



Born Digitals kunnen bijdragen aan aanzienlijke economische winst – maar ze hebben wel wat hulp nodig

Uit recent Citrix onderzoek blijkt dat jonge professionals wereldwijd goed zijn voor €1,56 biljoen aan extra bedrijfswinst, mits ze worden ondersteund om zich aan te passen aan nieuwe manieren van werken

Amsterdam, 26 mei 2021 – De jonge werknemers van vandaag vormen de motor van de kenniseconomie en zijn de bedrijfsleiders van morgen. En volgens The Born Digital Effect, het nieuwe onderzoek van [Citrix Systems, Inc.](#) (NASDAQ:CTXS), kunnen ze wereldwijd in potentie €1,56 biljoen aan extra bedrijfswinst genereren. Maar ze hebben wel hulp nodig om dat voor elkaar te krijgen.

Born Digitals bestaan uit millennials (geboren tussen 1981 en 1996) en generatie Z (geboren na 1997). Het zijn de eerste generaties die zijn opgegroeid in een volledig digitale wereld, en ze vormen nu het grootste deel van de wereldwijde beroepsbevolking.

“Deze jonge werknemers verschillen van vorige generaties in de zin dat zij niets anders kennen dan een door technologie gedreven wereld”, zegt Peter van Leest, Regional Director Benelux bij Citrix. “Willen bedrijven in de toekomst succesvol blijven, dan moeten ze inzicht verkrijgen in hun waarden, ambities en werkstijlen en investeren in hun ontwikkeling

Om hen hierbij te helpen heeft Citrix samen met Coleman Parks Research en Oxford Analytica The Born Digital Effect uitgevoerd, waarin twee onderzoeken worden gecombineerd. Eerst is er een wereldwijd opinieonderzoek uitgevoerd onder 1.000 bedrijfsleiders en 2.000 kenniswerkers in 10 landen om te begrijpen wat de Born Digitals willen in hun werklevens. Vervolgens is dit gecombineerd met economische modellering om de impact die zij kunnen hebben op het bedrijfsleven en de economie in het algemeen te kwantificeren.

Een fundamenteel verschil

Uit het onderzoek bleek dat zakelijk leiders de prioriteiten van jongere professionals niet altijd goed inschatten. Enkele van de belangrijkste bevindingen onder de Nederlandse respondenten:

Status en vergoeding minder belangrijk – Hoewel 69% van de zakelijk leiders denkt dat Born Digitals carrièrestatus belangrijk vinden, motiveert dit slechts 54% van de Born Digitals. Ook is een competitief salaris minder belangrijk voor hen (71%) dan zakelijk leiders (77%) denken.

De nieuwste snufjes niet besteed aan Born Digitals – 83% van zakelijk leiders meent dat Born Digitals veel waarde hechten aan toegang tot state-of-the-art werkplektechnologie, maar slechts 60% van Born Digitals is het met hen eens. Wat ze vooral belangrijk vinden is werk waar ze voldoening uit halen (84%) en een goede werkrelatie met hun manager (84%).

Verschillende prioriteiten in bedrijfscultuur – Zakelijk leiders vinden diversiteit op de werkplek (79%) belangrijker dan Born Digitals (69%), willen eerder een cultuur die geënt is op samenwerking (82%,

tegenover 69%) en ontvangen graag erkenning van hun prestaties uit de hele organisatie (83%). Jongeren vinden die bedrijfsbrede erkenning minder belangrijk (68%). Zij voelen zich prettig bij een innovatieve bedrijfscultuur (68%, tegenover 57%).

Zakelijk leiders overschatten aantrekkingskracht van kantoor – 94% van de Nederlandse Born Digitals wil liever niet full-time terug naar het kantoor. Maar liefst 28% wil graag fulltime thuis blijven werken, anderen kiezen liever voor een hybride model:

- 29% ziet graag een hybride werkmodel, waarin ze overwegend thuiswerken
- 20% wil hybride werken, maar dan overwegend op kantoor
- Slechts 6% wil fulltime terug naar kantoor

Zakelijk leiders denken er anders over: 32% denkt dat Born Digitals fulltime op kantoor willen werken, en 44% denkt dat een hybride model waarin overwegend op kantoor wordt gewerkt wenselijk is. Iets meer dan de helft (55%) van de Born Digitals ziet wel in dat sociale interactie met collega's belangrijk is.

“Nu bedrijven het steeds vaker mogelijk maken om vanaf iedere plek te werken, moeten ze hun werknemers de mogelijkheid bieden om fysiek op kantoor samen te komen én virtueel vanuit huis. Zo houd je iedereen verbonden, betrokken en voorbereid op de toekomst van werk”, zegt Van Leest.

Born Digitals willen werkgevers die flexibiliteit en keuze bieden – Hoewel een vijfdaagse werkweek nog steeds een populair werkpatroon is (18%), vinden Born Digitals een vierdaagse werkweek fijner (26%). Ze verwachten ook zelf te kunnen bepalen wanneer ze hun werkdag beginnen en eindigen (21%). Slechts een enkeling wil ongestructureerde of op output gebaseerde uren werken (8%).

Ze willen vrijheid, maar ook sterk leiderschap dat prestaties erkent - Op de vraag naar de drie belangrijkste aspecten van de bedrijfscultuur bij het kiezen van een werkgever, antwoordden Nederlandse Born Digitals:

- Autonomie, of de mogelijkheid om te werken in een omgeving met veel vertrouwen (74%)
- (Geldelijke) beloningen en erkenning voor prestaties (74%)
- Sterk en zichtbaar leiderschap (75%)

Jonge werknemers en leiders gebruiken andere digitale tools - Slechts 16% van zakelijk leiders gebruikt instant messaging apps zoals Slack of WhatsApp voor werkdoeleinden, vergeleken met 78% van de Born Digitals. Aan de andere kant maken zakelijk leiders dan weer veel meer gebruik van tools voor real-time samenwerking zoals G-Suite of Office 365 (90%), vergeleken met 48% van de Born Digitals. Purpose en cultuur geen must - Slechts 28% van de Born Digitals zou een baan opzeggen bij een organisatie zonder 'purpose', vergeleken met 69% van zakelijk leiders. 37% zou een organisatie verlaten als de cultuur niet matcht met hun persoonlijkheid, vergeleken met 68% van de zakelijk leiders.

Uit de data blijkt dat zakelijk leiders niet op alle vlakken voldoende voeling hebben met wat de Born Digitals verwachten van hun werk. Maar dit is wel broodnodig om hun volledige potentieel - en de toegevoegde waarde die ze kunnen leveren - te ontsluiten.

De toekomst ligt in hun handen

“Om Born Digitals aan te trekken en te behouden, moeten organisaties investeren in hun werkmodel en hulpmiddelen om de flexibele, efficiënte en betrokken werkomgeving te bieden waarin deze nieuwe generatie leiders gedijt,” zegt Tim Minahan, Executive Vice President of Business Strategy, Citrix. “En daar zijn duidelijke commerciële voordelen aan verbonden.”

Om deze voordelen te kwantificeren werkte Citrix samen met economen om een economisch model op te stellen dat de impact van Born Digitals op de winstgevendheid van bedrijven beoordeelt, waarbij de relatie tussen de omvang van de Born Digital-bevolking van een land en de winstgevendheid van de bedrijven in dat land wordt onderzocht.

Minahan: “Het model laat zien dat er voor bedrijven in landen met een bovengemiddelde Born Digital-bevolking een winstgroei mogelijk is die bij elkaar opgeteld de beurswaarde overstijgt van de gehele FTSE 100”.

Onderzochte landen met relatief goed ontwikkelde onderwijssystemen of een relatief jongere bevolking, zoals de VS, China, de VAE, Mexico, het VK en Nederland, profiteren het meest van het Born Digital-dividend omdat hun bovengemiddelde Born Digital-bevolking bijdraagt aan huidige én toekomstige winstgevendheid van hun bedrijven.

Anderzijds kunnen landen met een relatief oudere bevolking, zoals Frankrijk, Duitsland en Japan, of een lager niveau van hoger onderwijs onder de jongere bevolking, meer winst behalen wanneer zij investeren in hoger onderwijs en digitale infrastructuur, jongere werknemers actief werven en werkplekken en werkwijzen aan hen aanpassen.

"De Born Digitals vormen de C-Suite van de toekomst. In 2035 ligt het succes of falen van het bedrijfsleven - en de wereldeconomie - in hun handen", zegt Minahan. "Om die toekomst veilig te stellen, moeten bedrijven jongere werknemers helpen ontwikkelen. Dat begint nu, door werkplekken en werkwijzen op hen toe te snijden."

Om meer inzicht te krijgen in Born Digitals, en hoe je een omgeving kunt creëren waarin zij gedijen en zich kunnen voorbereiden op de toekomst van het bedrijfsleven, [klik dan hier om een gratis exemplaar van The Born Digital Effect te downloaden](#).

Over het onderzoek

Onderzoeksmethodologie ontwikkeld door Man Bites Dog, ondersteund door Citrix. Economisch modelleringswerk uitgevoerd door adviesbureau Oxford Analytica en onafhankelijk opinieonderzoek uitgevoerd door onderzoeksbureau Coleman Parkes.

Economische modellering: Er werd een economisch model in vijf stappen gebouwd om het verband te schatten tussen de Born Digital-bevolking (gedefinieerd als hoogopgeleide, digitaal goed onderlegde werknemers tussen 18-40 jaar) en de winstgevendheid van bedrijven. Het model schatte dit verband op bedrijfsniveau in 53 landen, die we vervolgens gebruikten om de implicaties voor Frankrijk, Duitsland, Nederland, het VK, Mexico, de VS, de VAE, China, India en Japan te belichten.

Opinieonderzoek: In 2020 en 2021 interviewden we 2.000 Born Digital-kenniswerkers (750 Generatie Z en 1.250 Millennials) en 1.000 zakelijk leiders die werkzaam zijn in zowel grote, gevestigde ondernemingen als bedrijven in het middensegment. De respondenten waren gevestigd in Frankrijk, Duitsland, Nederland, het VK, Mexico, de VS, de VAE, China, India en Japan. Het onderzoek richtte zich op de volgende sectoren: financiële dienstverlening; gezondheidszorg en biowetenschappen; technologie; professionele dienstverlening; productie en detailhandel.

#