

Paul de Beer en Wieteke Conen

# Generaties en de maatschappelijke impact van het werk

# 12

Kort & Bondig

# Generaties en de maatschappelijke impact van het werk

---

Paul de Beer en Wieteke Conen

MEDE MOGELIJK  
GEMAAKT DOOR



April 2022

© P. de Beer, W. Conen, Amsterdam

Contact: [aias-hsi@uva.nl](mailto:aias-hsi@uva.nl)

Bibliografische informatie:

Paul de Beer & Wieteke Conen (2022). Generaties en de maatschappelijke impact van het werk, AIAS-HSI Kort & Bondig 12. Amsterdam: AIAS-HSI, Universiteit van Amsterdam.

Informatie kan worden geciteerd mits de bron correct en helder wordt vermeld.

Reproductie voor eigen/intern gebruik is toegestaan.

Publicaties in de reeks Kort & Bondig zijn te downloaden op de website <http://aias-hsi.uva.nl/> onder "Publicaties".

ISSN online: 2666-5476

---

*Dit is de twaalfde publicatie in de reeks 'Kort & Bondig' die onderzoeksinstituut AIAS-HSI van de Universiteit van Amsterdam uitbrengt om in kort bestek en op toegankelijke wijze uitkomsten te presenteren van recent verricht onderzoek.*

*Deze 'Kort & Bondig' presenteert een aantal resultaten van de Waarde van Werk Monitor 2021 (WWM'21), een representatief onderzoek naar opvattingen onder de Nederlandse bevolking over werk, dat in mei 2021 is uitgevoerd. In deze 'Kort & Bondig' wordt onderzocht of er tussen generaties verschillen zijn in het belang dat men hecht aan de maatschappelijke impact van het werk dat men doet. Tevens wordt nagegaan of generaties verschillen in hun voorkeur om te werken voor een sociale onderneming of de overheid en in de mate waarin zij een verandering van onze leefstijl een verbetering zouden vinden. Tot slot wordt nagegaan wat de invloed van de Covid-19 pandemie is geweest op deze waarden en voorkeuren.*

*Later in 2022 zullen nog twee 'Kort & Bondigs' verschijnen waarin andere uitkomsten van de Waarde van Werk Monitor worden gepresenteerd.*

---

## Belangrijkste conclusies

- De jongere generaties, geboren na 1980 (generatie Y oftewel de millennials en generatie Z) vinden het vaker van belang dat hun werk een positieve maatschappelijke impact heeft dan de oudere generaties (de babyboomers en generatie X). Zij vinden het ook iets vaker aantrekkelijk om voor een sociale onderneming te werken, maar minder aantrekkelijk om bij de overheid of een organisatie zonder winstoogmerk te werken.
- De verschillen tussen de generaties worden voor het grootste deel verklaard door verschillen in levensfase: de jongere generaties studeren vaak nog en hebben veelal nog geen of alleen kleine kinderen. Als we rekening houden met de levensfase zijn er tussen de generaties geen verschillen meer in het belang van de maatschappelijke impact van het werk. Vooral veel studenten en jongeren die (nog) niet werken willen in hun werk (gaan) bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke en milieuproblemen.
- Vrouwen en hoogopgeleiden hechten meer belang aan de maatschappelijke impact van hun werk en zijn vaker voorstander van een verandering in leefstijl dan mannen en laagopgeleiden.
- Door de coronacrisis zijn mensen meer belang gaan hechten aan de maatschappelijke impact van hun werk. Ook vinden in 2021 meer mensen dan in 2019 'een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven' en 'vermindering van de betekenis van betaald werk' een verbetering.

# Inhoud

Belangrijkste conclusies .....	5
Leidt generatievervanging tot meer steun voor duurzame waarden? .....	7
Onderzoeksaanpak: waarden ten aanzien van de maatschappelijke impact van werk en de gewenste leefstijl.....	8
Een lastige vraag: generatie of levensfase? .....	10
Jongere generaties vinden altruïstische waarden van werk het belangrijkste – maar dit hangt vooral samen met hun levensfase .....	11
Sociale ondernemingen populair bij jongere generaties, de overheid bij oudere generaties .....	14
Alle generaties willen een verandering in onze manier van leven .....	16
Sinds de coronacrisis zijn we maatschappelijke impact en verandering van leefstijl belangrijker gaan vinden .....	20
Samenvatting en conclusie .....	26
Literatuur .....	28
Bijlage – Levensfasen .....	29

## Leidt generatievervanging tot meer steun voor duurzame waarden?

Met grote regelmaat valt te beluisteren dat jonge generaties andere waarden en opvattingen hebben over duurzame (economische) ontwikkeling en over werk dan oudere generaties. Vooral over de zogenaamde generatie Y of de millennials (geboren tussen ruwweg 1980 en 1995) bestaan uitgesproken oordelen die vaak met grote stelligheid worden verkondigd. Een korte zoektocht op het Internet levert uitspraken op als:

- Ook speelt klimaatverandering een grote rol voor millennials. (...) Idealistisch als de generatie is, wordt gekeken hoe we onze footprint zo licht en duurzaam mogelijk kunnen maken.<sup>1</sup>
- Millennials voelen zich sterk verbonden met anderen, hun werk en met de wereld. (...) Duurzaamheid moet geïntegreerd zijn in de kernactiviteiten van een organisatie.<sup>2</sup>
- Generatie Y streeft naar een groter doel en niet enkel naar een mooi salaris.<sup>3</sup>
- '[Z]ingeving' en 'een positieve bijdrage leveren' [zijn] de belangrijkste prioriteiten (...) in hun werk, (...) en pas op de derde plek staat 'geld verdienen'.<sup>4</sup>

De waarden en voorkeuren van de millennials worden vaak gecontrasteerd met die van de voorgaande generaties, in het bijzonder generatie X (geboren tussen 1965 en 1980) en de babyboomers (geboren tussen 1945 en 1965), maar ook met de jongste generatie, generatie Z (geboren na 1995).

Als jongere generaties inderdaad andere waarden aanhangen dan oudere generaties en als die waarden gedurende hun leven redelijk stabiel zijn, kan dit op termijn van enkele decennia tot ingrijpende veranderingen in de dominante waarden in de samenleving leiden. Doordat de oudere generaties geleidelijk

---

<sup>1</sup> <https://skillennial.nl/millennials/>

<sup>2</sup> <https://www.customertalk.nl/nieuws/millennials-willen-meer-dan-alleen-maar-een-gelukkig-leven/>

<sup>3</sup> <https://news.companymatch.me/nederlands/generatie-y-werken-om-te-leven/>

<sup>4</sup> <https://mens-en-samenleving.infonu.nl/sociaal/184471-kenmerken-van-millennials.html>

van het maatschappelijke toneel verdwijnen en de jongere generaties hun plaats innemen, zullen de waarden van de jongere generaties op den duur dominant worden. Als de jongere generaties meer belang hechten aan duurzaamheid dan de oudere generaties, zal de maatschappelijke steun voor 'duurzame' waarden dus steeds groter worden.

Er bestaan echter ook andere beelden van de jongere generaties, namelijk dat zij hedonistischer zijn en meer gericht op comfort en consumptie dan oudere generaties, zoals de vooroorlogse generatie en de babyboomgeneratie, die zuiniger zijn en meer geneigd energiezuinige of gerecyclede producten te kopen. Als dit beeld juist is, zouden consumptiepatronen in de toekomst juist minder duurzaam worden.

In deze *Kort & Bondig* proberen we de vraag te beantwoorden of jongere en oudere generaties inderdaad verschillen in hun waarden met betrekking tot duurzaamheid en, zo ja, welke generaties deze waarden het meest benadrukken. Wat kunnen we op grond hiervan verwachten voor de toekomstige steun voor 'duurzame' waarden? En welk effect heeft de coronacrisis gehad op het belang dat we hechten aan duurzaamheid.

## Onderzoeksaanpak: waarden ten aanzien van de maatschappelijke impact van werk en de gewenste leefstijl

We beantwoorden onze onderzoeksvraag met gegevens uit de *Waarde van Werk Monitor*. In deze enquête hebben we meerdere vragen gesteld die een indruk geven van het belang dat mensen hechten aan waarden met betrekking tot duurzaamheid.

Allereerst bespreken we waarden die betrekking hebben op de maatschappelijke impact van het werk. De centrale vraag is of mensen via hun werk willen bijdragen aan een betere maatschappij en een duurzame economie en hoe die voorkeuren verschillen tussen generaties. We zullen dit kortweg aanduiden als de *altruïstische waarden van werk*. Deze zijn te onderscheiden van de *extrinsieke waarden* (zoals het belang van loon en zekerheid) en de *intrinsieke waarden* (zoals het belang van leuk en interessant werk, autonomie, en ontplooiings- en ontwikkelingsmogelijkheden) (Cennamo & Gardner, 2008). We onderzoeken langs twee wegen of jongere generaties een groter belang hechten aan deze altruïstische waarden dan oudere



generaties. Allereerst gaan we na of jongere generaties het belangrijker vinden dan oudere generaties (1) dat zij met hun werk andere mensen kunnen helpen, (2) dat hun baan nuttig is voor de samenleving en (3) dat hun werk bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen.

In de tweede plaats onderzoeken we of jongere generaties in sterkere mate dan oudere generaties het aantrekkelijk vinden om te werken voor een organisatie die een maatschappelijk doel nastreeft, te weten (1) een sociale onderneming of (2) een overheidsinstelling of organisatie zonder winst oogmerk. Deze twee mogelijkheden staan tegenover de derde optie van een (regulier) commercieel bedrijf.

Naast deze voorkeuren ten aanzien van het werk, gaan we ook na of jongere generaties verschillen van oudere in de mate waarin zij een verandering in leefstijl een verbetering zouden vinden. Wij hebben hen gevraagd of zij (1) minder nadruk op geld en bezit, (2) een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven en (3) vermindering van de betekenis die betaald werk in ons leven heeft, een verbetering zouden vinden. We onderzoeken tevens of deze opvattingen over een gewenste verandering in leefstijl samenhangen met de voorkeur om te werken voor een organisatie met een maatschappelijk doel.

Tot slot gaan we na of de coronacrisis verandering heeft gebracht in deze waarden en of die verandering verschilt tussen generaties. Enerzijds wordt wel verondersteld dat een economische teruggang, waarin de welvaart stagneert of zelfs daalt, tijdelijk tot meer nadruk op materialistische waarden, zoals inkomen en (werk)zekerheid leidt (Abramson & Inglehart 1986). Anderzijds zouden door een crisis als de coronacrisis ook andere levensdomeinen dan materiële bestaanszekerheid, zoals gezondheid en welzijn, meer op de voorgrond kunnen treden. Hierdoor zouden niet-materialistische waarden juist meer benadrukt kunnen worden. In deze *Kort & Bondig* onderzoeken we welke invloed de coronacrisis heeft gehad op onze waarden met betrekking tot de maatschappelijke impact van het werk en de gewenste manier van leven.

De analyses in deze *Kort & Bondig* zijn uitgevoerd op de gehele populatie van 18-70 jaar, ongeacht of men momenteel betaald werk verricht of niet.

## Een lastige vraag: generatie of levensfase?

Een belangrijk probleem bij het vaststellen van waardenverschillen tussen generaties is, dat deze lastig zijn te onderscheiden van waardenverschillen tussen leeftijdsgroepen of levensfasen (Parry & Urwin, 2011). Het meeste onderzoek naar generatieverschillen maakt een vergelijking tussen verschillende leeftijdsgroepen op één bepaald moment. Verschillen tussen jongeren en ouderen kunnen duiden op verschillen tussen generaties, maar ook op veranderingen in waarden over de levensloop. In het laatste geval zullen de jongeren als zij ouder worden dezelfde waarden gaan aanhangen als de huidige ouderen, zodat er geen sprake is van generatie-effecten.

Om toch een uitspraak te kunnen doen over generatie-effecten hebben we in een aantal analyses zowel het geboortecohort (als indicatie van de generatie) als de levensfase opgenomen. Dit is gebaseerd op de aanname, dat het niet de leeftijd als zodanig is die ten grondslag ligt aan verschillen in waarden tussen jongeren en ouderen, maar de levensfase waarin zij zich bevinden. Zo nemen we aan dat iemands waarden niet veranderen als men bijvoorbeeld 25 jaar wordt, maar wel als men een studie afrondt en de arbeidsmarkt betreedt (wat voor verschillende mensen op een andere leeftijd kan plaatsvinden). Onder levensfasen verstaan we dan ook de opeenvolgende stadia of fasen die mensen in hun leven doorlopen met betrekking tot hun hoofdactiviteiten en hun samenlevingsvorm. In een 'klassieke' standaardlevensloop volgen de fasen van (dag)onderwijs, (betaald of huishoudelijk) werk en pensioen elkaar op, terwijl de meeste mensen eerst als kind thuis wonen, daarna alleen gaan wonen, vervolgens gaan samenwonen met een partner, kinderen krijgen, die op een gegeven moment het huishouden weer verlaten (de 'legenestfase'), en tot slot mogelijk weer alleen gaan wonen na een (echt)scheiding of het overlijden van de partner. Natuurlijk doorloopt lang niet iedereen deze standaardlevensloop, maar niettemin kunnen de combinatie van hoofdactiviteit en samenlevingsvorm als een indicatie voor de levensfase gebruiken (zie de bijlage voor een overzicht van de gebruikte levensfasen).

Zoals in de literatuur gebruikelijk is onderscheiden we de volgende vier generaties:

- Babyboomers (geboortecohort 1946-1964)
- Generatie X (geboortecohort 1965-1979)
- Generatie Y (of millennials) (geboortecohort 1980-1994)

- Generatie Z (geboortecohort 1995-2002)

Over de exacte geboortejaren van de generaties bestaat overigens geen overeenstemming in de literatuur. Voor generatie Z hanteren we 2002 als laatste geboortejahr omdat onze surveys geen respondenten bevatten die later geboren zijn, maar vaak wordt voor deze generatie 2015 als laatste geboortejahr gehanteerd.

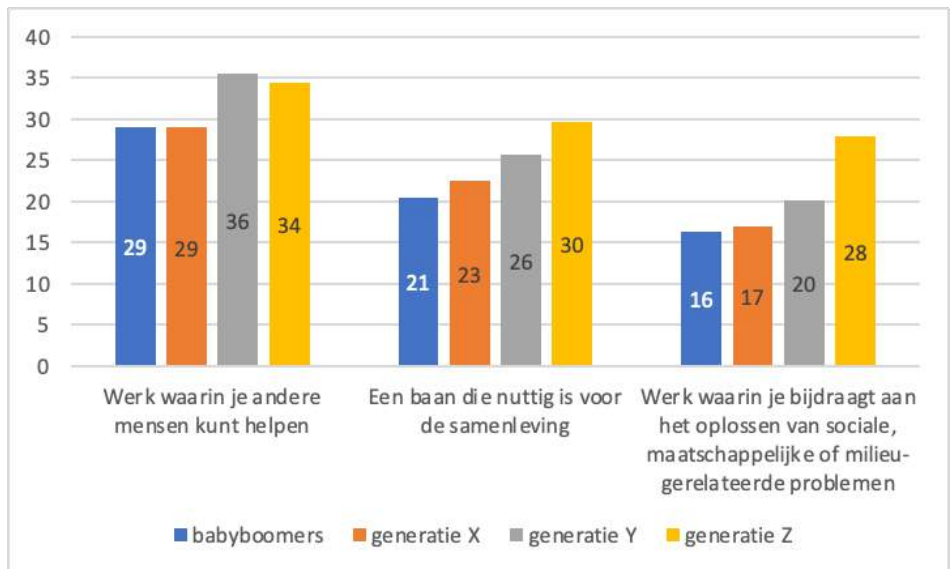
## Jongere generaties vinden altruïstische waarden van werk het belangrijkste – maar dit hangt vooral samen met hun levensfase

In de *Waarde van Werk Monitor* hebben we de respondenten gevraagd hoe belangrijk zij drie altruïstische waarden van werk vinden. Het gaat om:

- Werk waarin je andere mensen kunt helpen.
- Een baan die nuttig is voor de samenleving.
- Werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen.

Figuur 1 laat zien dat de twee jongste generaties – generatie Y (millennials) en generatie Z – deze drie aspecten vaker ‘zeer belangrijk’ vinden dan de oudere generaties – de babyboomers en generatie X. De millennials vinden vooral ‘werk waarin je andere mensen kunt helpen’ zeer belangrijk, terwijl generatie Z het hoogste scoort op ‘een baan die nuttig is voor de samenleving’ en ‘werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen’.

**Figuur 1. Percentage respondentent per generatie dat verschillende altruïstische waarden van werk zeer belangrijk vindt**



Zoals hiervoor opgemerkt kunnen verschillen tussen generaties die op één moment worden gemeten, ook het resultaat zijn van verschillen tussen levensfasen en hoeven zij dus niet op generatie-effecten te duiden. We onderzoeken dit door regressieanalyses uit te voeren waarin we naast de generatie (het geboortecohort) ook de levensfase opnemen, en daarnaast het geslacht en het opleidingsniveau. De resultaten hiervan zijn weergegeven in Tabel 1, waarin een + of – aangeeft dat een categorie significant positief (+) of negatief (–) verschilt van de referentiecategorieën. Als we rekening houden met het effect van de andere kenmerken zijn er bij geen van de drie altruïstische waarden van werk nog significante verschillen tussen de generaties. De generatieverschillen die we in Figuur 1 zagen, zijn dus toe te schrijven aan andere factoren dan de generatie (oftewel het geboortjaar) zelf.

**Tabel 1. Effecten van generatie, levensfase, geslacht en opleidingsniveau op het belang van altruïstische werkaspecten**

	Werk waarin je andere mensen kunt helpen	Een baan die nuttig is voor de samenleving	Werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen
<i>Generatie: (babyboomers = ref.)</i>			
generatie X			
generatie Y			
generatie Z			
<i>Levensfase (paar m.k.&lt;12 jr, werkend = ref.)</i>			
student ≤30 jr			+
alleenst., werkend ≤40 jr			
alleenst., niet-werkend ≤40 jr			+
paar z.k., ≤40 jr			
paar m.k.<12 jr, niet-werkend			
paar m.k. ≥12 jr, werkend			
paar m.k. ≥12 jr, niet- eenoudergezin		-	
paar z.k., werkend >40 jr			
paar z.k., niet-werkend >40 jr			
alleenst, werkend, >40 jr			
alleenst, niet-werkend, >40 jr	+		
gepensioneerd			
<i>Geslacht (man = ref.)</i>			
vrouw	+	+	+
<i>Opleidingsniveau</i>			
laagopgeleid	+		+
hoogopgeleid		+	+

**Noot: Resultaten van een ordinale regressieanalyse. Een + of – geeft een effect aan dat significant groter of kleiner is dan het effect van de referentiecategorie (p<0,05)**

De levensfase blijkt in een aantal gevallen wel een significant effect te hebben. Studenten en niet-werkende alleenstaanden tot 40 jaar vinden werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieuproblemen

belangrijker dan respondenten in latere levensfasen. Niet-werkende samenwonenden met een jongste kind van 12 jaar of ouder hechten het minste belang aan een baan die nuttig is voor de samenleving. Oudere niet-werkende alleenstaanden hechten relatief veel belang aan werk waarin je andere mensen kunt helpen. Verder vinden vrouwen alle drie altruïstische waarden belangrijker dan mannen met vergelijkbare kenmerken. Laagopgeleiden vinden het vaker dan middelbaar en hoogopgeleiden belangrijk om andere mensen te helpen, terwijl hoogopgeleiden het juist vaker belangrijk vinden dat hun baan nuttig is voor de samenleving. Zowel laagopgeleiden als hoogopgeleiden vinden het bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke problemen vaker belangrijk dan middelbaar opgeleiden.

We concluderen dat de jongere generatie de altruïstische waarden van werk weliswaar belangrijker vinden dan de oudere generaties, maar dat deze generatieverschillen *niet* duiden op een effect van de generatie zelf, maar samenhangen met verschillen in levensfase en opleidingsniveau.

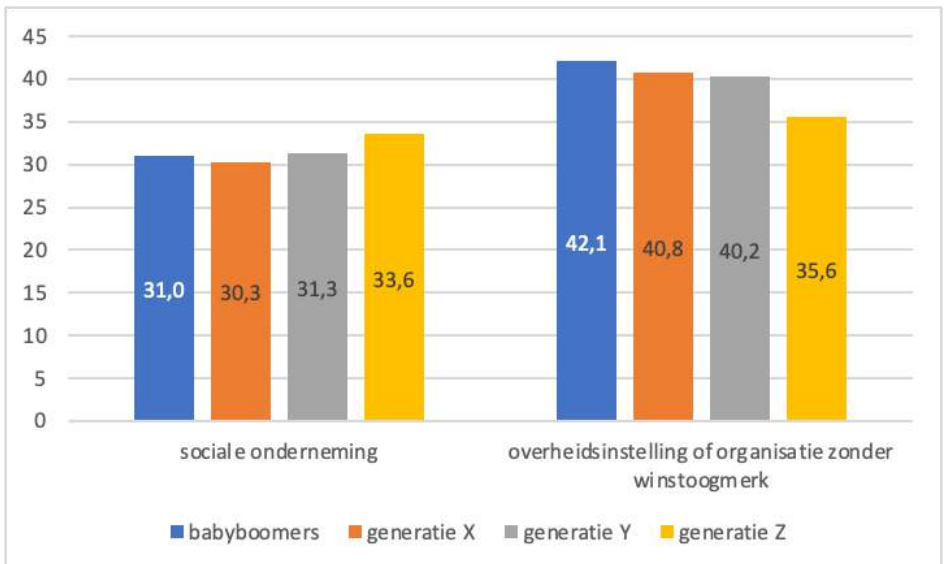
## Sociale ondernemingen populair bij jongere generaties, de overheid bij oudere generaties

De wens om via het werk bij te dragen aan de samenleving kan ook tot uitdrukking komen in de keuze van het soort organisatie waarvoor men wil werken. Zoals gezegd hebben we de respondenten de keuze voorgelegd tussen een (reguliere) commercieel bedrijf, een sociale onderneming en een overheidsinstelling of organisatie zonder winstoogmerk. Een sociale onderneming hebben we omschreven als “een commercieel bedrijf, maar één waarbij het werken aan een maatschappelijk doel centraal staat.” Als iemand een voorkeur heeft voor werken bij een sociale onderneming of bij een overheidsinstelling of organisatie zonder winstoogmerk is dit een aanwijzing dat deze persoon via zijn of haar werk (ook) een maatschappelijke bijdrage wil leveren. We hebben overigens geen nadere toelichting voor de voorkeur gevraagd, zodat mensen ook om andere redenen een voorkeur kunnen hebben voor een sociale onderneming of de overheid, zoals de mate van werkzekerheid of de (secundaire) arbeidsvoorwaarden.

**Error! Reference source not found.** laat zien dat er tussen de generaties geen grote verschillen zijn in de voorkeur voor het werken voor een sociale onderneming. Alleen de jongste generatie vindt dit iets vaker de meest

aantrekkelijke optie dan de oudere generaties, maar dit verschil is statistisch niet significant. De babyboomers vinden werken voor een overheidsinstelling of organisatie zonder winstoogmerk het aantrekkelijkst en generatie Z het minst aantrekkelijk. Iedere volgende generatie lijkt de overheid of een non-profit instelling dus minder aantrekkelijk te vinden om voor te werken.

**Figuur 2. Percentage respondenten per generatie dat het het meest aantrekkelijk vindt om voor een sociale onderneming resp. een overheidsinstelling of organisatie zonder winstoogmerk te werken**



De mate waarin men de overheid of een organisatie zonder winstoogmerk aantrekkelijk vindt, hangt voor de werkenden overigens sterk samen met de sector waarin men nu werkt. Van de respondenten die bij de overheid, in het onderwijs of in zorg of welzijn werken vindt tweederde de overheid of een non-profit organisatie het aantrekkelijkst, van de werkenden in de andere sectoren is dit iets meer dan een op de vijf. Dit geldt voor alle generaties, behalve voor generatie Z die de overheid ook minder aantrekkelijk vindt als men er zelf werkt. De mate waarin men een sociale onderneming aantrekkelijk vindt hangt veel minder samen met de sector waarin men nu werkt, al zijn degenen die in de overige (niet-commerciële) dienstverlening werken hier het meest positief over.

**Tabel 2. Effect van generatie, levensfase, geslacht en opleidingsniveau op de voorkeur voor werken voor een sociale onderneming of een overheidsinstelling**

	Sociale onderneming	Overheidsinstelling of organisatie zonder winstoogmerk
<i>Generatie: (babyboomers = ref.)</i>		
generatie X		
generatie Y		
generatie Z		-
<i>Levensfase (paar m.k.&lt;12 jr, werkend = ref.)</i>		
student ≤30 jr		
alleenst., werkend ≤40 jr		
alleenst., niet-werkend ≤40 jr	+	
paar z.k., ≤40 jr		
paar m.k.<12 jr, niet-werkend		
paar m.k. ≥12 jr, werkend		
paar m.k. ≥12 jr, niet-werkend		
eenoudergezin		
paar z.k., werkend >40 jr		
paar z.k., niet-werkend >40 jr	+	
alleenst, werkend, >40 jr		
alleenst, niet-werkend, >40 jr	+	
gepensioneerd		
<i>Geslacht (man = ref.)</i>		
vrouw	+	+
<i>Opleidingsniveau (middelbaar = ref.)</i>		
laagopgeleid		
hoogopgeleid		+

**Noot. Resultaten van een ordinale regressieanalyse. Een + of – geeft een effect aan dat significant groter of kleiner is dan het effect van de referentiecategorie (p<0,05)**

Net als bij de altruïstische waarden van werk onderzoeken we ook nu of de verschillen tussen de generaties blijven bestaan als we rekening houden met de levensfase, sekse en het opleidingsniveau van de respondenten (Tabel 2). De aantrekkelijkheid van werken bij een sociale onderneming blijkt niet significant te verschillen tussen de generaties, terwijl generatie Z werken bij de



overheid of een organisatie zonder winstoogmerk nog steeds het minst aantrekkelijk vindt.

Verder blijkt dat niet-werkenden zonder kinderen en vrouwen werken bij een sociale onderneming vaak het aantrekkelijkst vinden. De voorkeur voor werken bij de overheid verschilt niet tussen de levensfasen, maar vrouwen vinden dit wel aantrekkelijker dan mannen. Ook hoogopgeleiden vinden werken bij de overheid aantrekkelijker dan laag- en middelbaar opgeleiden.

Het ligt in de lijn der verwachting dat de voorkeur voor een bepaald soort organisatie mede wordt bepaald door de mate waarin men altruïstische waarden van belang vindt. Aan de regressieanalyses is daarom ook het belang van de drie altruïstische waarden van werk, die we in de vorige paragraaf hebben besproken, toegevoegd. Mensen die werk waarin je andere mensen kunt helpen en werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen belangrijk vinden, vinden het ook aantrekkelijker om voor een sociale onderneming te werken. Mensen die vooral het belang onderschrijven van een baan die nuttig is voor de samenleving, vinden juist werken bij de overheid of een non-profitorganisatie aantrekkelijker. Als we rekening houden met het belang van deze waarden veranderen de verschillen tussen de generaties niet noemenswaardig.

## Alle generaties willen een verandering in onze manier van leven

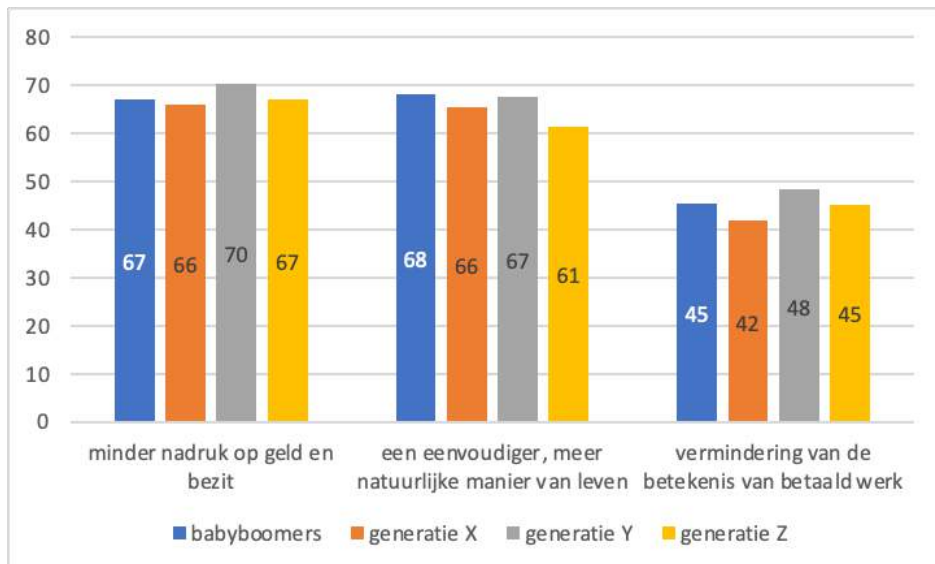
Naast hun opvattingen over werk hebben we de respondenten gevraagd of zij een aantal veranderingen in onze manier van leven een verbetering of een verslechtering zouden vinden of dat het hen niet uitmaakt. We richten ons hier op drie van die mogelijke veranderingen die we kunnen beschouwen als een ontwikkeling naar een minder materialistische leefstijl, namelijk:

- Minder nadruk op geld en bezit.
- Een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven.
- Vermindering van de betekenis die betaald werk in ons leven heeft.

Figuur 3 laat het percentage respondenten in de verschillende generaties zien dat een bepaalde verandering in onze manier van leven een verbetering zou vinden. Ongeveer twee op de drie respondenten zien graag minder nadruk op geld en bezit en een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven. Iets minder dan de helft zou het ook een verbetering vinden als de betekenis van

betaald werk zou verminderen. De verschillen tussen de generaties zijn vrij klein. Generatie Y vindt minder nadruk op geld en bezit en vermindering van de betekenis van betaald werk het vaakst een verbetering. De babyboomers zijn het vaakst voorstander van een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven. Opvallend is dat de voorkeuren van generatie Y meer lijken op die van de babyboomers dan op die van generatie X.

**Figuur 3. Percentage respondenten per generatie dat een verandering in onze manier van leven een verbetering zou vinden**



We gaan opnieuw na of de verschillen tussen de generaties significant zijn als we controleren voor levensfase, sekse en opleidingsniveau (Tabel 3). Dit blijkt in de meeste gevallen niet zo te zijn. Alleen beschouwt generatie X significant minder vaak dan de babyboomers een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven als een verbetering.

Als we naar de levensfase kijken zijn het vooral niet-werkende alleenstaanden die minder nadruk op geld en bezit vaak als een verbetering beschouwen. Werkende paren met kinderen van 12 jaar of ouder vinden een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven het minst vaak een verbetering. Alle categorieën niet-werkenden, alleenstaande ouders en oudere werkende

alleenstaanden vinden vermindering van de betekenis van betaald werk verhoudingsgewijs vaak een verbetering.

**Tabel 3. Effect van generatie, levensfase, geslacht en opleidingsniveau op de vraag of men een verandering in onze manier van leven een verbetering vindt.**

	Minder nadruk op geld en bezit	Een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven	Vermindering van de betekenis die betaald werk in ons leven heeft
<i>Generatie: (babyboomers = ref.)</i>			
generatie X		–	
generatie Y			
generatie Z			
<i>Levensfase (paar m.k.&lt;12 jr, werkend = ref.)</i>			
student ≤30 jr			
alleenst., werkend ≤40 jr			
alleenst., niet-werkend ≤40	+		+
paar z.k., ≤40 jr			
paar m.k.<12 jr, niet-			+
paar m.k. ≥12 jr, werkend		–	
paar m.k. ≥12 jr, niet-			+
eenoudergezin			+
paar z.k., werkend >40 jr			
paar z.k., niet-werkend >40			+
alleenst, werkend, >40 jr			+
alleenst, niet-werkend, >40	+		+
gepensioneerd			
<i>Geslacht (man = ref.)</i>			
vrouw	+	+	+
<i>Opleidingsniveau (middelbaar = ref.)</i>			
laagopgeleid	–	–	+
hoogopgeleid	+	+	+

**Noot: Resultaten van een ordinale regressieanalyse. Een + of – geeft een effect aan dat significant groter of kleiner is dan het effect van de referentiecategorie (p<0,05)**

Verder vinden relatief veel vrouwen en hoogopgeleiden alle drie veranderingen in leefstijl een verbetering, terwijl juist weinig laagopgeleiden ze als een verbetering zien, behalve de vermindering van de betekenis van betaald werk.

Is een voorkeur voor een verandering van leefstijl ook van invloed op de voorkeur om voor een bepaald soort organisatie te werken? Dit blijkt inderdaad het geval te zijn. De respondenten die elk van de drie veranderingen in leefstijl een verbetering vinden, vinden het ook aantrekkelijker om voor een sociale onderneming te werken. Degenen die minder nadruk op geld en bezit en vermindering van de betekenis van betaald werk een verbetering vinden, vinden ook werken bij de overheid aantrekkelijker. Maar ook als hiermee rekening wordt gehouden vindt generatie Z werken bij de overheid of een organisatie zonder winstoogmerk nog steeds minder aantrekkelijk dan de babyboomers.

## Sinds de coronacrisis zijn we maatschappelijke impact en verandering van leefstijl belangrijker gaan vinden

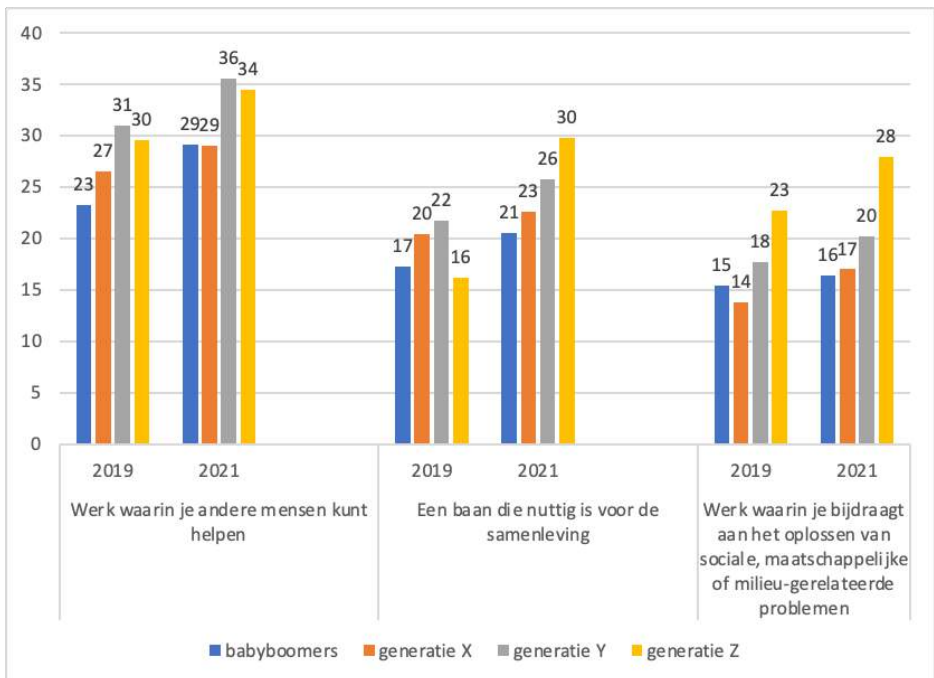
Zoals we hiervoor hebben opgemerkt zou een (economische) crisis tijdelijk tot een grotere nadruk op materialistische waarden kunnen leiden. In lijn hiermee zou men kunnen verwachten dat mensen tijdens een crisis minder oog krijgen voor de maatschappelijke impact van hun werk en meer belang gaan hechten aan de materialistische waarden van inkomen en zekerheid. Het is echter ook denkbaar dat mensen in een crisis – en zeker een atypische crisis als de coronacrisis – juist meer bewust worden van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid en de noodzaak om onze leefstijl in een meer duurzame inrichting om te buigen. Zo was er tijdens de coronacrisis veel waardering voor de zogenaamde ‘vitale’ beroepen, zoals die in de verpleging, de kinderopvang en het onderwijs. Dit zou ertoe kunnen hebben geleid dat mensen de maatschappelijke impact van hun werk belangrijker zijn gaan vinden.

We gaan daarom na hoe de waardering van altruïstische waarden van werk, de aantrekkelijkheid van verschillende soorten organisaties en de opvattingen over een andere leefstijl sinds het begin van de coronacrisis zijn veranderd. We doen dit door de uitkomsten van de *Waarde van Werk Monitor 2021*, die we hiervoor hebben geanalyseerd, te vergelijken met die van de *Waarde van Werk Monitor 2019*, waarin we dezelfde vragen hebben gesteld. We merken wel op

dat er tussen het voorjaar van 2019 en het voorjaar van 2021 meer is gebeurd dan alleen de coronacrisis – al is dat zeker de meest prominente gebeurtenis geweest – zodat we niet met zekerheid kunnen stellen dat de veranderingen die we registreren (alleen) het gevolg zijn van de coronacrisis.

Het is goed in gedachten te houden dat alle generaties die we onderscheiden in 2019 twee jaar jonger waren dan in 2021. Als we overeenkomstige generaties in 2019 en 2021 vergelijken, vergelijken we dus in principe dezelfde bevolkingsgroep die in 2021 twee jaar ouder is geworden.

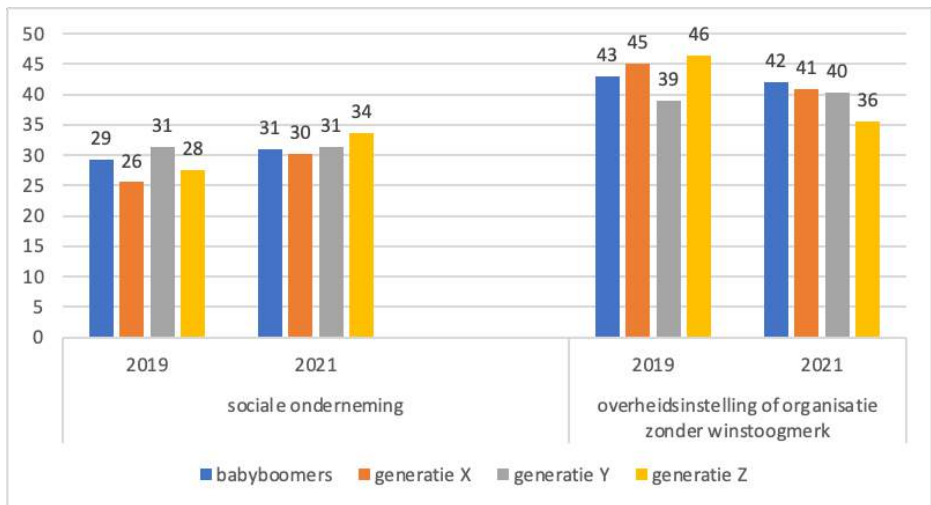
**Figuur 4. Percentage respondenten per generatie dat verschillende altruïstische waarden van werk zeer belangrijk vindt in 2019 en 2021**



Figuur 4 laat tussen 2019 en 2021 bij alle generaties een toename zien van het percentage dat ‘werk waarin je andere mensen kunt helpen’, ‘een baan die nuttig is voor de samenleving’ en ‘werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen’ zeer belangrijk vindt. Dit duidt erop dat de coronacrisis het belang van de maatschappelijke impact van het werk over de gehele linie heeft vergroot. Het

meest opvallend is dat het aandeel respondenten in generatie Z dat ‘een baan die nuttig is voor de samenleving’ zeer belangrijk vindt, bijna is verdubbeld. Hierbij past wel de kanttekening dat het aantal respondenten dat in 2019 tot generatie Z behoorde relatief klein was (nl. 124), zodat de resultaten voor dat jaar minder betrouwbaar zijn. Verder zijn de verschillen tussen de generaties in de toename van het belang van altruïstische waarden niet groot.

**Figuur 5. Percentage respondenten per generatie dat het het meest aantrekkelijk vindt om voor een sociale onderneming resp. een overheidsinstelling of organisatie zonder winstooiwerk te werken in 2019 en 2021**

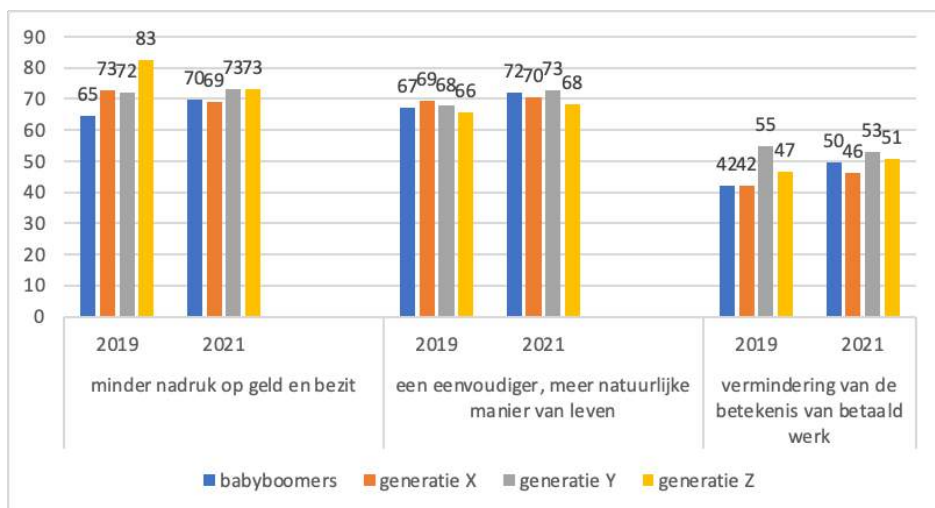


In Figuur 5 vergelijken we de voorkeur voor het werken voor een sociale onderneming respectievelijk een overheidsinstelling of een organisatie zonder winstooiwerk in 2019 en 2021. Het aandeel respondenten dat een sociale onderneming het meest aantrekkelijk vindt is tussen 2019 en 2021 bij alle generaties, behalve bij generatie Y, iets toegenomen. Het aandeel dat een overheidsinstelling of non-profit organisatie het meest aantrekkelijk vindt is juist bij alle generaties, behalve generatie Y, afgenomen. Vooral generatie X en generatie Z zijn een sociale onderneming aantrekkelijker gaan vinden en de overheid of een non-profitorganisatie juist minder aantrekkelijk. Blijkbaar hebben deze generaties een minder positief beeld gekregen van de overheid en non-profitorganisaties en juist een positiever beeld van sociale ondernemingen. Opvallend is dat de voorkeuren van de babyboomers en van generatie Y tussen 2019 en 2021 nauwelijks veranderd zijn, maar zij waren in

2019 al minder enthousiast om bij een overheidsinstelling te werken en juist positiever over werken bij een sociale onderneming.

Tot slot vergelijken we in Figuur 6 het percentage van de respondenten dat in 2019 en in 2021 een verandering in leefstijl een verbetering zou vinden. Voor elk van de drie ‘alternatieve’ leefwijzen is de steun onder de bevolking toegenomen, zij het dat dit niet voor iedere generatie geldt. Generaties X en Z vonden in 2021 juist minder vaak dan in 2019 dat minder nadruk op geld en bezit een verbetering zou zijn, terwijl de babyboomers en generatie Y dit wel (iets) vaker zijn gaan waarderen. Ook bij een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven zijn het vooral de babyboomers en generatie Y die dit vaker als een verbetering zijn gaan zien, hoewel ook generaties X en Y hierover wat positiever zijn gaan denken. Vooral de babyboomers zijn vermindering van de betekenis van betaald werk vaker als een verbetering gaan zien, terwijl generatie Y hierover juist kritischer is geworden. Ten aanzien van de voorkeuren voor een andere manier van leven lijkt de coronacrisis dus niet bij alle generaties hetzelfde effect te hebben gehad.

**Figuur 6. Percentage respondenten per generatie dat een verandering in onze manier van leven een verbetering zou vinden in 2019 en 2021**



In Figuur 7 vatten we de drie voorgaande figuren samen door de veranderingen tussen 2019 en 2021 weer te geven. Over het geheel zien we dat de respondenten tussen 2019 en 2021 de altruïstische waarden

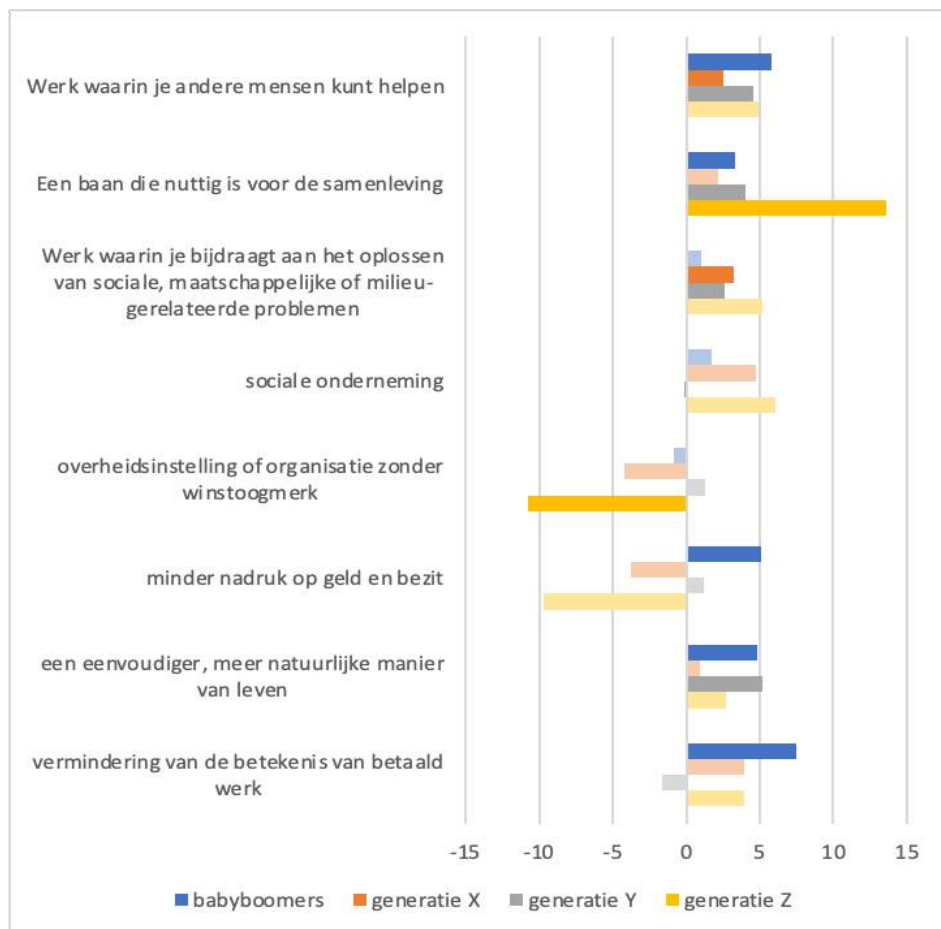
belangrijker zijn gaan vinden, werken voor een sociale onderneming aantrekkelijker zijn gaan vinden en een verandering in leefstijl vaker als een verbetering zijn gaan zien. De coronacrisis lijkt er dus toe te hebben bijgedragen dat mensen de maatschappelijke impact van hun werk belangrijker zijn gaan vinden en vaker van mening zijn dat onze manier van leven minder 'materialistisch' zou moeten worden. Tegelijkertijd zijn de overheid en non-profitorganisaties minder populair geworden. De meeste veranderingen hebben zich bij alle generaties voorgedaan, maar er zijn wel enkele markante verschillen en niet alle veranderingen zijn statistisch significant.

In Figuur 7 zijn de veranderingen tussen 2019 en 2021 die statistisch significant zijn als we rekening houden met het effect van levensfase, sekse en opleidingsniveau, donker getint. Als de balken lichter getint zijn, is het verschil tussen 2019 en 2021 niet significant. In 2021 vonden de babyboomers, generatie X en generatie Y significant vaker dan in 2019 dat werk waarin je andere mensen kunt helpen zeer belangrijk is. De babyboomers, generatie Y en vooral generatie Z vonden een baan die nuttig is voor de samenleving vaker zeer belangrijk. Generaties X en Y vonden ook werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van maatschappelijke en milieuproblemen significant vaker zeer belangrijk.

Geen van de generaties vond in 2021 significant vaker dan in 2019 dat werken voor een sociale onderneming het aantrekkelijkst is. Alleen generatie Z vond werken voor een overheidsinstelling in 2021 significant minder vaak aantrekkelijk dan in 2019. De babyboomers vonden in 2021 alle drie veranderingen in leefstijl vaker een verbetering dan in 2019. Verder vond alleen generatie Y een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven in 2021 vaker een verbetering dan in 2019.



**Figuur 7. Verschil tussen 2019 en 2021 in het percentage respondenten per generatie dat de verschillende aspecten zeer belangrijk/meest aantrekkelijk/verbetering vindt**



**Noot: Significante verschillen tussen 2019 en 2021 zijn donker getint (p<0,05).**

## Samenvatting en conclusie

We vatten de belangrijkste resultaten van deze *Kort & Bondig* samen.

Allereerst hebben we geconstateerd dat er inderdaad, zoals vaak wordt gesuggereerd, verschillen zijn tussen de ‘maatschappelijke’ waarden van verschillende generaties. Als we alleen kijken naar het geboortjaar, lijken generaties Y en Z (geboren in 1980 of later) een groter belang te hechten aan zogenaamde altruïstische waarden van werk en vinden ze minder nadruk op geld en bezit en vermindering van de betekenis van betaald werk vaker een verbetering dan de babyboomers en generatie X. We vonden geen verschil tussen de geboortecohorten in de mate waarin zij werken bij een sociale onderneming aantrekkelijk vinden. Wel bleken de babyboomers het het meest aantrekkelijk te vinden en generatie Z het minst aantrekkelijk om bij de overheid of een organisatie zonder winstoogmerk te werken.

Deze verschillen tussen geboortecohorten duiden in het algemeen echter *niet* op generatie-effecten. De verschillen die op één moment worden gemeten kunnen namelijk ook samenhangen met verschillen in waarden tussen de levensfasen. Inderdaad verdwijnen bijna alle verschillen tussen de generaties als we controleren voor levensfase, sekse en opleidingsniveau. Wel blijft generatie Z het het minst aantrekkelijk vinden om bij de overheid te werken en vindt generatie X een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven minder vaak een verbetering dan de andere generaties.

Verder valt op dat vrouwen alle indicatoren voor de maatschappelijke impact van het werk belangrijker vinden dan mannen. Voor hoogopgeleiden geldt dit over het algemeen ook in vergelijking met middelbaar en laagopgeleiden, maar niet bij werk waarin je andere mensen kunt helpen en niet bij werken voor een sociale onderneming. Laagopgeleiden vinden werk waarin je andere mensen kunt helpen juist het vaakst belangrijk.

Door de coronacrisis zijn mensen de maatschappelijke impact van hun werk over het algemeen belangrijker gaan vinden, met uitzondering van het werken voor de overheid of een organisatie zonder winstoogmerk en minder nadruk op geld en bezit. Dit geldt voor bijna alle generaties, zodat er eerder van een algemene trend (een periode-effect) kan worden gesproken dan van veranderingen bij bepaalde generaties. Wel zien we dat generatie Y werken bij een sociale onderneming en vermindering van de betekenis van betaald werk

sinds de coronacrisis niet positiever is gaan waarderen. Als we rekening houden met levensfase, sekse en opleiding is de algehele voorkeur voor een sociale onderneming echter niet veranderd en zijn vooral de babyboomers een verandering van leefstijl vaker als een verbetering gaan zien, hoewel dit ook geldt voor generatie Y ten aanzien van een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven.

We concluderen dat we heel terughoudend moeten zijn met uitspraken over verschillen in opvattingen tussen de jongere generaties – de millennials en generatie Z enerzijds – en de oudere generaties – de babyboomers en generatie X anderzijds – over de maatschappelijke impact van hun werk en de wenselijkheid van een andere leefstijl. De verschillen die men op één moment tussen de generaties constateert, hangen over het algemeen eerder samen met de levensfase en verschillen tussen hoger en lager opgeleiden dan met duurzame verschillen tussen generaties.

Er zijn wel systematische verschillen tussen vrouwen en mannen en tussen hoog-, middelbaar en laagopgeleiden. Vrouwen en hoogopgeleiden hechten over het algemeen meer belang aan de maatschappelijke impact van hun werk en zijn vaker voorstander van een verandering in leefstijl dan mannen en laagopgeleiden. Aangezien zowel het aandeel vrouwen als het aandeel hoogopgeleiden in de beroepsbevolking trendmatig groeit, zou dit er toe kunnen bijdragen dat een steeds groter deel van de beroepsbevolking het belangrijk vindt dat hun werk ook maatschappelijke impact heeft.

Tot slot heeft de coronacrisis het belang van de maatschappelijke impact van werk en de wenselijkheid van een andere leefstijl (behalve minder nadruk op geld en bezit) vergroot. Dit is een algemene trend die zich, wat de leefstijl betreft, nog het sterkst heeft gemanifesteerd bij de babyboomers. Maar ook millennials zijn een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven vaker als een verbetering gaan zien. We weten echter nog niet of deze veranderingen blijvend zullen zijn als de coronacrisis voorbij is.

## Literatuur

- Abramson, P. R., & Inglehart, R. (1986). Generational replacement and value change in six West European societies. *American Journal of Political Science*, 30(1), 1-25.
- Cennamo, L., & Gardner, D. (2008) Generational differences in work values, outcomes and person-organisation values fit. *Journal of Managerial Psychology*, 23(8), 891-906.
- Parry, E., & Urwin, P. (2011) Generational differences in work values: a review of theory and evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13, 79-96.

## Bijlage – Levensfasen

In onderstaande tabel wordt de afbakening van de verschillende levensfasen die in de analyses zijn gebruikt weergegeven.

**Tabel A1. Levensfasen**

	Hoofdactiviteit	Huishoudenspositie	Leeftijd
1	scholier/student	alle zonder kinderen	≤ 30 jr
2	werknemer/zelfstandige	alleenstaand/thuiswonend	≤ 40 jr
3	niet-werkend, niet scholier/student	alleenstaand/thuiswonend	≤ 40 jr
4	alle behalve scholier/student <sup>a</sup>	paar z.k.	≤ 40 jr
5	werknemer/zelfstandige	paar m.k.< 12 jr	alle
6	niet-werkend	paar m.k.< 12 jr	alle
7	werknemer/zelfstandige	paar m.k. <sup>3</sup> 12 jr	alle
8	niet-werkend	paar m.k. <sup>3</sup> 12 jr	alle
9	alle	eenoudergezin	alle
10	werknemer/zelfstandige	paar z.k.	> 40 jr
11	niet-werkend	paar z.k.	> 40 jr
12	werknemer/zelfstandige	alleenstaand	> 40 jr
13	niet-werkend	alleenstaand	> 40 jr
14	gepensioneerd	alle	> 40 jr

**Noot:** z.k. = zonder (thuiswonende) kinderen; m.k. = met (thuiswonende) kinderen; a: omdat het aantal samenwonende respondenten van 40 jaar of jonger zonder kinderen dat niet werkt en niet studeert klein is, maken we bij deze samenlevingsvorm geen onderscheid tussen werkenden en niet-werkenden.

## AIAS-HSI Kort & Bondig reeks

De reeks Kort & Bondig omvat korte publicaties waarin bondig de resultaten van recent uitgevoerd onderzoek van AIAS-HSI worden gepresenteerd. De reeks is bedoeld voor ieder die snel kennis wil nemen van de uitkomsten van wetenschappelijk onderzoek, maar niet de tijd of de interesse heeft om een geheel onderzoeksrapport door te nemen. Voor de lezer die zich verder in het onderzoek wil verdiepen worden afzonderlijk AIAS-HSI Working Papers gepubliceerd die een uitgebreide verantwoording en weergave van het onderzoek en de resultaten bevatten.

## Informatie over AIAS-HSI

AIAS-HSI is ontstaan uit de samensmelting van twee onderzoeksinstituten van de Universiteit van Amsterdam: het Amsterdams Instituut voor Arbeids-Studies (AIAS) en het Hugo Sinzheimer Instituut (HSI).

AIAS-HSI is een instituut voor multidisciplinair onderzoek en onderwijs op het terrein van (de regulering van) arbeid. Het onderzoek richt zich vooral op de veranderingen die zich voordoen op het terrein van arbeid, zowel in Nederland als internationaal.

AIAS-HSI heeft tot doel om interdisciplinair onderzoek op dit terrein te stimuleren, coördineren en uit te voeren. Daarbij wordt gebruik gemaakt van inzichten uit de rechtswetenschap, sociale wetenschappen, economie en andere disciplines.

Voor meer informatie zie onze website [www.aias-hsi.uva.nl](http://www.aias-hsi.uva.nl).

### Postadres

Postbus 15966  
1001 NL Amsterdam

### Bezoekadres

Nieuwe Achtergracht 166  
1018 WV Amsterdam

