

# Workforce van morgen

Hoe zorg je ervoor dat vier generaties op één werkvloer het beste in elkaar naar boven halen? Dat is één van de thema's die aan bod komen in ons Trendrapport. BDO blik samen met trendwatcher Tom Palmaerts vooruit naar 2030. We tonen hoe Belgische ondernemingen wendbaar en vol vertrouwen de toekomst mee vorm kunnen geven. De workforce van morgen haalt kracht uit haar verschillen.

# Workforce van morgen



De werkvloer verandert snel. Nieuwe termen als Bare Minimum Monday<sup>1</sup>, quiet quitting<sup>2</sup> of mouse jigging<sup>3</sup> halen de media en schetsen een beeld van een generatie die moeilijk te managen zou zijn. Toch gaat het om meer dan Generatie Z alleen. Vandaag werken vier generaties zij aan zij: Babyboomers, Generatie X, Millennials en Generatie Z. Binnenkort komt daar ook Generatie Alpha bij. Niet leeftijd, maar verwachtingen, ambities en werkstijlen botsen met elkaar én vullen elkaar aan.

**"Het potentieel van een organisatie komt pas echt tot leven wanneer verschillende generaties samenwerken. Maar die samenwerking is geen evidentie. Waar jongere collega's bijvoorbeeld erg vertrouwd zijn met het gebruik van AI, zijn ze vaak wat minder onderlegd in analytische reflecties – iets waar de oudere generaties net wel heel sterk in zijn. Die verschillen kunnen wrijving veroorzaken, maar precies daarin schuilt net ook de kracht. Zodra we leren omgaan met andere tempo's, andere communicatiestijlen en andere verwachtingen, ontstaat er een team dat betere beslissingen neemt dan eender welke generatie afzonderlijk. De generatiemix maakt ons niet alleen creatiever en innovatiever, maar ook veerkrachtiger."**

Peter Van Laer, CEO BDO Belgium

## BABYBOOMERS (1946–1964)

De kinderen van de naoorlogse geboortegolf zijn opgegroeid met spaarzaamheid, maar hebben doorheen hun loopbaan een aanzienlijk vermogen opgebouwd. In België gaat het om zo'n 800 miljard euro. Veel boomers staan voor hun pensioen, maar ze zijn nog lang niet allemaal klaar om al volledig te stoppen. Via het flexi-statuut kiezen steeds meer 65-plussers ervoor om deeltijds te blijven werken: de "boomerang boomers"<sup>4</sup>. Dankzij hun ervaring en loyaliteit zijn ze waardevolle schakels in het nieuwe flexiretirement-tijdperk<sup>1</sup>.

*Takeaway: benut de ervaring van boomers via flexibele inzet, mentoring en deeltijdse opdrachten.*

## GENERATIE X (1965–1980)

Generatie X groeide op in het MTV-tijdperk. Gen X'ers staan bekend voor hun discipline en toewijding. Ze hebben vaak de brug geslagen tussen de idealistische boomers en de pragmatische millennials. Vandaag bekleden ze sleutelposities in het management van bedrijven. Ze waarderen structuur en hiërarchie, maar tonen tegelijk nuchter pragmatisme: vergaderingen moeten kort en doelgericht zijn. Deze generatie vormt de ruggengraat van veel organisaties.

*Takeaway: geef Gen X duidelijke rollen en verantwoordelijkheid, maar erken hun behoefte aan efficiëntie en pragmatisme.*



<sup>1</sup> Een trend waarbij werknemers hun week bewust traag en met minimale inspanning starten, om stress en burn-out tegen te gaan. <sup>2</sup> Niet letterlijk ontslag nemen, maar enkel doen wat strikt in de jobsomschrijving staat, zonder extra taken of betrokkenheid. <sup>3</sup> Een digitale truc om bij thuiswerk online actief te lijken, bijvoorbeeld door software te gebruiken die de computermuisknop automatisch beweegt. <sup>4</sup> Deeltijds op pensioen.

## MILLENNIALS (1981–1996)

Millennials jongleren met werk, gezin en sociale verplichtingen, vaak ook nog eens aangevuld met projecten zoals een verbouwing. Ze zijn opgegroeid met de boodschap dat alles mogelijk is. Dat maakt hen optimistisch, maar levert ook keuzestress op. Millennials verlangen vrijheid in hoe ze hun werk organiseren en zoeken voortdurend de balans tussen ambitie en welzijn. Hun drukke agenda's en hoge verwachtingen maken hen veeleisend, maar ook ondernemend en creatief.

*Takeaway: bied flexibiliteit in werkorganisatie en creëer mogelijkheden voor groei en persoonlijke ontwikkeling.*

## GENERATIE Z (1997–2012)

De jongste werknemers combineren durf en innovatie met een sterke individualistische inslag. Hun ouders, meestal Generatie X, gaven hen mee dat hard werken loont, maar ze zijn opgegroeid in een digitale en klimaatbewuste wereld. Dat verklaart hun paradox: enerzijds maken ze duurzame keuzes zoals tweedehandsmode, anderzijds lonkt de verleiding van glitter en luxe via sociale media. Op de werkvloer communiceren Gen Z'ers informeel, snel en direct. Ze verwachten korte feedbackloops en spreken collega's zonder omwegen aan. Dat kan arrogant lijken, maar het is vooral een andere manier van communiceren.

*Takeaway: bied Gen Z frequente, informele feedback en erken hun directe communicatie als een kracht, niet als een gebrek aan respect.*

## GENERATIEMIX ALS TROEF

Binnenkort komen ook de eerste vertegenwoordigers van Generatie Alpha op de arbeidsmarkt. Bedrijven die inzetten op een mix van leeftijden zijn sterker. Reverse mentoring geeft jongeren de kans om hun digitale kennis te delen, terwijl ervaren werknemers context en strategisch inzicht teruggeven. Onderzoek toont dat een zestiger die een

start-up begint driemaal meer kans heeft op succes dan een twintiger, vooral omdat oudere ondernemers zich omringen met teams van verschillende leeftijden.

*Takeaway: wissel actief kennis uit tussen generaties in je organisatie, in beide richtingen.*

## WAR FOR TALENT: VERSCHUIVING NAAR GROEI EN EXPERTISE

De strijd om talent is niet voorbij, maar verandert van vorm. Het draait steeds meer om twee groepen: jonge high potentials die met ambitie het verschil maken, en mid-level experten die met hun ervaring bedrijven vooruitstuwten. Voor beide groepen geldt dat groei cruciaal is. Werknemers verlaten een job niet zozeer voor het loon, maar vooral omdat ze het gevoel hebben dat ze niet meer bijleren. Investeren in opleidingen en ontwikkeling blijft de sleutel tot retentie.

*Takeaway: zet leren en ontwikkelen centraal in je HR-beleid, als hefboom voor retentie én groei.*

"In een wereld die sneller verandert dan ooit, is het zaak om kennis continu aan te scherpen en vaardigheden te blijven ontwikkelen. Bij BDO geloven we dan ook dat leren een constant proces is. En dat principe passen we overal toe — op de werkvloer, via feedback van collega's en klanten, door persoonlijke ontwikkelplannen en in trainingen en workshops. Er is geen standaardroute; iedereen bouwt zijn leertraject op maat, afgestemd op ambities, sterke punten en toekomstplannen. Daar zetten we ons elke dag voor in, onder het motto 'Let's grow together'"

Wim Galbusera, HR Director  
BDO Belgium



**BABYBOOMERS**  
(1946–1964)



**GENERATIE X**  
(1965–1980)



**MILLENNIALS**  
(1981–1996)



**GENERATIE Z**  
(1997–2012)