

Raad van
Organisatie
Adviesbureaus

ROA

Ernst Hijmanslezing

Itamar Sharon
“Happyholics”

20 juni 2019

Happyholics

Vier jaar geleden, in april 2015, werd mijn boek *Happyholics | Leidinggeven aan mensen die het niet doen voor de poen* gelanceerd. Een boek waarin ik leidinggevend en organisaties help de Happyholics in organisatie beter te boeien en te binden. Happyholics zijn werknemers die met hun werk een bijdrage willen leveren, die zichzelf willen ontwikkelen en daardoor, maar ook los daarvan, gelukkig willen zijn in het werk.

De reden dat ik dit boek schreef is ontstaat uit mijn werk met Generatie Y. Generatie Y laat duidelijk een andere mentaliteit en behoefte zien in het werk. Ze hebben het regelmatig over zingeving, ze willen leuk werk doen en vragen meer aandacht dan de gemiddelde werknemer. Generatie Y is op zoek naar geluk en zingeving in het werk en daar hielp ik organisaties mee. Maar al snel realiseerde ik mij dat we het niet alleen over Generatie Y moeten hebben, maar over een nieuwe generatie werknemer. Steeds meer mensen, ongeacht leeftijd of generatie, zijn op zoek naar zingeving en geluk in het werk. En die nieuwe generatie werknemer noem ik de Happyholic.

Een Happyholic is iemand die op zoek is naar geluk en zingeving in het werk. Iemand die op zoek is naar 'meer', naar iets 'groters', naar iets dat niet met materiële voorzieningen te bevredigen valt.

Happyholics willen energie krijgen van het leven én het werk. Ze zoeken een plek waar ze met zinvol en leuk werk bezig zijn. Ze zoeken een gezellige werksfeer en een werkplek waar naar ze geluisterd wordt. Een plek waar ze zichzelf kunnen zijn.

Happyholics willen van betekenis zijn.

Happyholics | via happy mensen succesvolle organisaties

Het is opvallend hoe het aantal Happyholics in organisaties groeit. Op 1 september 2019 start ik daarom samen met een compagnon het trainings- en adviesbureau Happyholics. Met dit bureau maken wij organisaties succesvoller én positiever, door werk mooier te maken en mensen gelukkiger. Dit doen we door organisaties en Happyholics te motiveren, stimuleren en faciliteren.

In mijn ogen zijn deze mensen namelijk essentieel voor de toekomst van organisaties. Zij zijn de voortstuwende kracht, zij zijn degenen die flexibel en innovatief kunnen zijn. Mits ze daartoe in staat worden gesteld en zij zelf leren dit te doen.

Vijf jaar geleden ben ik voor het boek met ontzettend veel mensen gaan praten om uit te vinden welke kenmerken essentieel zijn voor Happyholics om het beste uit zichzelf te halen. Uit die gesprekken kwamen de volgende vijf kenmerken: persoonlijk contact, waardering, vrijheid, zingeving en persoonlijke ontwikkeling.

Ik neem u graag mee in deze vijf kenmerken.

De vijf kenmerken van een Happyholic-organisatie

Persoonlijke contact

Mensen zien werk steeds meer als een integraal gedeelte van hun leven. Werken doen we soms thuis maar ook op het werk willen we ons thuis kunnen voelen. Dat vraagt sterk persoonlijk contact met collega's.

Een groot percentage werkenden heeft op nummer 1 prioriteit voor een baan 'een fijne werksfeer' staan.

Dit betekent niet dat we thuiswerken op moeten geven en weer allemaal elke dag de gehele dag op kantoor zijn. Dit betekent wel dat het contact dat er is van waarde moet zijn en dat het daadwerkelijk bijdraagt aan het kennen van elkaars voorkeuren, worstelingen, successen, persoonlijke gedragingen, etc. Je ergens thuis voelen en jezelf kunnen zijn draagt ontzettend bij aan hoeveel waarde je kunt brengen. Dit vraagt dus dat collega's onderling meer tijd met elkaar doorbrengen in een omgeving waar het werk niet centraal staat en dat er ook tussen leidinggevende en medewerker meer tijd komt om het te hebben over wie ieder is als persoon (niet als functionaris). Hoewel dit voor mij bijna een vanzelfsprekendheid is heeft het mij bijzonder verbaast over hoe vaak ik nog hoor dat mensen al twee jaar geen persoonlijk gesprek hebben gehad met hun leidinggevende, dat teams eens in het kwartaal een meeting hebben (en nooit iets anders) of dat mensen het moeilijk vinden om over privé dingen te spreken met collega's of de leidinggevende.

Daarnaast staat altijd de telefoon aan, moeten er tussendoor belletjes gepleegd worden of nog even een mail verstuurd worden. Echt persoonlijk contact en aandacht is helaas iets wat ik zelden terug hoor. Wat dat betreft heb ik nu een bijzondere leidinggevende die bewust momenten kiest om samen naar het strand te gaan en daar een uur te wandelen. En daar praten we volledig gelijkwaardig. Hij vertelt waar hij gelukkig om is, wat hij lastig vindt en wat hij van mij nodig heeft. En ik doe dat ook.

Een Happyholic organisatie heeft dus een atmosfeer waarin persoonlijk contact mogelijk is en in zo'n organisatie is er tijd om met elkaar stil te staan bij een ieder. En niet alleen het werk...

Waardering

Het tweede kenmerk is waardering. Dat lijkt een logische en misschien is het dat ook. Toch zie ik ook dit maar weinig terug op de werkvloer. Ik heb het overigens niet over extrinsieke waardering, zoals een salarisverhoging of een mooier kantoor. Ik heb het over intrinsieke waardering. Het gevoel dat je echt gewaardeerd wordt voor wie je bent en wat je brengt. Een belangrijk onderdeel hiervan is complimenten.

Ik heb regelmatig in teams een klein onderzoekje gedaan. Ik vraag dan elk teamlid aan te geven hoeveel complimenten die persoon per week aan zijn of haar teamgenoten geeft. Een gesloten omgeving dus als het ware. Gemiddeld krijg ik dan terug dat diegene 4 a 5 complimenten geeft per week. Dan vraag ik ieder hoeveel complimenten hij/zij van zijn of haar teamgenoten ontvangt. Dan krijg ik gemiddeld 1 a 2 complimenten terug. Kortom, zo'n 80% aan complimenten verdwijnt. Mysterieus toch?

Het feit dat dit gebeurt komt door twee oorzaken:

1. Niet iedereen is even goed in het daadwerkelijk ontvangen van een compliment: "ah joh, ik vond het eigenlijk niet zo goed hoor. Denk echt dat dit en dit beter kan." Of: "nee joh, doe niet zo gek, is gewoon onderdeel van m'n werk!"

Zonde!

2. Tweede oorzaak is dat mensen denken een compliment te geven maar doen dat eigenlijk niet. Een mooi voorbeeld vind ik altijd een manager van een magazijn die ik begeleid heb. Dit exacte onderwerp was een issue bij hem in zijn team en hij vroeg mij eens mee te lopen op de werkvloer om te zien wat er nou precies gebeurt. Zo liepen wij een keer met zijn team door het magazijn en hij zegt: "ziet er goed uit jongens. Ik zou alleen die stapels kratten ergens anders neer zetten, ook nog even dat beetje rommel opruimen daar in de hoek en die karren nog even buiten zetten." En hij zegt achteraf tegen mij: "goed he, ik heb weer een compliment gegeven aan de mannen." Waarop ik hem bevroeg wat dat compliment dan precies was. En hij zegt: "ik zei toch dat het er goed uit zag?!"

Complimenten zijn voor ons nuchtere Nederlanders ingewikkeld maar ze zijn o zo essentieel. Mensen in organisaties moeten echt leren dit duidelijker en vaker te doen en te ontvangen, wil je een gevoel van waardering creëren.

Overigens is complimenten niet het enige. Ook successen vieren en trots zijn met elkaar is essentieel. We werken in een maatschappij waarin *meer* en *beter* het gevoel van de dag is. We kijken altijd waar we in kunnen verbeteren, welke prestaties we kunnen overtreffen en wat

de volgende stap is. Dat is ook mooi, want dat brengt ons veel. Maar we vergeten in mijn ogen regelmatig stil te staan bij datgene dat we al behaalt hebben en waar we trots op mogen zijn.

Vrijheid

Dan komen we bij het derde kenmerk en dat is vrijheid. Vrijheid is essentieel om tot optimale prestaties en toegevoegde waarde te komen. De mate van vrijheid gaat hand in hand met de mate van verantwoordelijkheid. Hoe meer verantwoordelijkheid iemand krijgt en/of neemt, hoe meer vrijheid diegene nodig heeft om daar resultaten in te behalen. Vrijheid gaat over het *hoe*. Happyholics willen weten welke resultaten ze moeten halen en waarom. Dat zijn de kaders die ze graag daadwerkelijk terug willen zien en krijgen.

Maar de manier waarop ze die resultaten halen, daar willen ze vrijheid in. Alleen op die manier ben je namelijk in staat het beste van jezelf in te zetten. Je moet zelf kunnen bepalen waar, wanneer en met wie je werkt en vooral welke talenten je in moet of kunt zetten om de resultaten zo effectief mogelijk te behalen.

Dit betekent dat je langzaam afstapt van zeer uitgewerkte functieomschrijvingen en taken en veel meer toegaat naar het doel, de opgave en daaruit te herleiden resultaten. Op zich wordt er in best wat organisaties gesproken over resultaatgericht werken en zijn talenten steeds meer het gesprek van de dag. Wat mij alleen opvalt is dat de hele organisatie meteen die verandering door moet maken. En dan denk ik, waarom? Waarom geef je de mensen die graag werken vanuit strakke kaders en taken niet dat wat ze willen en gun je de Happyholics de, misschien wel extra, ruimte om te presteren.

Ik zie gelukkig dat voor dit kenmerk steeds meer aandacht is in organisaties en dat we langzaam steeds meer toegaan naar vrijer en talentgerichter werken.

Zingeving

Mensen willen zich verbonden voelen met datgene dat ze doen. Ze willen niet een klein radertje zijn in een groot geheel waarvan ze geen idee hebben wat hun bijdrage is. Ze willen daadwerkelijk het resultaat, of beter gezegd, de impact van hun werk terug zien in de praktijk. Happyholics willen het gevoel hebben dat ze van belang zijn en dat ze waarde toevoegen. Dat voel je pas wanneer je snapt waarom jij in je werk doet wat je doet. Wat de reden is dat jij 'er bent'. Het liefst nog heeft het werk dat ze doen ook een maatschappelijke impact. Want wees nou eerlijk: ik doe dit werk om mijn aandeelhouders rijk te maken is nou niet perse iets waar je je makkelijk aan verbindt. Maatschappelijke impact hoeft niet te betekenen dat het niet commercieel is. Als je bijvoorbeeld kijkt naar social entrepreneurship is juist de combi van economisch én maatschappelijk impact maken heel populair. Het kan ook simpelweg een tevreden klant zijn. Het hoeft dus niet perse over het klimaat, de zwakke of de armen zijn waarvoor ze het doen.

Mensen hebben soms hulp nodig het maatschappelijke aspect van hun werk in te zien. Een mooi voorbeeld is van schoonmakers op een school. De ene schoonmaker ziet zijn werk als: grond dweilen, prullenbakken legen, elke dag weer die tekeningen en woorden van de wc deurtjes afpoetsen. De andere schoonmaker ziet zijn werk als een zeer belangrijke bijdrage aan het creëren van een leerklimate en omgeving waar leerlingen het beste uit zichzelf kunnen halen.

Dat ze zich kunnen verbinden aan hun werk is dus een belangrijke. Maar ze willen zich ook kunnen verbinden aan de organisatie. Verbondenheid betekent dat ze zich kunnen vinden in de keuzes die de organisatie maakt en dat ze bij kunnen dragen aan die keuzes. Ze voelen zich graag onderdeel van een groter geheel. Want wanneer ze onderdeel zijn van dat grotere geheel, kunnen ze zich makkelijk verbinden aan de veel grotere impact die de hele organisatie maakt in verhouding met wat zij als individu kunnen bewerkstelligen.

Persoonlijke ontwikkeling

En dan komen we bij het laatste kenmerk van een Happyholic organisatie: persoonlijke ontwikkeling. Het onderwerp waar ik mijn vak van heb mogen maken in de afgelopen vijf jaar. En mijn god wat heb ik daar verschillen in gezien in de Nederlandse arbeidsmarkt. Van traineeships die volledig optimaal ontwikkeld en uitgevoerd worden tot verplichte

leiderschapsprogramma's voor de hele organisatie waarin in een dag een volledig nieuwe stijl van leidinggeven wordt aangeleerd. Persoonlijke ontwikkeling, elke organisatie doet er wel wat aan, maar hoe effectief is het nou echt?

Als het gaat om persoonlijke ontwikkeling zie ik eigenlijk twee paden; het vakinhoudelijke stuk en het persoonlijke stuk. Vakinhoudelijk is gelukkig genoeg aandacht voor. Opleidingen, cursussen en uitgebreide studies om mensen zo goed mogelijk op de hoogte te houden van de nieuwste ontwikkelingen in hun veld.

Als het gaat om het persoonlijke stuk zie je, zoals ik al zei, veel verschillen. Voor Happyholics is het van belang dat ze het gevoel hebben dat ze het meeste uit zichzelf halen. Ze willen écht persoonlijke groei ervaren. Dit betekent kennis, vaardigheden maar ook persoonlijke overtuigingen bijvoorbeeld. Als ik werk met Happyholics vraag ik hen eens op een lijn te gaan staan van 0 tot 10, waarbij 10 is; ik ben mijn meest effectieve zelf, en 0 is het minst effectief. Gemiddeld gaan mensen tussen de 3 en de 7 staan. Happyholics zijn scherp naar zichzelf, zien continu mogelijkheden te groeien en zijn vooral ook bereid op een zeer persoonlijk niveau aan de slag te gaan met o.a. thema's als:

- Hoe afhankelijk ben je eigenlijk van je omgeving?
- Heb je goedkeuring nodig om een positief zelfbeeld te hebben?
- Welk patroon zie je terug in je gedrag waar je weinig controle over hebt?
- Welke overtuigingen maken dat dit patroon in stand blijft?

Op dit niveau ontwikkelen en trainen biedt mensen de mogelijkheid om echte stappen te maken in hun effectiviteit. Maar, alsjeblieft, ga niet een verplicht traject uitzetten om mensen te veranderen. Geef ze een persoonlijk budget en als ze het niet opmaken gaat hun bedrag naar de mensen die wel willen.

Wij hebben in ieder geval 1 harde eis; we doen nooit een traject waar mensen verplicht aan moeten deelnemen!

Sluit je aan

Kortom, ik geloof dat voor organisaties en de toekomst van deze organisaties de sleutel ligt bij de Happyholic. De werknemer die van betekenis wil zijn, die verbonden wil zijn en die geluk wil halen uit zijn of haar werk. Bij die mensen zit de motivatie, de energie en de betrokkenheid die o zo essentieel is. Er moet nu alleen nog een vonkje komen om dat om te zetten in een groot vuur. En daar hebben we iedereen voor nodig. Bovenal hebben Happyholics elkaar nodig. Wij bieden de Happyholics van Nederland daarom de mogelijkheid om te verbinden met elkaar. Wij als Happyholics brengen niet alleen beweging. We zijn er ook 1. Ben je een Happyholic en wil je samen met ons een nieuwe manier van werken en organiseren realiseren, sluit je dan aan via www.happyholics.com.

Dank voor uw aandacht.