



TijdVoorActie



SAMEN
OUDER
WORDEN

Generatiekaarten



Waarom generaties ertoe doen

In vrijwilligerswerk, teams en samenwerkingen lopen generaties voortdurend door elkaar. Dat schuurt soms. En precies dáár zit de potentie. Deze generatiekaarten zijn ontwikkeld vanuit de overtuiging dat verschillen tussen jong en oud geen problemen zijn om op te lossen, maar een bron van energie, kennis en wederkerigheid – als je leert zien waar ze vandaan komen en wat ze nodig hebben.

Het generatiedenken dat voor de generatiekaarten is gebruikt, zit geworteld in sociologische theorie (o.a. Mannheim) en is later vertaald naar de Nederlandse praktijk door onderzoeks- en adviesbureaus zoals Motivaction en Youngworks. Dat denken gaat ervan uit dat mensen die in dezelfde periode zijn opgegroeid, gevormd zijn door vergelijkbare maatschappelijke gebeurtenissen, normen en verwachtingen.

Generatiedenken is geen waarheid, geen persoonlijkheidsprofiel en zeker geen voorspelling van gedrag. Het is een manier van kijken die helpt om patronen te herkennen, gesprekken te openen en wederzijds begrip te vergroten.

In de praktijk blijken verschillen binnen generaties net zo groot als verschillen tussen generaties.

Daarom gebruik je deze kaarten niet om mensen in hokjes te plaatsen, maar om nieuwsgierigheid te organiseren: waar komt gedrag vandaan, en wat hebben we van elkaar nodig om goed samen te werken?

“Generaties zijn een lens om maatschappelijke veranderingen te begrijpen, niet een label om verschillen te versimpelen.”

Michael Dimock, Pew Research Center

Generatiedenken is één manier van kijken. Andere veelgebruikte perspectieven zijn:

- Levensfase-bril: Gedrag hangt samen met waar iemand staat in het leven (starter, jonge ouder, mantelzorger, richting pensioen), los van generatie.
- Context- en rolbril: Iemand gedraagt zich anders als vrijwilliger, collega, ouder of bestuurder. De rol stuurt vaak sterker dan leeftijd.
- Persoonlijkheids- en drijfverenbril: Waarden, motivatie en karakter verschillen sterk per persoon, ook binnen dezelfde generatie.
- Culturele en sociale achtergrond: Opgroeien in verschillende sociale, culturele of migratiecontexten beïnvloedt verwachtingen en gedrag minstens zo sterk als leeftijd.

In deze kaarten gebruiken we generatiedenken bewust als gespreksstarter, niet als eindpunt. **Maak contact en blijf nieuwsgierig!**

Stille generatie 1930–1940

De gewortelde wijzer. Draggers van ervaring en historisch besef

WIE ZIJN ZE?

GROOT GEWORDEN MET...

- Oorlog, schaarste en wederopbouw
- Sober leven: zuinig, niks verspillen
- Sterke rol van kerk, traditie en gemeenschap

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

- Plichtsbesef en verantwoordelijkheid
- Stabiliteit, orde, duidelijkheid
- Dienstbaarheid aan de gemeenschap

WAT DRIJFT ZE IN (VRIJWILLIGERS)WERK?

- "iets terugdoen" voor dorp, kerk, vereniging
- Levenswijsheid en verhalen doorgeven
- Betrokken blijven bij wat er in de samenleving gebeurt

HOE WERK JE MET ZE?

WAT GEEFT ENERGIE...

- Dankbaarheid en erkenning
- Tijd om dingen zorgvuldig te doen
- Rol als adviseur, vraagbaak, eregast

WAT KOST ENERGIE?

- Gejaagd, rommelig en ad hoc werken
- Veranderingen "omdat het moet" zonder uitleg
- Niet serieus genomen worden vanwege leeftijd

HOE COMMUNICEER/ WERK JE MET ZE?

- Rustige, respectvolle toon
- Maak duidelijke afspraken, weinig gedoe eromheen
- Leg goed uit waarom iets verandert

IN DE GENERATIEMIX BRENGEN ZE...

- Historisch besef en lange adem
- Rust, loyaliteit en continuïteit

Protest-/Babyboomgeneratie 1941–1955

De idealistische doorzetters

WIE ZIJN ZE?

GROOT GEWORDEN MET...

- Naoorlogse welvaart en groeiende kansen
- Studentenprotesten, emancipatie, seksuele revolutie
- Geloof in maakbare samenleving

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

- Zelfontplooiing en persoonlijke groei
- Loyaliteit, hard werken, verantwoordelijkheid nemen
- Iets bijdragen aan een betere wereld

WAT DRIJFT ZE IN (VRIJWILLIGERS)WERK?

- Iets nalaten, betekenisvol zijn
- Ervaringskennis delen met jongere generaties
- Zichtbare impact: zien waar ze het voor doen

HOE WERK JE MET ZE?

WAT GEEFT ENERGIE...

- Een eigen thema / portefeuille
- Inhoudelijke projecten met diepgang
- Coachende rol richting jongeren

WAT KOST ENERGIE?

- Weggezet worden als "ouderwets" of "op"
- Veranderingen zonder inhoudelijk gesprek
- Platte targets en kortetermijnfocus

HOE WERK/ COMMUNICEER JE MET ZE?

- "Vraag naar hun visie en ervaring
- Betrek ze bij het hoe en de inhoud
- Benoem concreet welke bijdrage je waardeert

IN DE GENERATIEMIX BRENGEN ZE...

- Ervaring, volharding en loyaliteit
- Brug tussen oudere en jongere generaties

Generatie X 1956–1970

Verloren generatie – De nuchtere bruggenbouwers

WIE ZIJN ZE?

GROOT GEWORDEN MET...

- Economische crisis en jeugdwerkloosheid
- Werkende ouders, sleutelkinderen, veel zelf regelen
- Overgang van analoog naar digitaal

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

- Autonomie en eigen verantwoordelijkheid
- Nuchterheid, eerlijkheid, weinig poespas
- Werk-privébalans en betrouwbaarheid

WAT DRIJFT ZE IN (VRIJWILLIGERS)WERK?

- Zinvol werk dat past bij een druk leven
- Vertrouwen: "zeg wat, ik regel hoe"
- Concrete resultaten in plaats van symboolpolitiek

HOE WERK JE MET ZE?

WAT GEEFT ENERGIE...

- Problemen oplossen en dingen simpel maken
- Verantwoordelijkheid zonder micromanagement
- Samenwerken met mensen die doen wat ze zeggen

WAT KOST ENERGIE?

- Vergadercircussen zonder besluit
- Overbodige regels en controle
- Mooie woorden zonder echte actie

HOE WERK/ COMMUNICEER JE MET ZE?

- Wees direct en eerlijk
- Geef duidelijke kaders en laat het dan los
- Focus op resultaat en praktische afspraken

IN DE GENERATIEMIX BRENGEN ZE...

- Realisme, relativeringsvermogen en humor
- Brug tussen "oude" en "nieuwe" manieren van werken

Pragmatische generatie 1971-1985

De praktische vrijheidszoekers

WIE ZIJN ZE?

GROOT GEWORDEN MET...

- Welvaart, individualisering en veel keuze
- Minder strenge opvoeding, veel "je mag zelf kiezen"
- Globalisering, reizen, eerste echte wereldburgers

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

- Levensgeluk en "je eigen ding kunnen doen"
- Autonomie en flexibiliteit
- Praktische oplossingen boven grote woorden

WAT DRIJFT ZE IN (VRIJWILLIGERS)WERK?

- Afwisselende, concrete klussen
- Ruimte om eigen ideeën in te brengen
- Zingeving die past bij hun leven en planning

HOE WERK JE MET ZE?

WAT GEEFT ENERGIE...

- Vrijheid + vertrouwen: zelf invullen hoe
- Duidelijke, haalbare opdrachten
- Informele, gelijkwaardige samenwerking

WAT KOST ENERGIE?

- Starre regels en hiërarchie
- Te veel praten, te weinig doen
- Vastzitten in langlopende, vage trajecten

HOE WERK/ COMUNICEER JE MET ZE??

- Hou het praktisch, kort en helder
- Bied keuzemogelijkheden in hoe ze bijdragen
- Gebruik humor en gelijkwaardigheid in de toon

IN DE GENERATIEMIX BRENGEN ZE...

- Praktische vernieuwing en flexibiliteit
- Vermogen om tussen generaties te schakelen
- "Niet lullen maar poetsen"-energie

Millennials 1986–2000

Grenzeloze generatie. Gen Y – De betekeniszoekers

WIE ZIJN ZE?

GROOT GEWORDEN MET...

- Economische groei én latere crises
- Internet, globalisering en “de wereld ligt open”
- Prestatiedruk, keuzestress en hoge verwachtingen

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

- Zingeving en maatschappelijke impact
- Persoonlijke ontwikkeling en leren
- Eerlijkheid, feedback en samenwerking

WAT DRIJFT ZE IN (VRIJWILLIGERS)WERK?

- Iets doen dat ertoe doet voor mens en maatschappij
- Skills opdoen, cv/portfolio bouwen
- Werken met leuke, gelijkgestemde mensen

HOE WERK JE MET ZE?

WAT GEEFT ENERGIE...

- Projecten met duidelijk doel en zichtbaar effect
- Informele, gelijkwaardige samenwerking
- Ruimte om te experimenteren en leren

WAT KOST ENERGIE?

- Hiërarchie “omdat ik het zeg”
- Vage verwachtingen en onduidelijke aansturing
- Organisaties die duurzaamheid/inclusie alleen roepen

HOE COMMUNICEER/ WERK JE MET ZE?

- Coachende stijl: meedenken in plaats van zenden
- Laat zien hoe hun bijdrage in het grotere geheel past
- Regelmatige korte check-ins: wat werkt, wat niet?

N DE GENERATIEMIX BRENGEN ZE...

- Frisse blik, innovatie en digitale handigheid
- Brug naar nieuwe netwerken en samenwerkingen
- Energie om te vernieuwen en te verbinden

Generatie Z 2001-2015

De realistische digital natives

WIE ZIJN ZE?

GROOT GEWORDEN MET...

- Smartphone en social media vanaf jonge leeftijd
- Corona in school- en studietijd
- Klimaat, ongelijkheid en wereldnieuws non-stop

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

- Mentale gezondheid en welzijn
- Diversiteit, inclusie en jezelf kunnen zijn
- Vrijheid in tijd, plek en manier van werken

WAT DRIJFT ZE IN (VRIJWILLIGERS)WERK?

- Impact + leren: "wat leer ik hier?"
- Korte, duidelijke klussen naast studie/werk
- Thema's dichtbij hun wereld: klimaat, gelijkheid, community

HOE WERK JE MET ZE?

WAT GEEFT ENERGIE...

- Meebeslissen en co-creëren
- Digitale tools, content maken, creatief werken
- Teams waar je jezelf mag zijn, zonder masker

WAT KOST ENERGIE?

- Oude hiërarchieën en "zo doen we dat hier nu eenmaal"
- Geen oog voor grenzen en mentale belasting
- Alleen saaie klusjes zonder uitleg of impact

HOE COMMUNICEER/ WERK JE MET ZE?

- Kort, visueel en eerlijk; geen window dressing
- Wees concreet over verwachtingen en geef snelle feedback
- Geef échte ruimte voor inspraak en eigen ideeën

IN DE GENERATIEMIX BRENGEN ZE...

- Digitale creativiteit en snelheid
- Radar voor wat speelt onder jongeren en online
- Prikkel om te vernieuwen en de vinger op de zere plek te leggen

Werkvormen generatiekaarten

5 werkvormen

1. Wervingsbril per generatie

Doel: wervingsboodschappen aanscherpen.

1. Kies een bestaande wervingsmail, flyer of vacature.
2. Verdeel de groep in kleine teams en geef ieder team één generatiekaart.
3. Laat teams de tekst herschrijven: wat triggert deze generatie, wat moet anders?
4. Bespreek de belangrijkste aanpassingen plenair en noteer 3 concrete verbeterpunten.

2. Taakverdelings-check

Doel: taken beter laten passen bij verschillende generaties.

1. Leg alle generatiekaarten op tafel.
2. Kies 1-2 veelvoorkomende rollen (bijv. spreker, communicatiemedewerker, bestuurslid, activiteitenbegeleider).
3. Laat per kaart opschrijven:
 - Welke taken passen goed bij deze generatie?
 - Welke taken zijn juist afknappers?
4. Bekijk de uitkomst: wat kunnen we anders verdelen of anders aanbieden?

3. Binnenkomen & blijven

Doel: vrijwilligers langer binden.

1. Verdeel de groep in duo's of kleine teams, ieder met een andere generatiekaart.
2. Laat ze drie vragen beantwoorden voor die generatie:
 - Waardoor zeggen ze "ja" tegen vrijwilligerswerk?
 - Wat zorgt dat ze blijven?
 - Waar haken ze op af?
3. Ieder team kiest één concrete verbeteractie voor "binnenkomen" en één voor "blijven".

4. De vrijwilligersreis per generatie

Doel: beter aansluiten in elke stap van de vrijwilligersreis.

- Kies één belangrijke rol (bijv. maatje, bestuurslid, coach).
- Werk per generatiekaart kort uit:
 - Hoe kunnen ze ons vinden?
 - Wat hebben ze nodig in de eerste weken?
 - Hoe houden we contact en waardering zichtbaar?
- Noteer per generatie 1 verbeterpunt voor werving, 1 voor start, 1 voor behoud.

5. Wie doen we (onbewust) tekort?

Doel: blinde vlekken zichtbaar maken.

- Kijk gezamenlijk naar alle kaarten: welke generaties zijn bij ons het meest aanwezig?
- Bespreek:
 - Welke generatie krijgt nu veel aandacht en waardering?
 - Welke generatie schiet er eerder bij in?
- Kies voor die "onderbelichte" generatie:
 - 1 actie om ze beter te zien/bedanken
 - 1 actie om beter aan te sluiten bij hun behoeften

Vrijwilligerswerk wordt sterker van een mooie mix van generaties: jong en oud die elkaar zien, herkennen en van elkaar leren. Deze kaarten helpen om de eerste stap te zetten: samen in gesprek, bewuster kijken naar verschillen én overeenkomsten. Zo groeit niet alleen het vrijwilligerswerk, maar ook de mensen die het dragen.



Dit product is mede mogelijk gemaakt dankzij subsidie vanuit het programma Samen Ouder Worden met steun van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS).

Met dank aan alle betrokken partners en professionals die bijdragen aan het versterken van intergenerationeel contact in Nederland.