**Afbeelding met Menselijk gezicht, kleding, persoon, glimlach

Door AI gegenereerde inhoud is mogelijk onjuist.**

**Gen Z-vrouwen**

Door Gerard Feller

Generatie Z-vrouwen

De belangrijkste kenmerken van Gen Z-vrouwen

Wat kan de kerk bieden?

Praktische aanpak door kerken

Hoe kunnen we Gen Z vrouwen bereiken met het evangelie? (Lisa Cooper)

Generatie cohorten

De identiteitscrisis van Gen-Z-vrouwen

Gen Z-vrouwen en de kerkexodus

Gen Z-mannen

Evangeliseren onder Gen Z-vrouwen?

Nodig Gen Z-vrouwen uit om te dienen

**Generatie Z-vrouwen**

Wie zijn deze vrouwen die ook wel generatie Z genoemd worden? In dit artikel beschrijf ik kort enkele kenmerken en geef ik aanbevelingen hoe kerken de Gen Z-generatie kunnen bereiken. Tot slot volgt een integrale vertaling van het artikel van Lisa Cooper over Gen Z-vrouwen en de kerk.

Generatie Z, ook wel Gen Z genoemd, omvat vrouwen die geboren zijn tussen 1997 en 2012. Gen Z-vrouwen zijn nu tussen de 13 en 28 jaar oud. Ze zijn opgegroeid in een wereld die sterk verschilt van die van eerdere generaties. Thema's zoals smartphones, sociale media, klimaatcrisis, pandemieën, diversiteit en mentale gezondheid spelen een grote rol in hun leven.

Veel Gen Z-vrouwen, zowel in Nederland als daarbuiten, hebben meer last van angststoornissen, depressies en andere psychische problemen vergeleken met eerdere generaties vrouwen. Hoewel ze technologisch vaardig zijn, ontbreekt het velen aan een goed toekomstvisie. Ongezonde gewoonten zoals verslaving aan sociale media, drugsmisbruik en gokken ondermijnen vaak hun toekomstperspectieven. Daarnaast raken ze steeds meer verstrikt in de hookup cultuur (seksuele ontmoetingen zonder de verwachting van een relatie) en online dating, wat hun persoonlijke relaties en welzijn negatief beïnvloedt.

Maar er is ook een andere kant: Gen Z-vrouwen zijn spiritueel geïnteresseerd, hoewel minder kerkelijk betrokken dan mannen van hun leeftijd. Ze staan bekend om hun inclusieve en progressieve houding en zoeken vaak naar manieren om de wereld te verbeteren. Ze zijn open-minded en bereid om nieuwe ideeën en perspectieven te overwegen.

Generatie Z gelooft niet zo sterk in de onbegrensde mogelijkheden in het leven zoals de millennials. De nasleep van de kredietcrisis en de Covid-jaren heeft hen behoudend en realistisch gemaakt. Hiërarchie en autoriteit zeggen deze generatie niet zoveel. Op het web is iedereen gelijk, en ze communiceren gelijkwaardig met iedereen, of het nu een leraar of een toekomstige baas is.

Ondernemerschap trekt deze nieuwe generatie aan. Veel middelbare scholieren willen een eigen bedrijf starten. Uit onderzoek blijkt dat meisjes bij gezamenlijke opdrachten bijna altijd de leidersrol nemen. Tijdens het zomerfestival seizoen dit jaar, van Pinkpop tot Lowlands, en op alle grote poppodia, prijken vrouwelijke artiesten die rond de eeuwwisseling zijn geboren.

### ****De belangrijkste kenmerken van Gen-Z vrouwen op een rijtje****

### ****Digitaal opgegroeid**** Deze vrouwen zijn de eerste generatie die volledig is opgegroeid met internet, smartphones en sociale media. Apps als Instagram, TikTok, X en YouTube maken een groot deel uit van hun dagelijks leven. Ze kennen geen wereld zónder technologie. Technologie is voor hen vanzelfsprekend dagelijkse gereedschap Hierdoor hebben ze een grote invloed via beelden, trends en meningen van over de hele wereld.

**Bewust en maatschappelijk betrokken**  
Gen Z-vrouwen zijn vaak betrokken bij thema’s als klimaatverandering, racisme, gendergelijkheid, LGBTQ+-rechten en mentale gezondheid. Ze willen bijdragen aan een betere wereld en hebben een sterk rechtvaardigheidsgevoel. Gen Z neemt sneller baanwisselingen – ze zijn minder trouw aan één werkgever dan voorgaande generaties. Europese Gen Z-vrouwen willen van alle onderzochte generaties het liefst een bedrijf oprichten om iets ‘goeds te doen voor de wereld’ (19% vs. 13% millennials, 14% GenX en 16% Baby Boomers). Onder degenen die al een bedrijf startten, geven Gen-Z vrouwen vaker aan dat ze dit deden om hun dromen te volgen (50%) ten opzichte van millennials (39%), GenX (32%) of Baby Boomers (33%). Deze trend voor doel-gedreven ondernemingen is ook te zien onder (jonge) Nederlandse vrouwen.

### ****Zoektocht naar identiteit**** Door de enorme hoeveelheid keuzemogelijkheden in de samenleving, zoeken veel Gen Z-vrouwen naar wie ze zijn, waar ze voor staan en wat hun plek is in de wereld. Vragen als "Wie ben ik echt?" en "Wat maakt mijn leven waardevol?" spelen een grote rol. Diversiteit als vanzelfsprekendheid

Diversiteit op alle fronten – ras, religie, geaardheid – is voor hen de norm, niet de uitzondering. Geboren in tijden van recessie en onzekerheid, hechten ze waarde aan financiële zekerheid en duurzaam werk. Ze zijn merkbaar meer geneigd zich als LGBTQ+ te identificeren: 31% van Gen Z-vrouwen tegenover 23% van de totale generatie.

**Mentale gezondheid onder druk**Veel jonge vrouwen uit deze generatie ervaren **stress, angst, prestatiedruk** en gevoelens van onzekerheid. Ze staan vaak onder druk om succesvol, mooi en authentiek over te komen op sociale media, wat kan leiden tot perfectionisme en vermoeidheid. Ze zijn competitief en prestatiegericht Ze zijn **flexibel en verandergericht** Deze generatie is gewend om snel nieuwe informatie tot zich te nemen en zich razendsnel aan te passen – zowel persoonlijk als professioneel**.** Ze zijn gefocust op succes, constant concurrerend met anderen en met zichzelf, en vaak ook tegen de klok.

**Open over emoties en identiteit**  
Gen Z-vrouwen praten makkelijker over hun gevoelens, seksuele identiteit en mentale problemen dan eerdere generaties. Ze hebben een sterke behoefte aan onafhankelijkheid.

In tegenstelling tot Millennia s werken ze liever autonoom. Ze bouwen liever hun eigen weg naar succes dan te leunen op anderen Velen identificeren zich anders dan traditioneel — denk aan een grotere groep die zich niet als hetero of cisgender identificeert.

**Spiritueel, maar niet altijd religieus**  
Hoewel veel Gen Z-vrouwen niet (meer) actief betrokken zijn bij een kerk, zijn ze vaak wel **spiritueel geïnteresseerd.** Ze zoeken naar zin, verbinding, en persoonlijke groei — maar niet altijd binnen traditionele religieuze kaders. Continue groei is essentieel – ze zijn leergierig, willen snel vooruitgang maken en hun vaardigheden continu ontwikkelen. Deelname aan (christelijke) kerken daalt sterk; Gen Z-vrouwen haken nog meer af dan mannen. Toch is 73% van alle Gen Z’ers spiritueel, en zelfs (niet-gelovigen) bidden vaker dan men denkt. Er is dus een kans: openheid voor spiritualiteit is aanwezig, maar de kerk moet relevant worden in taal en praktijk.

### Samenvattend

Gen Z-vrouwen zijn jonge vrouwen die leven in een complexe, digitale en snel veranderende wereld. Ze zijn creatief, sociaal bewust en open over hun gevoelens, maar ook vaak onzeker en zoekend naar wie ze zijn. Ze hebben behoefte aan echte verbinding, stabiliteit en richting in hun leven — en willen vooral zichzelf kunnen zijn, zonder oordeel.

**Wat de kerk kan bieden (Lisa Cooper)**

| **Behoefte van Gen Z-vrouwen** | **Wat de kerk kan bieden?** |
| --- | --- |
| Authentieke identiteit & zelfvertrouwen | God geeft een vaste identiteit: gemaakt naar zijn beeld, een nieuw leven in Christus (2 Kor 5:17, Ef 2:10). |
| Geloofsverheldering | Verkondiging van het evangelie: volledige vergeving en zinvol leven volgens Gods plan. |
| Innerlijke rust en geestelijke stabiliteit | Vrede uit geloof, bescherming tegen angst en depressie. |
| Verlangen naar rechtvaardigheid en hulpverlening | Geloof vertaald in daden: zorg voor armen, gerechtigheid, barmhartigheid. |
| Onderlinge gemeenschap | Kerk biedt echte binding, liefde, steun, betekenisvolle relaties. |

**Praktische aanpak door kerken**

1. Relatie opbouwen in echtheid.  
   Investeer tijd, toon interesse, volg op, wees aanwezig — niet met evangelisatie in gedachten maar met oprechte aandacht.  
   Wanneer genegenheid groeit, kan geloofsvragen gerust gedeeld worden.
2. Vermijd debat en strijd.  
   Gen Z-vrouwen zoeken geen intellectuele strijd maar authentieke voorbeelden van geloofsvrouwelijk leven. Bij gevoelige thema’s (LGBTQ+, abortus, IVF) geldt: sta in waarheid met liefdevolle houding
3. Uitnodigen tot praktisch dienen  
   Organiseer concrete acties: voedselbanken, inzamelingen, buurtprojecten. Dit biedt geloofsintegratie in daad.
4. Online content gericht op vrouwen.  
   Gebruik digitale media: korte, authentieke lifestyle-verhalen van gelovige vrouwen tonen wat het betekent om Christus te volgen.  
   Gen Z-vrouwen reageren anders dan mannen; zij zoeken herkenning in levenservaring.
5. Investeer in jeugd- en jongerengroepen  
   Faciliteer stages, groepen, evenementen: zelfs kleine aantallen kunnen blijvende impact hebben. Begin nu en groei mee met de deelnemers.

**Bid intens voor Gen Z-vrouwen**  
God geeft kracht, genade en wijsheid in tijden van nood (Hebr. 4:16). Bid gericht voor hun worstelingen en roep over hen uit gesprekken, groei en hervonden geloof,

**Hoe kunnen we Gen-Z vrouwen bereiken met het evangelie?**

**Door Lisa Cooper**

**Generatiecohorten**

Generatiecohorten helpen ons om de gemeenschappelijke trends, idealen, doelen en levenservaringen van mensen van dezelfde leeftijd te begrijpen. (1) Als we Generatie Z (Gen Z) en Millennials vergelijken, is het belangrijk te onthouden dat deze groepen alleen algemene sociologische patronen laten zien. Veel observaties zijn gebaseerd op statistieken van grote groepen mensen.

Als we het over Gen Z hebben, zijn er verschillende definities afhankelijk van de bron: mensen geboren tussen 1996 en 2010, en mensen geboren tussen 1999 en 2015. (2) Over het algemeen gaat het om mensen die nu tussen hun vroege tienerjaren en late twintig zijn.

Michael Dimock, PhD, de voorzitter van het Pew Research Center, beschrijft de uniciteit van Gen Z aan de hand van een paar belangrijke kenmerken die hen onderscheiden van Millennials. Ten eerste zijn ze opgegroeid met technologie binnen handbereik, inclusief mobiele apparaten, wifi, sociale media en on-demand entertainment en communicatie. Ten tweede zijn ze opgegroeid in een "altijd aan"- technologische omgeving. Dit leidt tot constante updates, nieuws en invloeden van over de hele wereld die gemakkelijk beschikbaar zijn op mobiele apparaten. Ten derde hebben sociaal-politieke en economische factoren, zoals bijvoorbeeld het volwassen worden tijdens het eerste presidentschap van Donald Trump, Gen Z en hun perspectieven op de wereld beïnvloed. (3)

Maar er zijn meer dan alleen externe factoren die Gen Z vormen. Van binnenuit hebben Gen Z-individuen de neiging om vergelijkbare attitudes en interne motivaties te hebben. Roberta Katz, een wetenschapper van Stanford, deelt haar inzichten over Gen Z, die vaak door oudere generaties worden gezien als verwend of prinsesjes, maar zij vindt dat dit niet klopt:

Een typische Gen Z-er is een zelfstandige persoon die diep om anderen geeft, streeft naar een diverse gemeenschap, zeer collaboratief en sociaal is, flexibiliteit, (4) relevantie, authenticiteit en niet-hiërarchisch leiderschap waardeert, en hoewel ontmoedigd door geërfde problemen zoals klimaatverandering, een pragmatische houding heeft ten aanzien van het werk dat moet worden verricht om deze problemen aan te pakken. (5)

Nu de jongste leden van Gen Z hun tienerjaren naderen, wordt het jongere deel van de generatie duidelijker gedefinieerd, en Generatie Alpha wordt nu over het algemeen beschreven als degenen die zijn geboren tussen 2010 en het midden van de jaren 2020. Zowel seculiere als christelijke bronnen wijzen op vergelijkbare trends onder Gen Z:

1. Gen Z is de minst kerkelijke generatie, maar ze staan open voor spirituele exploratie. (6)
2. Gen Z is zeer betrokken bij activisme en heeft sterke meningen over rechtvaardigheid.
3. Gen Z bevindt zich in een proces van zelfontdekking en -expressie.
4. Gen Z kampt met angst, (7) depressie en psychische problemen, maar ze zijn ook bereid erover te praten. (8)
5. Gen Z heeft een minder positief levensbeeld dan voorgaande generaties, maar ze willen wel ondersteunende groepen en gemeenschappen.

Over het algemeen schetsen deze kenmerken een complex beeld van deze generatie in relatie tot de staat van de kerk. Met dit in gedachten kunnen we beginnen te onderzoeken hoe Gen Z-vrouwen omgaan met de wereld, en specifieker met de kerk. Kijken we naar de gegevens over Gen Z en de kerk, dan is het duidelijk dat Gen Z-vrouwen dringend behoefte hebben aan wat de kerk te bieden heeft: gemeenschap, doel, mogelijkheden om anderen te dienen, een authentieke identiteit en vrede. Maar hoe kunnen we de kloof overbruggen die zich heeft gevormd tussen Gen Z-vrouwen en de kerk? En hoe kunnen we diezelfde vrouwen ondersteunen die nu volwassen worden en op zoek zijn naar betekenis?

**De Identiteitscrisis van Gen-Z vrouwen**

In boeken zoals ‘The Anxious Generation’ en de veelbesproken "loneliness crisis" van sociaal psycholoog Jonathan Haidt, die enorm populair zijn, worden de unieke moeilijkheden die in het nationale debat over jongere generaties naar voren zijn gekomen, steeds duidelijker voor het grote publiek. Dit is niet langer alleen een verweg zorg van psychologen en sociale wetenschappers - het is persoonlijk... En hoewel het mogelijk is om openlijk te spreken over Gen Z met betrekking tot deze crises, worstelen Gen Z-vrouwen op unieke manieren in vergelijking met hun mannelijke tegenhangers. (10)

Naast alle algemene kenmerken van Gen Z die hierboven zijn beschreven, identificeert Haidt een extra factor die Gen Z-vrouwen meer heeft getroffen dan mannen:

"[Een andere] trend begon een paar jaar later en trof meisjes veel harder dan jongens: de toegenomen prevalentie van het plaatsen van afbeeldingen van zichzelf, nadat smartphones camera's aan de voorkant hadden toegevoegd (2010) en Facebook Instagram had overgenomen (2012), waardoor de populariteit toenam. Dit vergrootte het aantal adolescenten dat zorgvuldig samengestelde foto's en video's van hun leven plaatste voor hun leeftijdsgenoten en vreemden, niet alleen om te zien, maar ook om te beoordelen."(11)

De gecombineerde moeilijkheden van het leven leiden dat tegelijkertijd privé en publiek is - het ondergaan van kritiek en oordelen van leeftijdsgenoten en vreemden - heeft invloed gehad op hoe Gen Z-vrouwen over zichzelf en anderen denken. Gen Z-vrouwen zijn daarom wanhopig om zichzelf op een authentieke manier uit te drukken. Het onderzoek van Barna Group's Gen Z Volume 3 meldt dat "vrouwelijke Gen Z aanzienlijk meer kans hebben dan hun mannelijke leeftijdsgenoten om te zeggen dat ze terughoudend zijn van een authentiek uiten van zichzelf (53% vs. 47%). Jonge volwassen vrouwelijke Gen Z zijn de meest waarschijnlijke groep die zich 'niet gezien' voelt (67%)." (12) Ze hebben niet alleen de wens om authentiek zichzelf te zijn, maar zien het ook als een constante uitdaging in hun leven, met veel factoren die dit soort authenticiteit moeilijk maken.

Een van de meest voor de hand liggende manieren waarop Gen Z-vrouwen hebben geprobeerd zichzelf te profileren, is via hun seksuele identiteit en het uitdrukken van hun gevoelens. Volgens een recente Gallup-peiling is het aantal volwassenen in Amerika dat zich identificeert als LGBTQ+ gestegen van 3,5 procent (2012) tot een hoogtepunt van 9,1 procent in het algemeen, (13) 23,1 % van de Gen Z mannen en vrouwen zien zichzelf als iets anders dan heteroseksueel. Dit is nog duidelijker onder Gen Z-vrouwen: 31 procent van de Gen Z-vrouwen identificeert zich als LGBTQ+ in vergelijking met 12 procent van de Gen Z-mannen. (14)

Naarmate authenticiteit een belangrijke rol is gaan spelen in de besluitvorming van Gen Z, heeft marketeer Charlotte Trecartin enkele belangrijke redenen geïdentificeerd waarom dit zo is. Ten eerste is Gen Z opgegroeid in een tijdperk van nepnieuws, deep fakes en sociale media-influencers die producten promoten die ze zelf niet eens gebruiken. Als gevolg hiervan hebben ze een scherp gevoel ontwikkeld voor het onderkennen van wat echt is en wat niet." Bovendien stelt authenticiteit (vooral in marketing) Gen Z in staat om betere keuzes te maken die aansluiten bij hun eigen persoonlijke moraal en waarden bij het kiezen van producten: "We zijn minder geïnteresseerd in het bezitten van dingen en meer geïnteresseerd in het hebben van betekenisvolle ervaringen." (15)

Hoe kunnen Gen Z-vrouwen zich zelfverzekerd voelen in een wereld vol bedrog en leugens, en hoe ze de waarheid vinden? En op een meer persoonlijk niveau, hoe kunnen ze uitvinden wie ze werkelijk zijn, achter de schermen en hun online profielen?

Al deze factoren hebben geleid tot een diepgaande angst. Gen Z Volume 3 stelt: "Vrouwelijke Gen Z — hebben aanzienlijk meer kans om een aantal negatieve emoties en druk te ervaren, waaronder angst over belangrijke beslissingen, faalangst, zelfkritiek. Ze voelen zich gemakkelijk overweldigd.” (16) Deze jonge vrouwen voelen niet alleen een externe druk, maar ook de interne druk neemt toe naarmate ze volwassen worden.

**Gen Z-vrouwen en de kerkexodus**

In de afgelopen jaren wenden Amerikanen in het algemeen zich meer dan ooit van de kerk af. Auteurs Michael Graham en Jim Davis noemen dit fenomeen "De Grote Ontkerkelijking." Ze wijzen op een ongelooflijk snelle afname van het kerkbezoek: "Ongeveer 40 miljoen volwassenen (16 procent) in Amerika gaan vandaag de dag niet meer naar de kerk, terwijl ze dat vroeger wel deden." (17) Gen Z heeft zeker de gevolgen daarvan meegemaakt, maar er zijn ook andere factoren die een rol spelen. Een sombere voorspelling van de Pinetops Foundation in hun rapport "De Grote Kans: De Amerikaanse Kerk in 2050" stelt:

Tegen het jaar 2050: 35 miljoen jongeren die in christelijke gezinnen zijn opgevoed, zullen zich afsplitsen van het christendom, wat meer dan een miljoen per jaar is... Het totale percentage christenen in de bevolking zal dalen tot 59 procent, van de huidige 73 procent... De niet-gebonden bevolking zal bijna verdubbelen als percentage van de Amerikaanse bevolking, van 17 procent vandaag tot 30 procent in 2050, een toename van meer dan 50 miljoen mensen. (18)

Hoewel deze cijfers speculatief zijn, zouden ze de kerk nog steeds moeten wakker schudden om tot actie over te gaan. Nu is het tijd om jongere mensen voor Christus te bereiken. We kunnen het ons niet veroorloven om langer te wachten met dit belangrijke werk.

Een van de vele factoren waarom Gen Z-individuen niet in de kerk zijn, is de generatiewisseling van hun ouders die afscheid namen van catechese en een cultuur van kerkbezoek en praktijk. Daniel A. Cox van het Survey Center on American Life legt uit:

Jonge volwassenen vandaag hebben totaal andere religieuze en sociale ervaringen gehad dan eerdere generaties. De ouders van millennials en Generatie Z hebben minder gedaan om regelmatige deelname aan formele erediensten aan te moedigen en religieus gedrag bij hun kinderen te modelleren dan eerdere generaties. Veel religieuze activiteiten uit de kindertijd die ooit gebruikelijk waren, zoals het bidden, zijn meer uitzondering dan regel geworden. (19)

In het algemeen wenden Amerikanen van alle generaties die in het geloof zijn opgevoed zich in schokkende aantallen van de kerk af. Dit is ook consistent met de Gen Z-groepering, die zich in een leeftijd bevinden waarin de meeste gevallen kritische geloofsbeslissingen worden genomen: "Een meerderheid (57 procent) van de Amerikanen die zich niet langer identificeren met hun kindertijdreligie, geeft aan dat deze verandering plaatsvond voordat ze 18 werden. Ongeveer drie op de tien (31 procent) zegt dat ze tussen de 18 en 29 jaar zijn ‘vertrokken’, en iets meer dan één op de tien (12 procent) meldt dat ze vertrokken zijn op 30-jarige leeftijd of ouder."

Dit betekent dat Gen Z-individuen zich in de crisisleeftijd bevinden — de leeftijd waarin meer dan de helft van de mensen beslissingen neemt over hun geloofsreis die doorwerken in de rest van hun leven. Volgens de bovenstaande statistiek zal 88 procent van alle Amerikanen die zich niet langer identificeren met hun kindertijdreligie, die keuze vóór hun 29e levensjaar hebben gemaakt. Terwijl Gen Z volwassen worden, hebben ze een enorme kans om te ontdekken en uit te vinden wat ze werkelijk geloven en waarom. Ze hebben de kans om zich echt aan hun geloof te verbinden.

**Gen-Z- mannen**

Gen Z-mannen maken ook deze beslissing. Ze blijven ofwel in de kerk of wenden zich in aantallen tot de kerk die niemand had verwacht. Jarenlang overtroffen vrouwen mannen op het gebied van geloofsverbintenis en -expressie. Maar nu, "Onder de christenen van Generatie Z... blijven de mannen in de kerk, terwijl de vrouwen in een opmerkelijk tempo vertrekken." Volgens Barna: "Vrouwelijke Gen Z tussen de 18 en 24 jaar zijn minder geneigd dan andere mannelijke of vrouwelijke leden van hun generatie om zich te identificeren met een geloof of zeer actief te zijn in kerkbetrokkenheid. Ze zijn ook meer geneigd te zeggen dat ze niet in God of een hogere macht geloven." (20)

Hoewel Gen Z-mannen nog steeds in de minderheid zijn ten opzichte van Gen Z-vrouwen in de kerk, verdwijnt dit verschil in een snel tempo. (21,22,23) Er zijn veel vermoedelijke redenen voor deze beweging weg van de kerk, bijvoorbeeld:

De kerk zien als patriarchaal of seksistisch. (24) De kerk identificeren met politieke conservatisme, terwijl Gen Z-vrouwen zichzelf eerder als feministisch of liberaal zien Frustraties over de rol en behandeling van vrouwen binnen de kerk. (25) De sterke positie van de kerk tegen abortus en IVF Vrouwen zijn "klaar met debatteren" (26) over de plaats van vrouwen in het gezins- en religieuze leven Maar zelfs met deze gespannen meningen over de kerk en geloofstradities in het algemeen, zegt 73 procent van alle Gen Z-respondenten op de Barna Gen Z Volume 3-enquête dat ze in God of een soort hogere macht geloven. (27) Verder, "Zelfs Gen Z 'nones' nemen deel aan verschillende spirituele praktijken; meer dan één op de vier van degenen zonder geloof (26%) zegt dat ze hebben gebeden." (28)

**Evangeliseren onder Gen-Z- vrouwen?**

Wat kunnen we doen om deze prachtige waarheden aan Gen Z vrouwen te communiceren op een manier die ze kunnen horen? Hoe kunnen we een generatie bereiken die lijkt verloren te zijn voor de hoop en hulp die de kerk hen kan bieden? Allereerst, omdat Gen Z authentieke, echte, persoonlijke relaties waardeert, is het van essentieel belang om die relaties daadwerkelijk te cultiveren. (29) Ga verder dan alleen het kennen van de namen van mensen en investeer in hun leven. Een bemoedigend woord: de meeste jonge mensen willen dat anderen interesse in hen tonen. Stop niet met proberen als het in het begin ongemakkelijk of ongemakkelijk aanvoelt. Je beschikbaar stellen voor elk soort gesprek of vraag, vragen naar hun schoolwerk, vriendschappen of plannen, of herinneren om op te volgen over die toets die ze vorige week hebben gemaakt — al deze dingen kunnen een enorme impact hebben op het leggen van de basis voor vertrouwen.

Dat gezegd hebbende, vorm geen relaties met Gen Z vrouwen alleen om ze later te evangeliseren. Wees bereid om in deze jonge vrouwen te investeren met zorg en bezorgdheid, of je nu de kans krijgt om ze het evangelie te geven of niet. Dit kan tegenstrijdig lijken voor een sectie over hoe we zouden moeten evangeliseren — maar luister naar me: ze zullen weten of je nep bent. Ze zullen weten of je verborgen motieven hebt om hen te leren kennen. Laat je leven voor zichzelf spreken, en wanneer ze vragen waarom je bepaalde beslissingen neemt, of waarom je om hen geeft, is dat het moment waarop je eerlijk kunt zijn over je geloof. Het is door deze authentieke verbindingen die het echte, ware geloof demonstreren dat op een manier straalt die fundamenteel tegenovergesteld is aan de televisie, waar men met de bijbel ‘om de oren geslagen wordt’ of het verkeerde beeld dat ze in de popcultuur van christenen zien. (30)

Gen Z vrouwen zijn niet geïnteresseerd in ruzies — intellectueel of anderszins. Je zult ze niet in de kerk kunnen debatteren. Als je het probeert, zal het waarschijnlijk het tegenovergestelde effect hebben. En ja, gesprekken over gevoelige onderwerpen zoals abortus, IVF en LGBTQ+ kwesties zullen waarschijnlijk op een gegeven moment aan de orde komen. Dit is wanneer we standvastig moeten blijven op de waarheid, maar onthouden om dit te doen terwijl we liefde in onze spraak en daden demonstreren. Paulus moedigt ons aan: “Wandel in wijsheid tegenover buitenstaanders, gebruik de tijd goed. Laat uw spraak altijd vriendelijk zijn en beslist, zodat u weet hoe u ieder persoon moet antwoorden” (Colossenzen 4:5–6). Dit alles gezegd hebbende, moeten we “altijd [bereid zijn] om een verdediging te geven aan iedereen die u vraagt naar de reden van de hoop die in u is; maar doe dit met zachtheid en respect” (1 Petrus 3:15). Gen Z vrouwen willen geen abstracte theologie, maar praktische, echte ervaringen die laten zien wat het christendom biedt. Dus, wanneer je een pleidooi voor je geloof houdt, zorg ervoor dat je dit niet alleen met Schrift, maar ook met je leven onderbouwt.

**Nodig Gen Z vrouwen uit om met je te dienen.**

Als er iets is dat consistent is in de wensen en interesses van Gen Z vrouwen, is het dat ze gepassioneerd zijn over het helpen van anderen. Hoewel er een kloof kan zijn tussen online activisme en daadwerkelijke persoonlijke service, zijn Gen Z vrouwen geïnteresseerd in het doen van dingen om te helpen bij wat zij beschouwen als systemische problemen. Dus, nodig ze uit om mee te dienen. Moedig ze aan om anderen op praktische manieren te helpen — niet alleen met woorden op sociale media. Breng een dag door in een soepkeuken met hen, nodig ze uit om deel te nemen aan een kledinginzameling, of vraag ze welke behoeften ze zien in hun directe gemeenschap en werk met hen samen om die behoeften te vervullen. Gen Z vrouwen in staat stellen om te dienen zal helpen om relaties op te bouwen en te laten zien hoe de christelijke kerk daadwerkelijk om de armen en behoeftigen onder ons geeft.

Digitale evangelisatie kan ook een krachtig hulpmiddel zijn om Gen Z vrouwen te bereiken. Momenteel keren Gen Z mannen terug naar de kerken, en velen van hen beweren dat dit komt door online inhoud die hen confronteerden met de waarheden van het christendom. Gen Z vrouwen zouden hetzelfde kunnen ervaren, maar het moet anders worden gedaan dan dat wat aan jonge mannen wordt gepromoot. Waar Gen Z mannen theologische discussies en lezingen over filosofie willen om hen te helpen de juiste antwoorden te krijgen, willen Gen Z vrouwen doorgaans kortere lifestyle-inhoud die laat zien hoe het christelijke leven eruitziet zoals geleefd door trouwe vrouwen.

Scholen en hogescholen zijn van vitaal belang. Als jouw kerk nog niet in deze dingen investeert, moet het nu beginnen. Gen Z bevindt zich in de meest cruciale fase van hun leven als het gaat om het verankeren van overtuigingen, en jouw gebeden, middelen en talenten kunnen een concrete impact maken. Laat je niet ontmoedigen door kleine aantallen deelnemers. Als je bedieningen voor jonge mensen opzet, zullen ze eerder komen; wacht niet tot je eerst een grote groep hebt, die je doel kan veranderen. Door in je jonge mensen te investeren, zelfs als het maar één of twee mensen zijn die actief je kerk bezoeken, kun je hen helpen om toegewijd te blijven aan hun geloof in een cultuur die juist alles in het werk stelt om die relatie te verbreken.

En het belangrijkste, bid. Bid voor de jonge vrouwen die onder enorme druk staan, stress ervaren en zich in een miljoen verschillende richtingen getrokken voelen. Bid met moed tot God, wetende dat God onze gebeden hoort en bereid is om “genade en…genade te geven om ons te helpen in onze tijd van nood” (Hebreeën 4:16 NIV).

**Lisa Cooper** is een senior copywriter en marketingspecialist bij Paravel Insights en een freelance schrijver bij Barna. Ze heeft een masterdiploma in religie van het American Lutheran Theological Seminary en dient als adjunct-chaplain bij Chesterton House aan de Cornell University.

Oorspronkelijke versie:

[**https://www.equip.org/articles/how-the-church-can-address-the-crisis-of-identity-and-belief-among-gen-z-women/**](https://www.equip.org/articles/how-the-church-can-address-the-crisis-of-identity-and-belief-among-gen-z-women/)

Dit document biedt een uitgebreide analyse van Gen Z-vrouwen, een generatie die is opgegroeid in een digitale wereld en die geconfronteerd wordt met unieke uitdagingen op het gebied van identiteit, sociale betrokkenheid en mentale gezondheid. Het beschrijft hun kenmerken, de druk die ze ervaren en de rol van de kerk in hun leven

**NOTES**

1. “What is Gen Z?,” McKinsey & Company, August 28, 2024, https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z.
2. *Gen Z Volume 3: Tracking the Changing Beliefs, Values & Attitudes of a Generation Coming of Age* (Barna Group and Impact 360 Institute, 2024), 11. National Social Anxiety Center defines Gen Z as those “born between 1997 and 2012.” Janeé Steele, “Social Anxiety in Generation Z,” National Social Anxiety Center, August 19, 2024, https://nationalsocialanxietycenter.com/2024/08/19/social-anxiety-in-generation-z/.
3. Michael Dimock, “Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins,” Pew Research Center, January 17, 2019, https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/.
4. “Gen Z Are Not ‘Coddled.’ They Are Highly Collaborative, Self-Reliant and Pragmatic, According to New Stanford-Affiliated Research,” Stanford Report, January 3, 2022, https://news.stanford.edu/stories/2022/01/know-gen-z.
5. “New Data from Our Study on Gen Alpha,” Springtide Research Institute, n.d., accessed May 13, 2025, https://springtideresearch.org/thirteen-a-first-look-at-gen-alpha.
6. “In terms of identity, Generation Z is the least religious generation yet. More than one-third (34 percent) of Generation Z are religiously unaffiliated, a significantly larger proportion than among millennials (29 percent) and Generation X (25 percent). Fewer than one in five (18 percent) baby boomers and only 9 percent of the silent generation are religiously unaffiliated.” Daniel A. Cox, “Generation Z and the Future of Faith in America,” Survey Center on American Life, March 24, 2022, https://www.americansurveycenter.org/research/generation-z-future-of-faith/.
7. “Over 60 percent of Generation Z…report experiencing significant stress and anxiety, including social anxiety.” Steele, “Social Anxiety in Generation Z.”
8. “Survey: 42% of Gen Z Diagnosed with a Mental Health Condition,” Psychiatrist.com, November 9, 2022, https://www.psychiatrist.com/news/survey-42-of-gen-z-diagnosed-with-a-mental-health-condition/.
9. For an overview of the “loneliness epidemic,” see Lisa Cooper, “The Loneliness Crisis in America and How theChurch Can Help,” Christian Research Journal 46, no. 03 (2023), <https://www.equip.org/articles/the-loneliness-crisis-in-america-and-how-the-church-can-help/>.
10. For more information on Gen Z men and the specific challenges they are facing, see Aadi Golchha, “Young Men in Crisis,” The Stanford Review, September 30, 2024, https://stanfordreview.org/young-men-in-crisis/. See also Jordan B. Cooper, “The Masculinity Crisis and How the Church Must Respond,” YouTube, December 31, 2022, video, https://www.youtube.com/watch?v=J3l7VCARwKU.
11. Jonathan Haidt, *The Anxious Generation: How the Great Rewiring of Childhood is Causing an Epidemic of Mental Illness* (Penguin Press, 2024), 6.
12. *Gen Z Volume 3*, 24.
13. Jeffrey M. Jones, “LGBTQ+ Identification in U.S. Rises to 9.3%,” Gallup, February 20, 2025, https://news.gallup.com/poll/656708/lgbtq-identification-rises.aspx.
14. Jones, “LGBTQ+ Identification in U.S. Rises to 9.3%.”
15. Charlotte Trecartin, “Why Does Gen Z Crave Authenticity Over Everything Else?,” Medium, March 2, 2023, https://medium.com/@chartrecar/why-does-gen-z-crave-authenticity-over-everything-else-6143b2653dd7.
16. *Gen Z Volume 3*, 27.
17. Michael Graham and Jim Davis, “What Is the Great Dechurching?,” The Gospel Coalition, August 31, 2023, https://www.thegospelcoalition.org/article/great-dechurching/.
18. “The Great Opportunity: The American Church in 2050,” The Pinetops Foundation, February 2018, 18, https://cdn2.hubspot.net/hubfs/4245467/The%20Great%20Opportunity.pdf.
19. Cox, “Generation Z and the Future of Faith in America.”
20. Cox, “Generation Z and the Future of Faith in America.”
21. Ruth Graham, “In a First Among Christians, Young Men Are More Religious Than Young Women,” *The New York Times*, updated September 25, 2024, https://www.nytimes.com/2024/09/23/us/young-men-religion-gen-z.html.
22. *Gen Z Volume 3*, 85.
23. “In the new RLS, women continue to report higher levels of religious affiliation, belief and practice than men do. At the same time, there *are* signs that the gender gap in religion is narrowing, as it is smaller among younger people than among older Americans.” Gregory A. Smith, Alan Cooperman, Becka A. Alper et al. “Decline of Christianity in the U.S. Has Slowed, May Have Leveled Off,” Religious Landscape Study, *Pew Research Center*, February 26, 2025, https://www.pewresearch.org/religion/2025/02/26/decline-of-christianity-in-the-us-has-slowed-may-have-leveled-off/.
24. “Sixty-one percent of Gen Z women identify as feminist, far greater than women from previous generations. Younger women are more concerned about the unequal treatment of women in American society and are more suspicious of institutions that uphold traditional social arrangements. In a poll we conducted, nearly two-thirds of (65 percent) young women said they do not believe that churches treat men and women equally.” Daniel A. Cox and Kelsey Eyre Hammond, “Young Women Are Leaving Church in Unprecedented Numbers,” Survey Center on American Life, April 4, 2024, https://www.americansurveycenter.org/newsletter/young-women-are-leaving-church-in-unprecedented-numbers/.
25. “It’s not only about gender roles. There is a cultural misalignment between more traditional churches and places of worship and young women who have grown increasingly liberal. Since 2015, the number of young women who identify as liberal has rapidly increased.” Cox and Eyre Hammond, “Young Women Are Leaving Church in Unprecedented Numbers.”
26. These points are summarized from Graham, “In a First Among Christians, Young Men Are More Religious Than Young Women”; and Jill Filipovic, “Gen Z Men Are Going Back to Church. Why?,” Slate, October 11, 2024, https://slate.com/news-and-politics/2024/10/men-women-politics-gen-z-trump-harris-church-christianity-religion-gender-divide.html.
27. *Gen Z Volume 3*, 81.
28. *Gen Z Volume 3*, 13.
29. *Gen Z Volume 3*, 9.
30. See, e.g., Graham, “In a First Among Christians, Young Men Are More Religious Than Young Women”; and Filipovic, “Gen Z Men Are Going Back to Church.”
31. Unless noted otherwise, Bible quotations are from the ESV.