

Carmen van de Beek van Peer Panels: 'Jongeren klussen zeker, en willen graag leren'

22-06-2023 07:27



Aan het begin van haar presentatie wilde Van de Beek van het publiek weten wat zij verwachtten van het klusgedrag van jongeren. "Als ze zelf klussen, welke klussen doen ze dan en waar ligt de grens van wat ze zelf kunnen?" De antwoorden varieerden van het schilderen van een muur of kozijn tot ze doen niets zelf en vragen anderen.

Gezamenlijk onderzoek

Het tegendeel is dus waar, zo verzekerde Van de Beek. Samen met MIX heeft Peer Panels onderzoek gedaan naar het klusgedrag van jongeren. "Daarvoor hebben we samen met enkele retailketens waaronder Hornbach, Gamma en Praxis vragen opgesteld die vervolgens door medewerkers van die ketens op video zijn gesteld. Deze vragen zijn voorgelegd aan een groep jongeren van 15 tot 25 jaar en daarvan zijn video-opnames gemaakt."

Al deze gesprekken zijn samengevoegd tot 17 video's die onder andere inzicht bieden in de plekken waar de jongeren inspiratie opdoen voor het klussen en waar de grens van het eigen kunnen ligt. Maar ook de vraag wat bouwmarkten moeten doen om deze doelgroep aan zich te binden is beantwoord.

Lat ligt hoog

De grens van eigen kunnen, ligt vrij hoog, zo bleek. “Ik ga het eerste zelf proberen. Online kijken of ik informatie kan vinden over hoe ik zo’n klus moet uitvoeren en dan kom ik vaak een heel eind. Ik vind het zonde om mijn geld uit te geven aan iemand die het komt doen als ik het met een goede instructie zelf ook kan”, zo zei een van de geïnterviewden op de video.

‘Het grote verschil met jullie generatie zit hem vooral in de voorbereiding van de klus’

Ook een tweede jongere liet weten niet vies te zijn van een klus. “Ik woon in een studentenhuis en heb laatst nog de riolering ontstopt. Geen frisse klus, maar prima zelf te doen. Als student heb ik niet het budget om hiervoor een bedrijf te laten komen.”

Jonge medewerkers met kennis

Gevraagd naar manieren waarop een bouwmarkt jongeren aan zich kan binden, waren de antwoorden helder. “Deskundig en vriendelijk personeel is belangrijk, want we willen advies hebben. Het helpt als er ook jonge medewerkers zijn, want soms merk ik dat ik niet serieus genomen wordt als ik een vraag stel. Maar ik weet niet alles dus ik vraag het niet voor niets. Daarom is het ook belangrijk dat er wordt meegedacht.”

Inspiratie doet deze generatie op via social media. Op Pinterest worden moodboards samengesteld en zo worden kleuren, stijlen, meubels en klusideeën verzameld. Ook Instagram en TikTok worden gebruikt als inspiratiebron. “Voor de instructievideo’s kijk ik meestal op YouTube, daar is enorm veel te vinden. Als ik daar een paar video’s bekijk en voldoende informatie heb, kan ik aan de slag”, zei één van de twee aanwezige jongeren die ook aan het onderzoek had meegewerkt.

Vershil in voorbereiding

Afsluitend concludeerde Van de Beek dat de jonge generatie wel degelijk zelf klust en in de bouwmarkt komt. “Het grote verschil met jullie generatie zit hem vooral in de voorbereiding van de klus. Lazen jullie papieren handleiding en gebruiksaanwijzing, de jongeren kijken op de socials om zich goed voor te bereiden en zijn zo sneller en efficiënt geïnformeerd.”

Binnenkort verschijnt in MIX een uitgebreid artikel over het onderzoek naar het klusgedrag van de generatie Z en komen ook de 17 video’s beschikbaar.

Op de Nationale DHZ Sessie spraken ook:

[Neuromarketeer Tim Zuidgeest](#)

[Expert-directeur Dik Pijl](#)

[Retail-operations-expert Robert Rooderkerk](#)

[Voormalig Home-Depot-topman Jim Inglis](#)

Redactie