

Generatie Z op de werkvloer - ook binnen Legal



Generatie Z betreedt stilaan de arbeidsmarkt en volgt zo generatie Y en X op. Deze generatie (geboren na 1992) wordt algemeen gekenmerkt door een andere gedachtegang en staat doorgaans anders in het leven. Maar hoe vertaalt dit zich in een specifiek vakgebied als Legal? Samen met het mediabedrijf en GEN Z specialist Guido deed **USG Professionals** onderzoek naar de voorkeuren van deze hoogopgeleide studenten en Young Starters binnen de rechten of rechtspraktijk.

Eén ding is zeker, ze weten heel goed wat ze willen: een job vinden gerelateerd aan hun studies en de mogelijkheid om hier in door te groeien. Bij het benaderen van deze doelgroep is het daarom belangrijk om concrete vacatures en een duidelijke profielomschrijving te hanteren.

In de toekomst ziet deze groep zichzelf als een expert binnen hun branche of met een grote verscheidenheid aan projecten op de teller. Ze schatten hun kansen op het vinden van een job hoog in. Zo is 79% ervan overtuigd om binnen de zes maanden een eerste job te vinden. Dit alles begint volgens hun bij het bemachtigen van de juiste stageplaats of door proactief te solliciteren alvorens ze afstuderen. Ondanks dat ze opgroeiden binnen een digitale wereld dragen ze persoonlijk contact nog steeds hoog in het vaandel. 79% geeft aan dat ze hun toekomstige werkgever willen ontmoeten via een traditioneel sollicitatiegesprek. Daarnaast is een sollicitatiedag/bedrijfsbezoek een goed alternatief.

Maar wie is nu de ideale werkgever? Een vernieuwende start-up of een KMO zijn niet de omgevingen waar zij zichzelf plaatsen. Zij kiezen liever voor een job bij de overheid, een multinational of een job als zelfstandige. Consultancy, de bank/financiële sector en de eventsector blijken populaire sectoren. De aspecten waar een schoolverlater zich op baseert bij de keuze van een potentiële werkgever zijn een goede werksfeer en een inspirerende werkomgeving, variatie in de job, een aantrekkelijk loonpakket, persoonlijke ontwikkeling en toegang tot een uitgebreid netwerk. Zaken die de keuze negatief kunnen beïnvloeden zijn onzekerheid, gebrek aan stabiliteit en een slechte work-life balance.

Voor een variërende en uitdagende job in een inspirerende omgeving is dit doelpubliek bereid om heel wat toegevingen te doen. Zo geeft 60% aan bereid te zijn om te verhuizen en zit 54% er niet met in om langer dan 30 minuten onderweg te zijn naar het werk. Een bedrijfsauto is echter geen prioriteit, de meerderheid prefereert een mobiliteitsbudget of cash for car.

[U kan de volledige white paper hier raadplegen.](#)

Gen Z op de werkvloer, ook in Legal. Lees het artikel op www.lexgo.be, de grootste site voor juridische info

Image not found or type unknown