

# VOORWOORD



Niets is leuker dan mensen ontmoeten die je inspireren. In 2017 liep ik Itamar tegen het lijf tijdens onze UnConference *Van zelfinzicht naar werkgeluk*. Hij verzorgde een workshop en introduceerde zichzelf als happyholic. Mijn eerste gedachte was: weer zo'n modieuze kreet. Maar na de inspirerende workshop mocht ik hem interviewen en dat veranderde mijn beeld. Ik wilde dolgraag zijn boek *Happyholics* lezen. En dat bleek meer dan de moeite waard en raakte volgens mij precies de tijdgeest.

Ik ben 59 jaar en beschouw mezelf als origineel happyholic sinds 1987, het jaar waarin ik mijn eerste baan oppakte. Grappig om te constateren dat je je als man van generatie X zo kunt verbinden met de behoeften van generatie Y. Hoe dat kan, kun je lezen in dit boek, want het is zeker niet alleen relevant voor millennials. De behoefte om werk en privé te integreren in één leven is zeker iets van deze tijd. Veel paradigma's staan op omvallen en elke paradigmashift gaat gepaard met crisis en chaos. Veel organisaties zijn nog gestructureerd op de manier die perfect paste in de industriële revolutie: harkjes, hokjes, handjes, de mens als resource.

Dit boek laat duidelijk zien dat de huidige mens daar klaar mee is. Generatie Y is de voorloper in deze paradigmashift. Maar volgens Itamar wil niet alleen de 'behoefte' generatie Y werk waarin plezier, waardering, sociale interactie, eerlijkheid en zingeving van belang zijn, maar geldt dit ook voor veel mensen uit andere generaties en hebben organisaties er bovendien enorm veel baat bij. De rijke praktijkvoorbeelden in het boek spreken tot de verbeelding en aangezien die ook nog eens goed beschreven zijn door een ervaringsdeskundige, kan ik alleen maar constateren dat het boek lekker leest. Ondanks dat pauzeerde ik diverse keren om uit het raam te kijken en me af te vragen waarom de inzichten van de happyholics niet al lang mainstream zijn. Het oude paradigma is blijkbaar hardnekkig.

Sinds 2017 heb ik dit boek talrijke keren weggegeven om mensen te inspireren. Dit boek verdient het om gelezen te worden. Te veel mensen denken nog dat de behoeften van generatie Y 'overdreven' zijn en dat deze generatie 'verwend is'. Natuurlijk zit er ook een schaduwkant aan de wensen en behoeften van generatie Y. Natuurlijk is werk niet altijd leuk. Maar het is flauw en gedateerd om dat argument te gebruiken als zo duidelijk is dat het werk anders georganiseerd kan en moet worden.

Ik werk als executive coach bij INSEAD met heel veel MBA-studenten van generatie Y. Al die studenten hebben tussen de zes en acht jaar werkervaring voordat ze voor de prestigieuze en dure fulltime MBA-opleiding kiezen. Mijn aan-

name toen ik daar begon, was dat de opleidingskosten wel voor het overgrote deel gedragen zouden worden door de werkgevers van de studenten. Daar had ik me dus enorm in vergist. Een ruime meerderheid van hen betaalt de opleiding zelf, via leningen van ouders, de oude sok van oma, bijbaantjes en leningen bij banken. Waarom is dat relevant? Omdat dat alles te maken heeft met dit boek. Deze studenten zijn voor het overgrote deel happyholics die niet meer terug willen naar hun werkgever en die hopen met deze opleiding de route naar werkgeluk en zingeving te kunnen inslaan. Het zijn mensen van alle continenten en ze zijn uitermate divers. Ze zijn klaar met het beklimmen van de traditionele ladder, het *up or out*-principe, ze zijn klaar met werken in de avonden en de weekenden, het gebrek aan uitdaging in het werk en autoritaire hiërarchieën.

De kijk op werk verandert snel en dit boek draagt daar in significante wijze aan bij. Ben jij jong van geest, maar knaagt er iets aan je werkgeluk, wil jij ontdekken hoe je werkgeluk centraal kunt stellen voor jezelf of je medewerkers, geloof jij dat werk betekenisvol moet zijn en zoek je handvatten om daar zelf invloed op uit te oefenen, dan kom je met dit boek echt aan je trekken. Geniet van de inzichten en kom in actie voor jezelf, je werk en je organisatie.

Jo Krill

Co-founder Myna

Executive coach INSEAD

## IK BEN ITAMAR EN IK BEN EEN HAPPYHOLIC



Het is acht uur 's avonds en ik zit in de trein, op weg terug van mijn werk. In mijn hand heb ik een smartphone, gekregen van mijn werkgever, zodat ik overal en altijd bereikbaar ben. Ook die avond ben ik dus nog bereikbaar en ik zit daarom e-mails te beantwoorden van mijn senior manager. Terwijl ik met een licht schuldgevoel besluit dat het mooi geweest is, de telefoon uitdoe en hem in mijn broekzak stop, staar ik naar buiten in de hoop afleiding te vinden in het voorbijrazende landschap. Helaas zie ik alleen mezelf, althans, een reflectie van mezelf. Het is donker buiten en ik realiseer me dat het al vijf maanden lang elke avond donker is als ik van mijn werk naar huis reis. En ook 's ochtends is het donker als ik naar mijn werk toe ga. Ik constateer dat ik het overgrote deel van mijn actieve leven besteed op mijn werk.

Nu is dat voor veel mensen niet meer dan logisch, iets wat ze al jaren als vanzelfsprekend accepteren. Maar gek genoeg schrik ik van de gedachte en ik begin me af te vragen waarom. Ik heb altijd geweten dat werk een groot deel van het leven zou behelzen. Ik heb daar ook nooit een probleem van gemaakt en het juist geaccepteerd, er misschien ook wel

stiekem naar uitgekeken toen ik nog studeerde. Maar het 'uitkijken naar' is omgeslagen in 'ermee leren leven', bedenk ik. En opeens begrijp ik waarom ik zo schrik van deze gedachte. Ik beseef namelijk dat mijn werk me niet gelukkig maakt. Het grootste deel van mijn actieve leven breng ik door op een plek waar ik me niet thuis voel. En ik baal daarvan. Ik baal omdat ik altijd heb geloofd dat ik werk zou gaan doen dat ik leuk vond. Dat ik 's ochtends met plezier naar mijn werk zou gaan en me energiek zou voelen wanneer ik die plek weer verliet. Ik wil op zondagavond het gevoel hebben dat er weer een leuke week staat te wachten, vol uitdagingen, en dat ik maandagochtend moeiteloos mijn bed uit kom.

Nu kan dat voor sommigen een utopie lijken, of een verwende gedachte, maar voor mij is deze wens heel vanzelfsprekend. Ik heb namelijk geleerd dat het belangrijk is om werk te doen waar je gelukkig van wordt. Ik heb geleerd om mijn passie te volgen omdat ik alles zou kunnen worden wat ik wilde. Wat ik níét wil, is alleen maar werken om geld te verdienen. Geld dat ik in mijn 'andere' (privé)leven kan uitgeven. Nee, werk is een groot deel van mijn leven, en wil ik echt gelukkig worden, dan moet werk ook leuk zijn. Ik wil niet twee levens leiden, een werkleven en een privéleven. Ik zoek geen betere *work-life balance*, want dat zou inhouden dat ik mijn werkleven kennelijk niet interessant genoeg vind om het te beschouwen als mijn echte leven. Ik zoek een integratie van werk en leven, waarin werk en leven beide even leuk zijn. Ik zoek een leven waarin ik me niet anders hoef te gedragen als ik op kantoor ben, waarin ik geen politieke spelletjes moet spelen om

hogerop te komen. 'Nee,' zeg ik tegen mezelf, nog steeds in de trein, 'mijn werk moet me gelukkig maken.'

\* \* \*

Nu, ruim twee jaar later, zit ik in een koffietentje in Amsterdam een boek te schrijven over de noodzaak van geluk op de werkvloer. De eigenaren, twee jongens die ook op zoek zijn geweest naar geluk in het werk, verwelkomen me steevast met een filterkoffie van vers gebrande bonen uit Ethiopië of Kenia.

Ik heb mijn favoriete plek opgezocht om te kunnen werken en ik heb naast me een stapel boeken neergelegd met onderwerpen variërend van het stiekem beïnvloeden van mensen tot methodieken om gelukkig te worden – of gelukkiger.

Hoewel mijn doel altijd is om veel werk te verzetten, zit ik een groot deel van de tijd met vrienden te praten of simpelweg uit het raam te staren. Als ik niet voor een raam zit, maar aan een tafel met mensen tegenover me, staar ik nog steeds. Ik ben me dan volstrekt onbewust van het feit dat ik iemand minutenlang zit aan te gapen. Ook nu is dat het geval.

Ik schrik namelijk op van een subtiele kuch van een oudere man die tegenover me zit. Hij vraagt of hij me ergens mee van dienst kan zijn. Als ik lichtelijk beschaamd zeg dat er niets is, vraagt hij waar ik zo geconcentreerd mee bezig ben en ik leg hem uit dat ik een boek aan het schrijven ben over happyholics. Dit blijkt zijn nieuwsgierigheid te prikkelen, dus vertel ik dat mijn boek gaat over een nieuw soort medewerker, een

medewerker die op zoek is naar geluk en zingeving in het werk. De man tegenover me laat dit even op zich inwerken en vraagt door, waarna we aan de praat raken. We praten over de economie, de veranderingen in de maatschappij en ons eigen leven. Hij vertelt dat hij een paar weken eerder een eigen bedrijf is gestart waarmee hij ondernemers advies wil geven over subsidies, verzekeringen en belastingvoordelen. Hij werkte daarvoor bij een accountantskantoor, maar bleek daar niet zijn ei kwijt te kunnen en besloot zijn baan op te zeggen.

We praten lange tijd en op een gegeven moment vraagt de man waarom ik eigenlijk dit boek schrijf. Ik vertel hem dat ik dit doe omdat ik zélf een van die happyholics ben en dat ik denk dat werk zoveel leuker kan en misschien wel moet zijn. Hierop antwoordt hij na een moment stilte: 'Mijn naam is Robert en ik ben ook een happyholic.'

## **Op zoek naar geluk in het werk**

In april 2012, een paar maanden na die bewuste treinreis, heb ik mijn baan opgezegd en ben ik gaan ondernemen. Ik ben bedrijven, organisaties en managers advies gaan geven over hoe om te gaan met generatie Y (jongeren geboren tussen 1985 en 2000). Ik zag namelijk in mijn eigen omgeving, bij vrienden, collega's en oud-klasgenoten, dat ze genoeg hadden van het huidige bedrijfsleven – nu al. Op elke verjaardag, elke bijeenkomst en elk feest hoorde ik jonge professionals vertellen dat het werkende leven voor hen één

grote teleurstelling was. De effecten hiervan zijn ook duidelijk terug te zien op de werkvloer: jongeren verlaten bedrijven alweer na een paar jaar, zijn vaak ongemotiveerd voor het werk dat ze moeten doen en hebben veel te maken met stress- en burn-outverschijnselen. Dat is logisch, niemand van hen had gedacht dat ze na twintig jaar in de schoolbanken zitten, leren, studeren en studieschulden opbouwen op een plek terecht zouden komen waar alles wat ze zoeken – uitdaging, plezier en zingeving – nauwelijks terug te vinden is.

Twintig jaar lang hebben wij – ik ben ook van generatie Y – van onze ouders en docenten gehoord dat we alles konden worden wat we wilden, dat de wereld aan onze voeten lag en dat we hoe dan ook ons geluk moesten nastreven. 'Want werk doen puur voor het geld, geloof ons, daar word je niet gelukkig van,' zeiden ze.

En nu zitten we op kantoor, spreadsheets te maken en opdrachten van onze bazen op te volgen zonder ook maar enige eigen inbreng, en er wordt ons verteld dat werk echt niet altijd even leuk is en dat we dit maar moeten accepteren.

Jongeren beseffen dankzij hun ouders, die hun dit hebben verteld, dat werk een te groot onderdeel van het leven is om er niet gelukkig mee te zijn. Het is mijn doel om bedrijven en leidinggevenden bewust te maken van deze nieuwe mentaliteit en nieuwe behoeften.

Maar generatie Y staat hierin niet alleen. Steeds meer mensen beseffen dat ze plezier en waardering willen hebben op



het werk – kijk naar Robert. Ook zij werken niet meer puur voor het salaris en ook zij hebben hulp nodig op de werkvloer.

Hoewel generatie Y zeker vooroploopt in het uiten en nastreven van deze behoeften, verlangen veel meer mensen naar een nieuwe organisatie, een gelukkige organisatie, een plek waar je je als medewerker thuis en op je gemak voelt, waar een sfeer van vertrouwen hangt en waar uitdaging en plezier continu aanwezig zijn. Hoewel deze waarden lange tijd ondergeschikt zijn geweest aan efficiënter werken, promotie maken en meer verdienen, vindt er momenteel een verandering plaats. Het is een ware paradigmaverschuiving, een nieuwe tijdgeest.

Medewerkers, vooral jonge professionals, stellen nieuwe eisen aan hun werkende leven. Ze zijn geen workaholics, maar happyholics – ze zijn op zoek naar geluk en zingeving in hun werk.

Ik ben dit boek gaan schrijven om nog meer mensen te laten inzien dat werk leuker kan, sterker: dat werk leuker móét. Ik wil ervoor zorgen dat geluk, plezier en zingeving werkelijkheid worden op de werkvloer. Ik laat zien welke behoeften de happyholics hebben en waar deze vandaan komen.

Ik richt me in dit boek tot happyholics, leidinggevend en organisaties. Want alleen wanneer we gezamenlijk meer aandacht geven aan plezier en zingeving in het werk hebben we impact.

Voor happyholics is het waardevol om met behulp van de

tips in het boek te onderzoeken wat zij zelf kunnen doen om hun werk leuker te maken. Uiteindelijk hebben we allemaal zelf regie over hoe we ons werkende leven inrichten. Met dit boek hoop ik de happyholics te inspireren actief stappen te zetten om een positief effect te bereiken.

Ik richt me ook tot leidinggevend en organisaties. Productievere medewerkers, het aantrekken en behouden van talent en minder verloop en ziekteverzuim: dat zijn dé uitdagingen van veel organisaties. Mijn antwoord: zorg dat je als werkgever aantrekkelijk bent (en blijft!) voor je succesvolste medewerkers, de happyholics. Geluk op de werkvloer is namelijk niet alleen iets waar mensen behoefte aan hebben, het is ook essentieel voor het succes van een bedrijf: een gelukkige medewerker is aanzienlijk effectiever, productiever, creatiever, betrokken, minder gevoelig voor stress en in het algemeen een stuk gezonder.

Ik wil het nóg een keer zeggen: een gelukkige medewerker is effectiever, productiever, creatiever, betrokken, minder gevoelig voor stress en in het algemeen een stuk gezonder.

Dat is extreem waardevol, ook voor leidinggevend en. En zij spelen een beslissende rol in het doorvoeren van deze mentaliteit. Door het vele contact dat zij hebben met de medewerkers op de werkvloer, door de autoriteit die zij over het algemeen bezitten in het bedrijf en doordat zij het verschil kunnen maken in de omslag naar geluk en plezier op de afdeling, zijn leidinggevend en wat mij betreft een belangrijke doelgroep. Zij vormen de schakel tussen de belangen van het bedrijf en de behoeften van de happyholics. En zeg nou

zelf, leidinggevend en kunnen toch niks anders willen dan een team vol tevreden en gelukkige medewerkers?

In de eerste hoofdstukken laat ik zien hoe behoeften veranderen, welke mentaliteit werkelijkheid wordt en waarom het zo belangrijk is om hier bewust mee aan de slag te gaan – want het kan een happyholic, team en bedrijf heel veel opleveren. Deel 2 zoomt in op de praktische kant van het verhaal: wat moet er veranderen op de werkvloer om voor medewerkers meer plezier en geluk in het werk te realiseren? Ik geef in dit deel een overzicht van de vijf belangrijkste behoeften van de medewerker 2.0 en laat zien welke concrete maatregelen nodig zijn om aan deze behoeften tegemoet te komen.

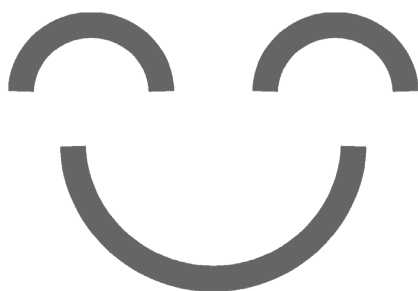
Medewerkers verdienen meer dan een salarisstroompje. Ze verdienen werk waarin ze zich kunnen ontwikkelen. Het is absurd dat werk in deze tijd en in deze maatschappij voor zoveel mensen iets ellendig betekent, en dat er nog steeds zoveel mensen zijn die op maandagochtend met pijn in hun buik wakker worden.

Dat is onnodig en zonde. De sleutel tot geluk zit hem in de manier waarop we op de werkvloer met mensen omgaan. Die moet hoognodig veranderen.

Want wees eerlijk: zou het niet geweldig zijn als we het voor elkaar krijgen dat we allemaal met plezier naar het werk gaan en dat we graag doen wat we moeten doen? Dat we het gevoel hebben dat we belangrijk zijn? Dat we trots zijn op ons werk, op het bedrijf waar we voor werken en op onze

rol in het geheel? Dat we simpelweg gelukkig zijn? En dat dit ook nog eens een positief effect heeft op de bedrijfsresultaten?

# DEEL 1 HAPPYHOLICS: WIE, WAT & WAAROM



# HOOFDSTUK 1 EEN NIEUWE GENERATIE MEDEWERKERS STAAT OP



Op de werkvloer vind je vier verschillende generaties met allemaal een unieke mentaliteit. Zo is er de babyboomgeneratie (mensen geboren tussen 1940 en 1955), generatie X (geboren tussen 1955 en 1970), de pragmatische generatie (geboren tussen 1970 en 1985) en generatie Y (geboren tussen 1985 en 2000).

Een generatie wordt gekenmerkt door specifieke eigenschappen en bestaat uit een groep leeftijdgenoten met gezamenlijke kenmerken, gedragsuitingen en behoeften, ontstaan door een gedeelde levensgeschiedenis met specifieke sociale omstandigheden: economische situatie, technologische ontwikkeling, opvoeding.

De jongste werkende generatie is de generatie Y. Wij zijn te herkennen aan onze zoektocht naar passie, onze grote aanwezigheid online en onze ondernemende en creatieve spirit. Maar daarnaast zijn we door onze beschermde opvoeding soms een beetje verwend en lui en erg gevoelig voor kritiek en stress. We hebben zelfs, overeenkomend met de midlifecrisis en het dertigersdilemma, onze eigen crisis: het twintigersdilemma oftewel de quarterlifecrisis.

## Het begint allemaal met generatie Y

Generatie Y heeft in de afgelopen jaren in grote aantallen de werkvloer betreden. Op dit moment bestaat ongeveer dertig procent van de medewerkers uit Y'ers. Het bedrijfsleven speelt weliswaar in op deze jongeren door hun traineeships, talentprogramma's en opleidingsstages aan te bieden, maar we hebben het ondanks deze, op zichzelf goedbedoelde programma's niet echt naar onze zin in het huidige bedrijfsleven. We zijn uit op verandering. De oude, afstandelijke manier van managen, de hiërarchie en de saaie taken en functieomschrijvingen passen namelijk niet bij onze mentaliteit. We zijn klaar met bedrijven waar we alleen maar Excelsheets mogen maken of andere flutklusjes mogen doen, waar van ons verwacht wordt dat we onze bazen met 'u' aanspreken en waar we onze eigen plannen en behoeften op de tweede, derde of vierde plaats moeten zetten.

Lees wat Johan, beleidsmedewerker bij een grote gemeente in Nederland, mist in zijn werk:

*'Ik mis mensen met ambitie en begeestering. Het gevoel dat je samen iets fantastisch aan het neerzetten bent en de wereld een beetje mooier maakt, ontbreekt vaak totaal. Veel collega's komen om negen uur aan om hun werk te doen en gaan om vijf uur weer naar huis. Leven doen ze in hun vrije tijd. Hun werk lijkt een noodzakelijk kwaad. Dat zorgt er ook voor dat bepaalde personen*



*“Werk aan de vijf pijlers van werkgeluk en realiseer een leuker werkend leven”*

**Werken voor een salarisstroompje is niet meer van deze tijd. Wil jij ook meer geluk en bezieling vinden in je werk? Word dan ook een happyholic en ga op zoek naar een leuker werkend leven!**

Als millennials hebben wij heel andere behoeften als het gaat om werk. We werken niet om te concurreren met collega's voor de beste promotie, we werken om geïnspireerd te raken. We willen groeien en ontwikkelen, impact maken en betekenisvol zijn. En wij staan niet alleen, steeds meer mensen willen happyholic worden.

Ga naar  
[happyholics.com](http://happyholics.com)

Maar hoe realiseer je dat? In dit boek lees je hoe je leuk en betekenisvol werk kunt vinden. Dat is beter voor jezelf, maar ook voor je organisatie.



**Itamar Sharon** is happyholic. Hij werkte bij traditionele bedrijven en ontdekte al vlug dat hij daar niet gelukkig zou worden. Sindsdien richt hij zich als trainer, coach en spreker op het helpen van happyholics om meer bezieling en plezier te realiseren in hun werk. Zijn missie? Een leuker werkend leven voor iedereen.