

2025

Generatie Z. Generatie Wie?

# Effectief bereiken

van Generatie Z in de landbouw.



**Jaap Wouda**  
Manager Marketing Communicatie Aeres Tech



**Jeroen Ekkelenkamp**  
Coördinator werving & voorlichting  
BBL

We nemen jullie mee hoe wij als Aeres Tech in samenwerking met Kraakman nieuwe studenten en medewerkers werven met de focus op GEN Z!



# Werkt Gen Z-taal in marketingvideo's?



Werkt  
marke



l in  
s?

g.  
.

# Quiz straattaal

**Cappu:** Cappuccino

**Hdp:** Heerlie de peerlie

**Boka:** Bonuskaart

**Biba:** Bitterbal

**No cap:** Ik lieg niet

**Cringe:** Wanneer je in een gênante situatie zit door iemands gedrag.

**Slay:** Iemand een compliment te geven over zijn/haar/hun outfit.

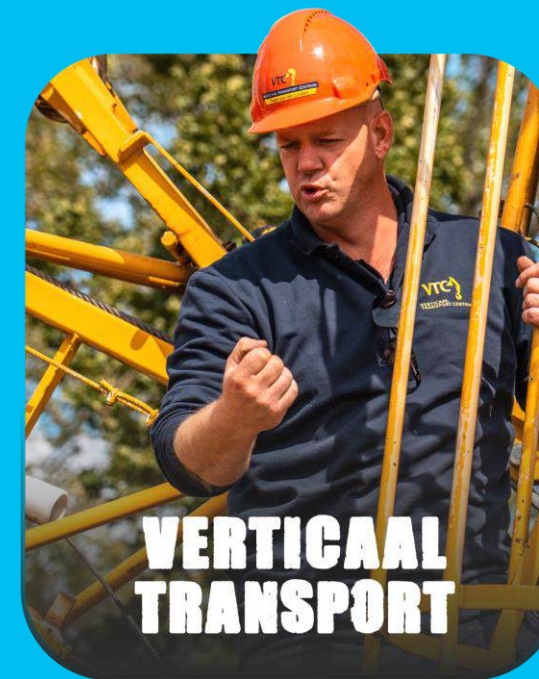
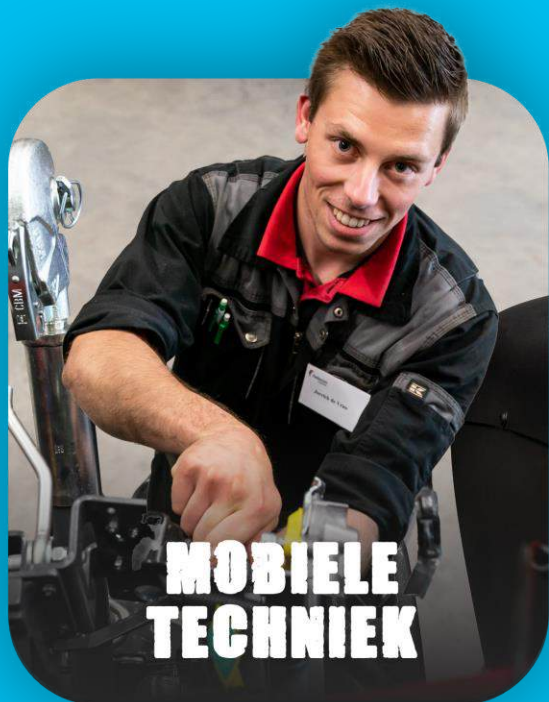
Even voorstellen

# Aeres Tech



**Jaap Wouda**  
Manager Marketing Communicatie Aeres Tech







Monteurs opleiding

# Aeres Tech

- BBL-opleiding Werken en leren
- Learning by Doing
- 8 blokweken per jaar
- Werken aan de nieuwste machines
- Salaris tijdens opleiding



# Merken die je bij ons tegen komt

**VALTRA**



**MASSEY FERGUSON**

**STEYR**

**CLAAS**



**JOHN DEERE**



**CASE IH**  
AGRICULTURE

**FENDT**



**V O L V O**

**SEINBOGEN**

Samenwerking

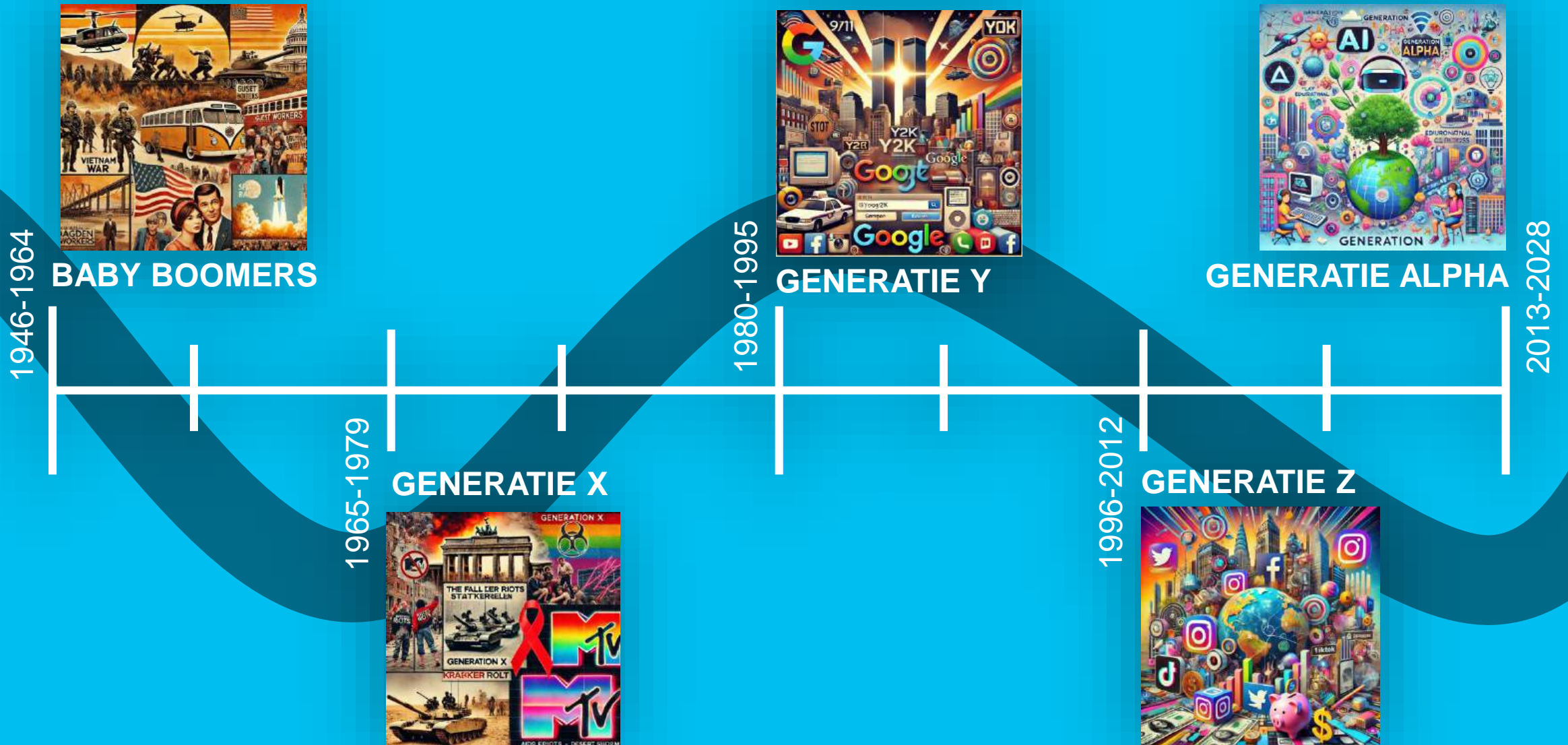
# Kraakman





**Welke generatie ben jij?**

# Welke generatie ben jij?





# Generatie Z vanuit de maatschappij

- Leeftijd tussen de 13 en 29 jaar
- Nederland telt 3.288.000 Z-ers
- 18% van de Nederlandse bevolking
- Man vrouw verhouding ♂ 1.678.000 vs ♀ 1.610.000

# Generatie Z

## Altijd online

Ze schakelen moeiteloos tussen verschillende activiteiten en platformen, maar gaat ook gepaard met een lagere spanningsboog

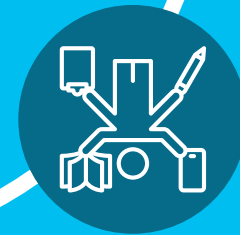


## Werk privé balans

Echte wereldburgers met **flexibele** werkstijl, werken wanneer het nodig is en werk moet **leuk** zijn. **Impact** maken en purpose

## Authentiek

Zelfexpressie en authenticiteit staan voorop



## Actief in sociale kwesties

Ze nemen standpunten in en zijn bewust bezig met thema's zoals milieu, duurzaamheid, gelijkheid en mentale gezondheid.

gemiddeld

# Mediagedrag

|                  | Generatie Z                                  | Millennials | Generatie X                           |
|------------------|----------------------------------------------|-------------|---------------------------------------|
| Aantal netwerken | 4,7                                          | 3,6         | 3,1                                   |
| WhatsApp         | 88% ↓ <sup>2023:</sup> <sub>93%</sub>        | 88%         | 88%                                   |
| Facebook         | 42% ↓ <sup>2023:</sup> <sub>49%</sub>        | 63%         | <b>70%</b>                            |
| Instagram        | <b>73%</b> ↓ <sup>2023:</sup> <sub>79%</sub> | <b>61%</b>  | 43%                                   |
| LinkedIn         | 30%                                          | <b>43%</b>  | 37%                                   |
| Pinterest        | <b>30%</b>                                   | 22%         | 18%                                   |
| Snapchat         | <b>65%</b> ↓ <sup>2023:</sup> <sub>73%</sub> | 18%         | 6%                                    |
| TikTok           | <b>53%</b>                                   | 18%         | 11%                                   |
| X (Twitter)      | 16%                                          | 15%         | 14% ↓ <sup>2023:</sup> <sub>21%</sub> |

|                                                        | Generatie Z | Millennials | Generatie X |
|--------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Om informatie op te zoeken                             | 52%         | 47%         | 51%         |
| Om het nieuws te volgen                                | 47%         | 45%         | 48%         |
| Om inspiratie op te doen                               | <b>53%</b>  | <b>50%</b>  | 38%         |
| Om reviews of reacties van anderen te bekijken         | 40%         | 37%         | 38%         |
| Om op de hoogte te blijven van trends / ontwikkelingen | <b>51%</b>  | <b>36%</b>  | 27%         |
| Om nieuwe producten / merken te ontdekken              | <b>41%</b>  | <b>30%</b>  | 24%         |
| Om te bekijken of een bedrijf betrouwbaar is           | 22%         | 25%         | 24%         |
| Om in contact te komen met een bedrijf                 | 18%         | 24%         | 25%         |
| Om bedrijven / merken te volgen                        | <b>32%</b>  | <b>29%</b>  | <b>21%</b>  |
| Om influencers te volgen                               | <b>40%</b>  | 17%         | 6%          |

YouTube is niet meegenomen als social media, maar behoort tot de topkanalen van Gen Z.

Bron: [Zo gedragen generaties zich online: de laatste cijfers](#) - Frankwatching

# Mediagedrag

|                  | Generatie Z            | Millennials | Generatie X     |
|------------------|------------------------|-------------|-----------------|
| Aantal netwerken | 4,7                    | 3,6         | 3,1             |
| WhatsApp         | 88% ↓ 2023: 93%        | 88%         | 88%             |
| Facebook         | 42% ↓ 2023: 49%        | 63%         | <b>70%</b>      |
| Instagram        | <b>73%</b> ↓ 2023: 79% | <b>61%</b>  | 43%             |
| LinkedIn         | 30%                    | <b>43%</b>  | 37%             |
| Pinterest        | <b>30%</b>             | 22%         | 18%             |
| Snapchat         | <b>65%</b> ↓ 2023: 73% | 18%         | 6%              |
| TikTok           | <b>53%</b>             | 18%         | 11%             |
| X (Twitter)      | 16%                    | 15%         | 14% ↓ 2023: 21% |

|                                                        | Generatie Z | Millennials | Generatie X |
|--------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Om informatie op te zoeken                             | 52%         | 47%         | 51%         |
| Om het nieuws te volgen                                | 47%         | 45%         | 48%         |
| Om inspiratie op te doen                               | <b>53%</b>  | <b>50%</b>  | 38%         |
| Om reviews of reacties van anderen te bekijken         | 40%         | 37%         | 38%         |
| Om op de hoogte te blijven van trends / ontwikkelingen | <b>51%</b>  | <b>36%</b>  | 27%         |
| Om nieuwe producten / merken te ontdekken              | <b>41%</b>  | <b>30%</b>  | 24%         |
| Om te bekijken of een bedrijf betrouwbaar is           | 22%         | 25%         | 24%         |
| Om in contact te komen met een bedrijf                 | 18%         | 24%         | 25%         |
| Om bedrijven / merken te volgen                        | <b>32%</b>  | <b>29%</b>  | <b>21%</b>  |
| Om influencers te volgen                               | <b>40%</b>  | 17%         | 6%          |

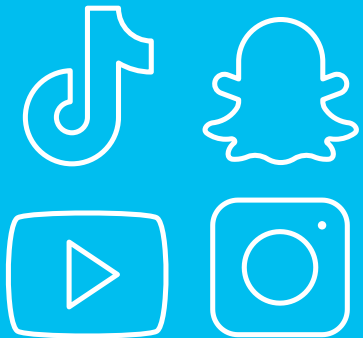
*YouTube is niet meegenomen als social media, maar behoort tot de topkanalen van Gen Z.*

Bron: [Zo gedragen generaties zich online: de laatste cijfers - Frankwatching](#)



## Kenmerken

# Mediagebruik generatie Z



### Platformen

Snelle visuele content



### Authenticiteit

Echte verhalen, eerlijke meningen en behind the scenes  
Wantrouwen traditionele reclame



### Actieve

### deelname

Naast consumeren, nemen ze ook deel aan de interactie  
Interactieve media als polls, challenges en commentaar



### Aandachts

### Spanning

15-60 seconden, door het overaanbod aan informatie

Marketing

# voor Gen Z

Er zijn wel drie algemene Gen Z wensen die we in alle onderzoeken die we hebben gedaan terug zien komen.

- Snel en flexibel
- Herkenbaarheid
- Kort en krachtig

De gemiddelde aandacht die een boodschap krijgt is amper 8 seconden. Maar liefst 4 seconden minder dan de vorige generatie, de millennials).

**Kom dus snel ter zake. Formulier krachtig. En maak het visueel aantrekkelijk.**



# Werken met Generatie Z in de landbouwtechniek?



# Leerling monteurs Gen-Z

## Belangrijk

Opleiding praktijkgericht zijn  
Persoonlijke contact en oprecht  
Werksfeer en plezier  
Studie in combinatie met salaris  
Diversiteit in werkzaamheden

## Minder belangrijk

Impact maken en de wereld veranderen  
Ze nemen standpunten in en zijn bewust  
bezig met thema's zoals milieu, gelijkheid en  
mentale gezondheid.

Ervaring met studenten

# Kraakman

- Flexibele werktijden mogelijk
- Werken in een team van professionals
- Persoonlijke begeleiding op de werkvloer
- Kans op een vast contract na afronding
- Praktijkgericht leren met ervaren vakmensen



# Wervingsfunnel nieuwe student

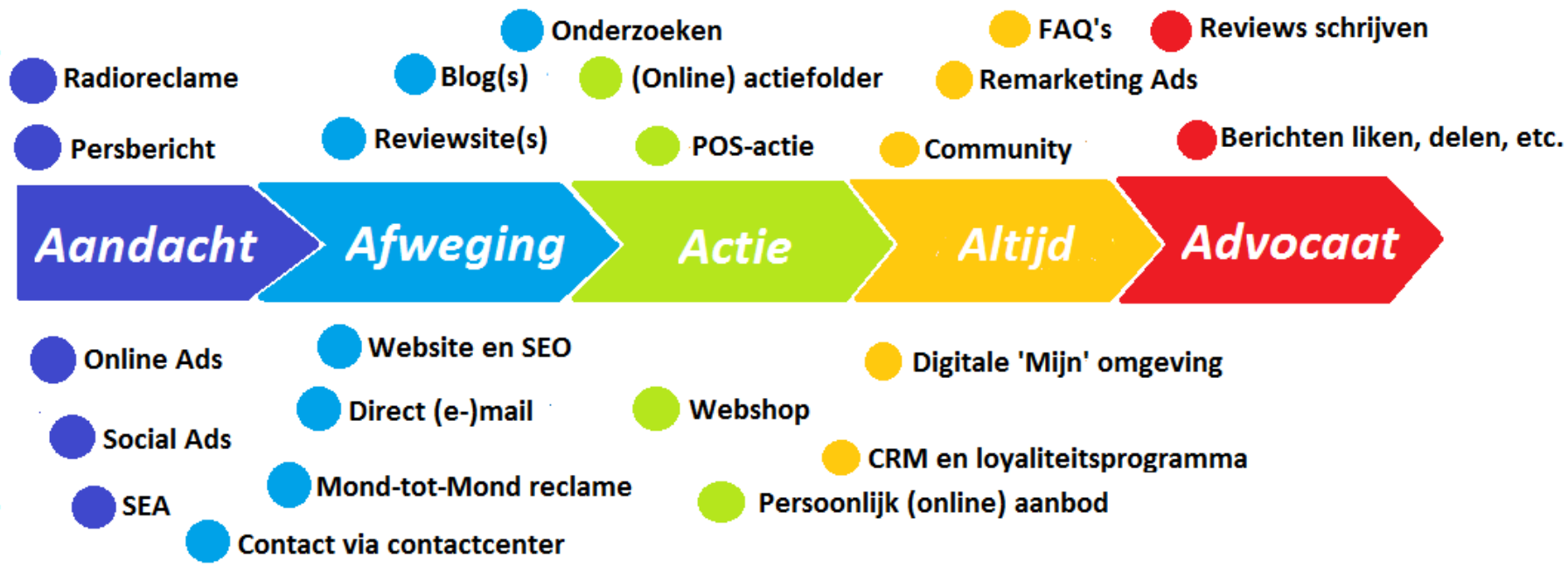
- A. Onderwijsbeurzen en voorlichtingen
- B. Opvolgen MQL
- C. Open dag + Matchingservice
- D. Opvolgen SQL
- E. Aanmelden opleiding
- F. Doorstroom
- G. Ambassadeurs



Massa-communicatie



1-op-1 communicatie



**AERES TECH**

17/18 JAN

**OPEN DAG**

**GENERATIE T (TECHNIEK)**

**STUDEREN MET SALARIS, BOUWEN AAN JE TOEKOMST**

**GO°**

Ondek jou toekomst in de techniek bij Aeres Tech of Opleidingcentrum GO en Meld je snel aan op [www.aerestech.nl/opendag](http://www.aerestech.nl/opendag)



**AERES TECH**

**OPEN DAGEN**

**GENERATIE T (TECHNIEK)**

**WORD DE SPECIALIST DIE DE SECTOR NODIG HEEFT**

17/18 JAN

**AERES TECH**

**OPEN DAGEN**

**GENERATIE T (TECHNIEK)**

**STUDEREN MET SALARIS, SLEUTELN AAN JOUW TOEKOMST!**

17/18 JAN

[www.aerestech.nl](http://www.aerestech.nl)

**AERES TECH**

**OPEN DAGEN**

**GENERATIE T (TECHNIEK)**

**PRAKTIJKGERICHT LEREN, TOEKOMSTGERICHT WERKEN**

17/18 JAN

[www.aerestech.nl](http://www.aerestech.nl)



A stylized map of the Netherlands with a green landmass and blue water. A tractor icon is positioned behind the text. The text 'KR KRAAKMAN' is in large yellow letters, with 'KR' on a green square. 'ON TOUR' is in white letters on a yellow rectangle. 'VELDHOVEN' is in yellow letters at the bottom.

**KR KRAAKMAN**

**ON TOUR**

**VELDHOVEN**



Raad hoeveel  
PK deze  
machine  
heeft?



**AERES  
TECH**

**OPEN DAG**  
Zaterdag 20 januari  
van 10.00 tot 13.00 uur

Ben jij op zoek naar een uitdagende baan en opleiding in de techniek?  
Meld je dan aan op [aerestech.nl/opendag](https://aerestech.nl/opendag)

Bij inlevering van deze VIPKAART tijdens de Open Dag op 20 januari ontvang je een uniek starterspakket.  
Dit starterspakket bestaat uit allerlei handige spullen die van pas komen bij de start van jouw opleiding.

**VIP-KAART**

Open dag

**VIP-kaart**

# Afwegingen en Actie tijdens de Open Dag



# Matching service

- Verbindt studenten en bedrijven
- Gebruiksvriendelijke interface
- Optimaliseert kansen



# Aanmeldingen opleiding en doorstroom





**AERES  
TECH**

**POAH!**  
Da's een mooie baan!  
Meld je maat aan!

**bol.com**  
de winkel van ons allemaal

**Jij hebt het mooiste beroep ter wereld!  
Dat gun je een ander toch ook?**

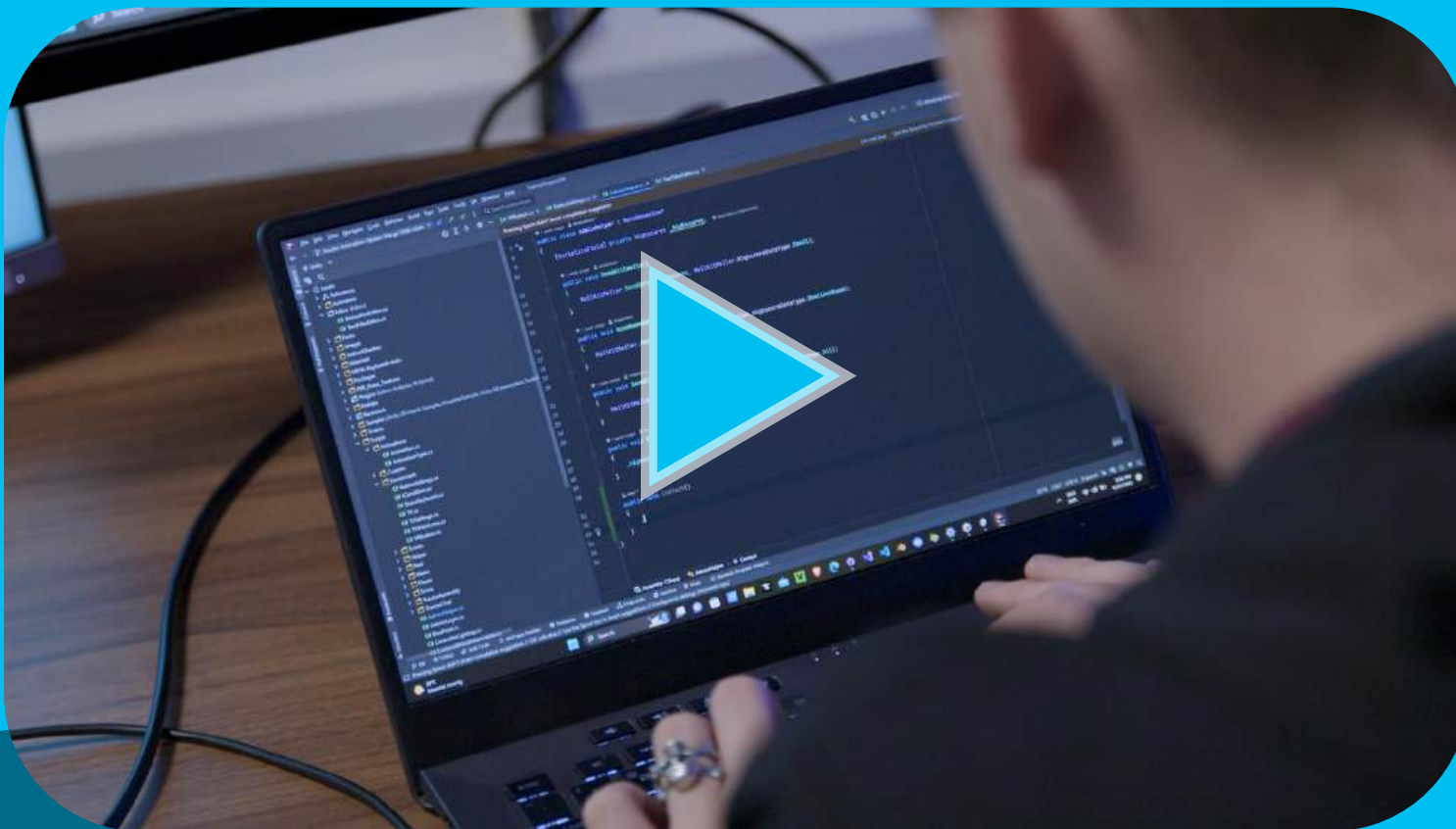
Meldt iemand zich aan via jou dan krijg jij een cadeaubon van bol.com t.w.v. 100 euro! Kijk voor meer informatie en de voorwaarden op [www.aerestech.nl/poah](http://www.aerestech.nl/poah) of scan de QR code.



Poah!

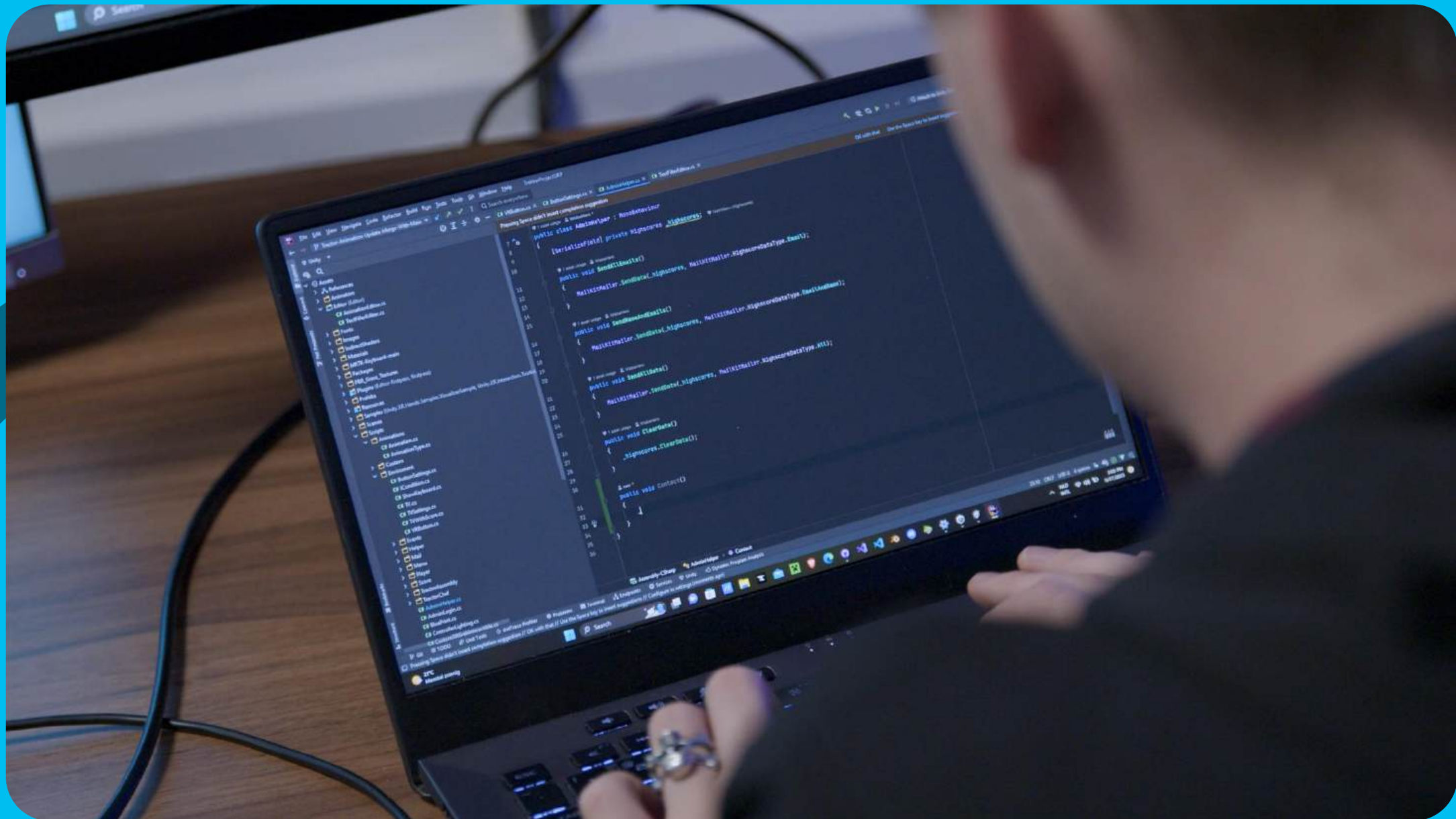
Loyalty campagne  
Da's een mooie baan  
Meld je maat aan!

# Trekker ervaring mee naar beurs nemen



Bron: [aerestech.nl](https://aerestech.nl) 15 feb 2024





**kraakmanbv** Kraakman

Volgen Bericht

3 Volgend 2775 Volgers 19.8K Likes

<https://www.youtube.com/@KraakmanBV>

[www.kraakman.com](http://www.kraakman.com)

Video's Herplaatsingen Geliket

**VOLVO 135G** 150

**17% RENTE** 2563

Aangekomen in de cabine van deze Signature Edition 7R  
**JOHN DEERE 7R** 23.4K

**KRAAKMAN OP BEZOEK BIJ**

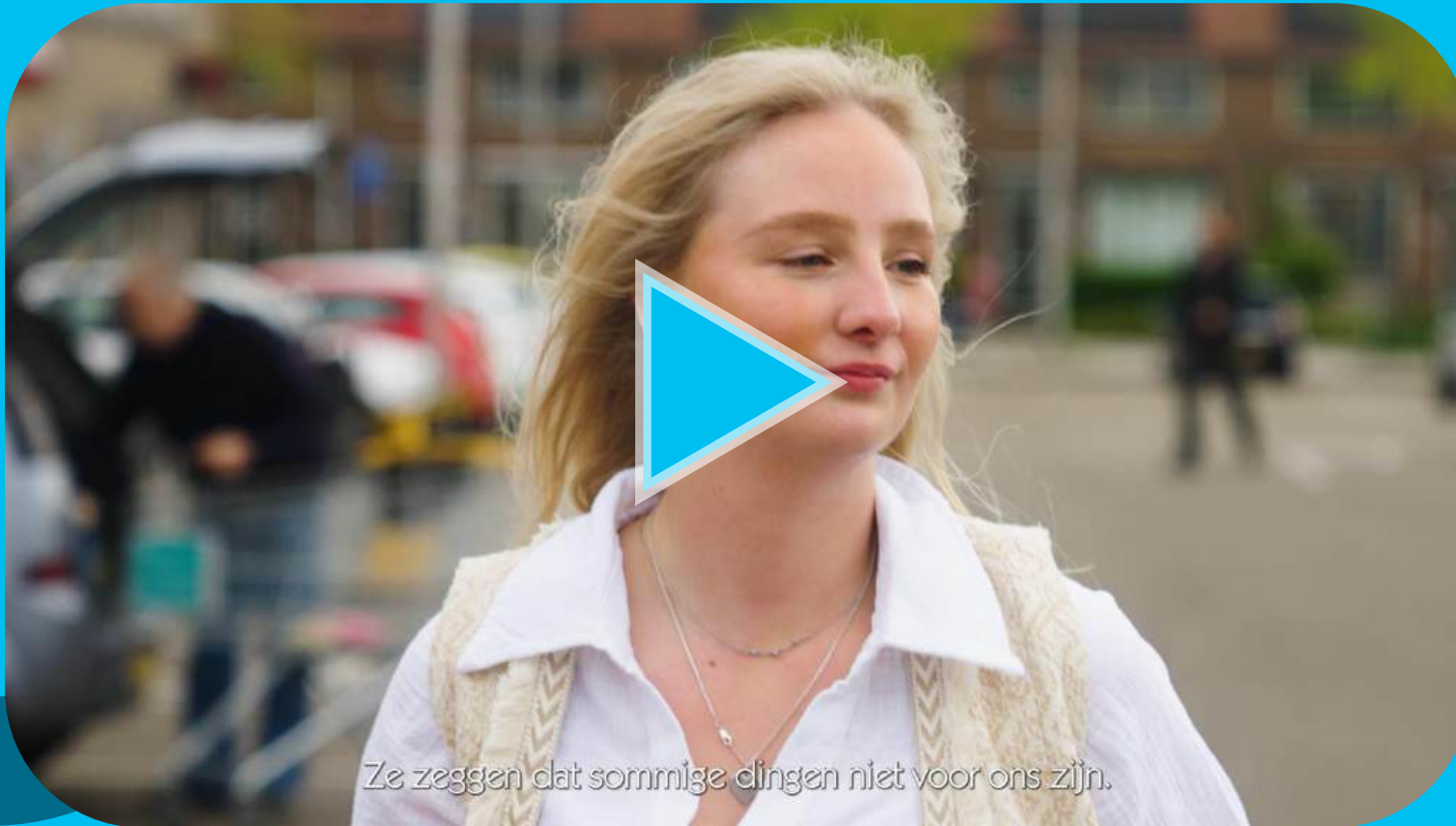
De 7R-serie bestaat uit vijf verschillende modellen.  
**JOHN DEERE 7R**

Mijn opa dacht toen, samen met de buurman...  
**KRAAKMAN OP BEZOEK BIJ**

# Campagnes Employer branding Brand activation

- Praktisch bezig zijn en sleutelen
- Veel praktijk weinig theorie

# Techniek is écht voor en door iedereen.

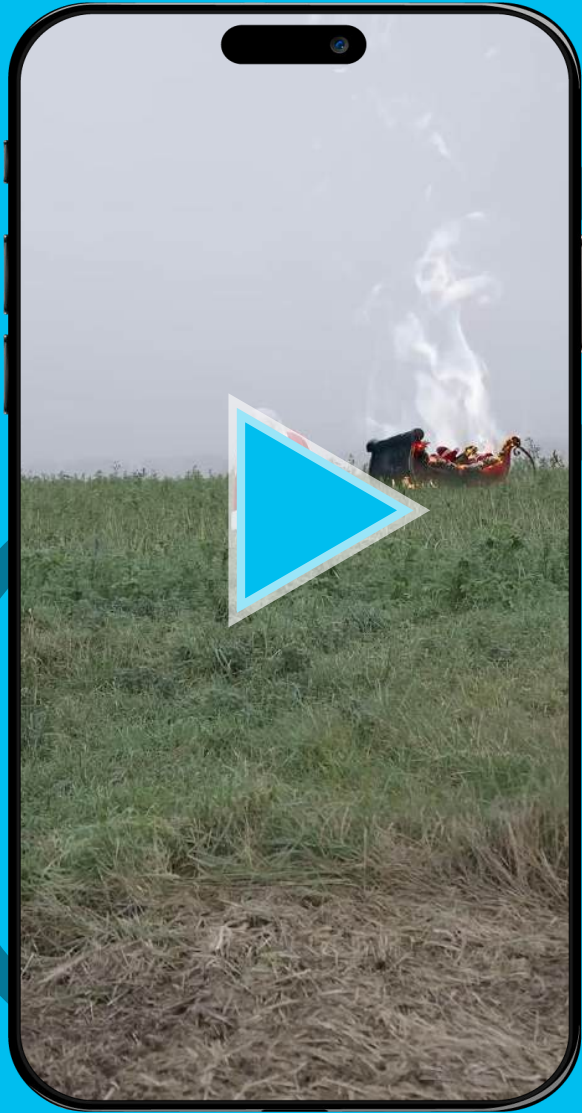


*Ze zeggen dat sommige dingen niet voor ons zijn.*

Bron: [kraakman.com](https://kraakman.com) 3 jun 2024



Ze zeggen dat sommige dingen niet voor ons zijn.



Poah!

# TikTok campagne



Poah!

# TikTok campagne



Poah!

# TikTok campagne





# POAH!

🔍 Zoeken naar producten ...

ALLE PRODUCTEN TROTS OP DE BOER KLOMPEN BIEROPENERS KLEDING BORDEN STICKERS TEGELTJES

🚚 Gratis verzending boven €70

✓ Officiële webshop!

👍 Goede service!

## POAH! DAS MIEN MERK!

Tijdens 'Gerrits Weerpraot' voor Focus TV lanceer ik bij toeval het fenomeen POAH. Tijdens de opname zag ik een tweetal John Deere trekkers naderen en riep: 'Hee, daar he-j 'n John Deere trekker, 'n mooi ding, da's mien merk. POAH'. Bij de tweede trekker riep ik: 'Hee, nog één, 'n 6320, helemaal goed!'

Dit filmpje werd een landelijke hype! En nog steeds krijg ik ontzettend veel reacties op de kreet POAH! Ook de vraag of merchandise verkrijgbaar is kreeg ik vaak. En dat is nu het geval met de officiële POAH.nl webshop!





Poah!

# TikTok campagne

# Een kijk op de toekomst...

1. Scheer ze niet over een kam.
2. Denk vanuit persona's en generaties
3. Hou het simpel en persoonlijk
4. **PROBEEER UIT!**

# Een tip om GEN-Z effectief te bereiken

Heb je één van je jongere teamleden nodig om te praten over een project?

Waar kies je dan voor?

- a) Bellen
- b) Spraakbericht sturen
- c) Een appje

# De Verschillen tussen de generaties



Bron: [vpro.nl/deavondshow](https://vpro.nl/deavondshow) 15 feb 2023



Bron: [vpro.nl/deavondshow](https://vpro.nl/deavondshow) 15 feb 2023

Dank voor de aandacht!

Generatie Z. Generatie Wie?

# Effectief bereiken

van Generatie Z in de landbouw.



**Jaap Wouda**  
Manager Marketing Communicatie Aeres Tech



**Jeroen Ekkelenkamp**  
Coördinator werving & voorlichting  
BBL