# MAAK WERK VAN CONNECTIE



- Oprechte interesse tonen in **wie ze zijn**, hun standpunten en waarden
- **Humor** en authenticiteit
- **Actief** naar hen **luisteren**
- **Authentieke verhalen** delen, hun verhalen delen
- **Thema's** als duurzaamheid, diversiteit en inclusie benadrukken

**MAW: Stel hen een vraag rond een maatschappelijke kwestie waar jullie mee zitten.**

Vb. Kazou wil meer diversiteit in hun groep. Vraag Gen Z hoe zij daar tegenover staan, vraag hun input en verbindt en zo aan je merk.

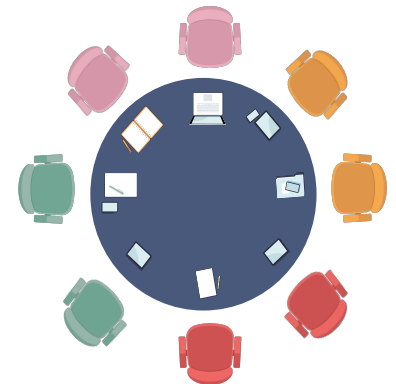




# ONTGIN HET MENSELIJK KAPITAAL IN DE GROEP

**Geloof in mensen en geef ze intrapreneurschap,  
dan brengen zij ideeën binnen en nieuwe  
mensen mee.**

**Mee mogen redeneren  
& impact hebben  
zorgt voor verbondenheid!**



# LAAT MENSEN DIE DAT WILLEN THEMATISCH MEE NADENKEN

- Mensen **ad hoc** samenbrengen
- rond een **thema, passie, geloof of nood**
- in **open groepen**, waar mensen altijd kunnen aansluiten
- vanuit zij die de **nood ervaren**.
- Mensen op **splinterexpertise** laten binnenkomen,
- voor momenten **afgebakend in tijd**.

**!! TOON WAT JE ER MEE DOET !!**

# ZET IN OP AUTONOME MOTIVATIE

## WILLEN IPV MOETEN

