

@WORK

marie claire

OP DE PLAATS RUST

JUST IN DEZE BIJZONDERE TIJD IS
HET GOED OM EVEN UIT TE ZOOMEN
EN NA TE DENKEN OVER JE WERK.

HOE ZINNVOL IS JOUW WERK?

*Nu de wereld even stilstaat,
we noodgedwongen thuiswerken
en bepaalde beroepen ineens
'vitaal' blijken, kan het tijd zijn
om eens te reflecteren: hoe zinvol
vind ik mijn werk eigenlijk?*

TEKST MARISKA VERMEULEN

Nog nooit hebben we zo vaak de term 'vitale beroepen' gehoord als in tijden van corona. En we reageerden er massaal op. We hingen uit het raam om te applaudisseren voor de zorg, gaven leraren weer eens lovende woorden in plaats van een grote mond, en vuilophalers draaiden overuren omdat we door onze opruimwoede steeds meer troep aan de straat zetten. Op slag werd duidelijk welke cruciale beroepsgroepen de samenleving draaiende houden. Deze essentiële beroepen staan in schril contrast tot wat antropoloog David Graeber in zijn essay uit 2013 'bullshit jobs' noemt (in 2018 verscheen het gelijknamige boek). Dit zijn beroepen die volgens de werkenden zelf volstrekt zinloos en overbodig zijn. En of je zo'n baan hebt – dat is het mooie – bepaal je dus helemaal zelf. Want wie zijn wij om van de zijlijn te beslissen of wat een ander

doet 'overbodig' is? Wij kunnen wel vinden dat een verpleger net wat belangrijker werk doet dan – pak 'm beet – een topvoetballer, maar dat ziet de topsporter zelf vast anders als hij zijn team naar de finale scoort en daarmee heel wat mensen blij maakt. En weer wat miljoenen op z'n bankrekening kan bijschrijven.

Eerst een geruststellende gedachte: het valt in Nederland nog wel mee met het aantal mensen dat vindt dat ze een bullshit job hebben, blijkt uit onderzoek van arbeidssocioloog Fabian Dekker naar aanleiding van de European Working Conditions Survey uit 2015. Slechts 5 procent van de Nederlandse werkenden twijfelt 'altijd' of 'meestal' aan het belang van hun werk. De kans dat een Marie Claire lezeres tussen deze twijfelaars zit, is volgens de statistieken al helemaal klein. Goed nieuws voor ons dus: wij vinden ons werk over het algemeen nuttig. Al zou het zomaar kunnen dat we door de nadruk op cruciale beroepen de laatste tijd extra kritisch naar het maatschappelijk belang van ons eigen werk zijn gaan kijken.

BULLSHIT-ELEMENTEN

Het is natuurlijk niet alleen feest op de werkvloer in Nederland. In bijna elk beroep krijg je te maken met 'bullshit-elementen', en die kunnen ons wel degelijk >



doen twijfelen aan het nut van wat we nou eigenlijk doen van negen tot vijf. Want dat je niet altijd twijfelt over het belang van je werk, betekent nog niet dat je het nóóit doet. Angela Koolmees is arbeids- en organisatiepsycholoog en begeleidt al jarenlang mensen in het psychologische proces van werkverandering. Ze weet dus precies waar mensen wel én niet een gevoel van waarde uit putten. Koolmees: «Ik ben mensen tegengekomen die ter controle de stomste dingen moesten afvinken op een lijstje. Ze moesten zelfs een vinkje zetten dat ze de vinkjes hadden gezet! En dan was er ook nog iemand met de taak om te controleren of al die vinkjes wel gezet werden. Op die manier werd het controle op de controle en dat gebrek aan autonomie voelde compleet zinloos. Voldoende autonomie in je werk is een belangrijke energiebron; het geeft regie en controle en wetenschappelijke onderzoeken laten zien dat dit een belangrijke pijler is voor werk-geluk. Bij grote bedrijven voelt het bovendien vaak alsof wat je doet verdwijnt in een groot zwart gat. Hierdoor is minder zichtbaar wat jouw unieke bijdrage is, wat heel anoniem en onpersoonlijk kan voelen. Sommige mensen gaan zich dan afvragen of ze er zelf wel toe doen. Bij een baan die je wél als zinvol ervaart, zijn de lijnen vaak korter. Als je ziet dat wat jij doet effect heeft, dan kun je ook reflecteren en indien nodig bijsturen.»

Ook het tot het gaatje optimaliseren van werk kan ervoor zorgen dat je je werk steeds minder belangrijk gaat vinden. Het kan sommige bullshit-elementen weliswaar wegnemen, maar óók de leuke dingen verdwijnen. Koolmees: «In veel bedrijven is het een trend om 'lean' en dus zo efficiënt mogelijk te werken. Het werk wordt uitgekleeft waardoor je ook de leuke dingen niet meer kunt doen. Zo ken ik mensen van Human Resources die bijna geen contact meer hadden met de werknemers, terwijl ze juist vanwege het menselijk contact voor hun baan hadden gekozen! De werknemers van het bedrijf moesten eerst via intranet met een callcenter in het buitenland bellen en alleen als het echt niet anders kon, mochten ze contact hebben met HR. Hoe meer een bedrijf wordt geleid op basis van Excelsheets in plaats van menselijk con-

tact, hoe onpersoonlijker het wordt en hoe groter de kans dat mensen de beleving van bullshit hebben. Uit onderzoek blijkt dat mensen nog steeds de meeste voldoening en zingeving halen uit menselijk contact.»

De komst van een nieuwe manager of – vaak nog erger – een peperdure consultant, waardoor opeens alles anders moet (dag jarenlang werk!), zorgt er ook niet per se voor dat mensen hun werk zinvoller gaan vinden. Koolmees: «Het is logisch dat een nieuwe manager zijn of haar stempel wil drukken op een functie, maar een goede manager verandert de koers subtiel. Ego-gedreven managers willen alles opeens volledig anders, en daardoor kunnen werknemers zich

afvragen: waar heb ik me de afgelopen jaren dan zo voor ingezet? Alles waarin je geloofde en hard voor hebt gewerkt, kan opeens nutteloos lijken. Ook het effect dat reorganisaties hebben op mensen moet niet onderschat worden. Soms wordt een hele afdeling weggestreept en gaat alles daarna door alsof er niets aan de hand is. Mensen zien de waarde van hun werk gewoon voor hun ogen verdampen.» Zo kun je mensen achteraf alsnog het gevoel geven dat ze een bullshit job hadden.

OF JIJ EEN BULLSHIT JOB HEBT OF BELANGRIJK WERK DOET, DAT BEPAAAL JE ZELF

WAT IS ZINVOL?

In deze tijden is het een interessante vraag of mensen met vitale beroepen hun werk per definitie zinvoller vinden dan mensen met andersoortig werk. Alleen al een vragenronde in mijn kennissenkring – bestaande uit mensen met en zonder vitaal beroep – maakt duidelijk dat dit niet per se zo is. De meeste vrienden met een vitaal beroep geven hun werk een acht qua zinvolheid (hoog dus!), maar een vriendin die voor een luxe sieradenmerk werkt, geeft haar job zelfs een negen. Ik citeer: «Diamanten zijn natuurlijk totaal onbelangrijk, maar de glimlach op iemands gezicht en de betekenis die vaak achter een sieraad zit, maken het zo waardevol.» Wat dat betreft kiezen mensen op dezelfde manier voor een vitaal als voor een niet-vitaal beroep: je kiest simpelweg waar je zélf voldoening uithaalt. Maar het is evengoed pijnlijk dat nog steeds lijkt te gelden: hoe groter het maatschappelijk nut, hoe lager de betaling. Daardoor kan het bijna niet anders dan dat

mensen in bijvoorbeeld de zorg en het onderwijs de hoge werkdruk en lage salarissen accepteren omdat het werk voor hen een hoog zingevingen gehalte heeft. Lerares basisonderwijs Marjolein Antonysen (36) beaamt dat: «Ik wil echt iets betekenen voor de maatschappij. Als ik geen lerares was geworden, had ik bijvoorbeeld een baan in de gezondheidszorg gekozen. Het is jammer dat de waardering voor ons werk soms uitblijft. Er wordt al zo lang gestaakt voor extra geld voor het onderwijs, zeker sinds passend onderwijs is ingevoerd, waardoor er nu ook kinderen in de klas zitten die voorheen speciaal onderwijs zouden krijgen. Ik heb moeten accepteren dat je het in een grotere klas niet voor elk kind 100% goed kunt doen, omdat tijd, middelen en personeel ontbreken. Maar ook het maatschappelijk aanzien van onderwijzers is de laatste decennia enorm gedaald. Ik hoop dat we als samenleving nu eindelijk inzien dat de vitale beroepen écht essentieel zijn en we ze moeten geven wat ze nodig hebben. Dat geldt zeker voor de zorg die – terecht – al jaren zegt: ‘de leraren kunnen tenminste nog staken, bij ons is dat niet mogelijk.’» En dat is het schrijnende: de overheid lijkt er eerder misbruik van te maken dat mensen dit werk als een soort roeping zien dan die belangrijke beroepen écht te waarderen. De duizend euro die zorgmedewerkers van de overheid kregen voor hun harde (en zelfs gevaarlijke) werk tijdens de piekperiode van corona is toch niet meer dan een fooi te noemen – zeker gezien het feit dat grote commerciële bedrijven miljarden binnensleepten. Overigens is het opvallend dat mensen uit de vitale sector niet de enigen zijn die zich niet gewaardeerd voelen. Dat bleek wel uit het aantal reacties dat ik kreeg op een oproepje dat ik daarover plaatste. Van een seksspeeltjestester («het is toch belangrijk dat iemand test of ze écht veilig zijn!») en een eigenares van een modellenbureau («alsof ik de hele dag op een boot champagne zit te drinken») tot een politiek geëngageerd kunstenaar («de gemeente schaaft mijn werk onder ‘vrije tijd’, en ontkracht daarmee mijn hele kunstenaarschap»). Het blijkt maar weer: wat iemand ervaart als zinvol en belangrijk werk is heel persoonlijk.

AUTONOMIE GEEFT REGIE EN CONTROLE, DAT IS BELANGRIJK VOOR WERKGELUK

TIJD OM TE REFLECTEREN

We kiezen dus het liefst een beroep dat ons voldoening geeft. En dat betekent: een beroep dat aansluit bij onze waarden. Mocht je even kwijt zijn welke waarden voor jou belangrijk zijn: het kan zo simpel zijn als een lijst met 25 waarden opstellen (denk aan: creatief, sociaal, rustig, schoonheid, vrijheid, etc.) en die tegen elkaar wegstrepen, totdat je er drie tot vijf overhoudt. Maar zeker nu door de coronacrisis de werkloosheid enorm dreigt toe te nemen, zou het weleens een luxe kunnen worden om op die manier na te denken over je werk. Sterker nog: voor veel mensen in Nederland en in de wereld is dat al zo. Arbeids- en organisatiepsycholoog Koolmees: «De behoeftepiramide van Maslow is ook hierop van toepassing. Als de onderste lagen van de piramide niet vervuld zijn, en je dus simpelweg geld tekortkomt voor je basisbehoeften, kom je er echt niet aan toe om na te denken over hoe zinvol je baan voor jou eigenlijk is. Dat komt pas aan bod richting het topje van de piramide – als aan de basisbehoeften is voldaan.» Voor de gelukkigen die nog wel de ruimte hebben om na te denken over het belang van hun werk, is de vraag of het vele thuiswerken daar nog invloed op heeft. Koolmees: «We zijn tot stilstand gekomen en hebben alle tijd gekregen om te reflecteren op het leven en dus ook op ons werk. Een baan die voldoening geeft, geeft ook veel meer zingeving aan de rest van je leven. Ik geloof het nooit als mensen die hun werk niet leuk vinden zeggen dat ze de deur achter zich dichttrekken en hun werk achter zich laten. Op termijn kan dit je een burn-out of bore-out opleveren.» En je werk achter je laten is helemaal lastig nu je de deur van je kantoor vanwege het gedwongen thuiswerken niet eens meer dicht kunt trekken. Dus zolang we de luxe hebben, kunnen we die uren tussen negen en vijf maar het best vullen met iets wat op z'n minst niet aanvoelt als bullshit. •



DE CARRIÈRELESSEN VAN SOPHIE VAN DER SCHAFT & BRITT HOGENHUIS

Sophie van der Schaft en Britt Hogenhuis zijn oprichters van & .agency, een strategisch bureau voor personality marketing. Twee jaar na de start draaiden ze al een miljoenenomzet. Hun klanten zijn onder andere Hello Fresh, L'Oréal en Piper Heidsieck.

DURF INTUÏTIEF TE ONDERNEMEN

Sophie: «Wij noemen dat ook wel vrouwelijk ondernemen. Veel vergelijkbare bedrijven zijn erg masculien gedreven. Letterlijk omdat er mannen aan het roer staan, of omdat deze ondernemingen te veel gefocust zijn op geld verdienen met het herhalen van successen uit het verleden. Wij willen ons juist richten op het hier en nu en de toekomst. Daarvoor moet je niet alleen kunnen terugvallen op je kennis en vaardigheid, maar ook durven vertrouwen op je *gut feeling*. Wees daarbij niet bang om op je bek te gaan, anders durf je geen risico's te nemen, en die heb je soms nodig om succes te behalen. Grote beslissingen nemen wij ook altijd samen. Als een van ons een positief of juist vervelend onderbuikgevoel heeft, dan luisteren we daarnaar. We hebben zelfs nee gezegd tegen adverteerders met een gigantisch budget omdat het niet goed voelde. Wij denken vooral aan wat op de lange termijn goed is voor ons bedrijf.»

TEAMWORK IS KEY

Britt: «Zorg dat je elkaar complementeert en niet tegenwerkt. Sophie en ik zijn als yin en yang: onze krachten vullen elkaar aan, en daarnaast voelen we elkaar goed aan. Ik heb een groot netwerk van influencers en ben sterk in het klantcontact, Sophie heeft jarenlang strategieën voor grote merken geschreven. Ook ons team is heel divers, zodat iedereen elkaar versterkt. Om de spirit hoog te houden, werken we met teamtargets in plaats van individuele targets. De klant binnenhalen is net zo belangrijk als het project van die klant vervolgens goed managen.»

PERSONEEL IS EEN VOLWAARDIG ONDERDEEL VAN HET BEDRIJF

Sophie: «&.agency floreert pas echt als ons personeel het uiterste uit zichzelf kan halen. Door onze vijftien werknemers verantwoordelijkheid te geven, gunnen we iedereen zijn of haar succes. Er is ruimte voor ieders mening en inbreng. Wij zijn niet heel hiërarchisch. Het helpt dat we een soort natuurlijke autoriteit hebben; wij hoeven onze stem niet te verheffen om aandacht te krijgen. Daarnaast is het voor iedereen duidelijk dat

wij de oprichters zijn en ons geld in het bedrijf zit. Maar we hebben zeker geen powerpositie waarin we andere mensen bevelen wat ze moeten doen. We staan naast en niet boven ons personeel. We verwachten veel flexibiliteit van iedereen – ook in werkuren – maar die geven we ook weer terug.»

BLIJF FLEXIBEL EN DENK ALTIJD AAN DE LANGE TERMIJN

Britt: «Door de coronacrisis zijn we even goed met onze neus op de feiten gedrukt. Dan merk je weer hoe belangrijk het is om als organisatie flexibel te zijn en nooit de toekomst uit het oog te verliezen. Een aantal grote langetermijnklanten bevroor hun marketingbudget en dat deed veel met onze kortetermijninkomsten en -planning. Dit vergt flexibiliteit, maar juist door onze langetermijnvisie hoog te houden, konden we deze klanten ook in moeilijke tijden blijven bijstaan. Uit het oog is bij ons niet uit het hart. Aan de andere kant ontpopten zich kansen bij adverteerders die hun business in de coronatijd juist zagen groeien, zoals HelloFresh, Magioni en Body&Fit.»

SPREID JE KANSEN

Sophie: «Wij mogen in tijden van corona onze handjes dichtknijpen dat we dankzij ons brede klantenbestand niet omhoog komen te zitten. Het is belangrijk om open te staan voor verschillende inkomstenbronnen en niet op één paard te wedden. Daarom hebben we er begin dit jaar voor gekozen een tweede bedrijf te beginnen: &.talent. Binnen deze nieuwe tak begeleiden we talent in de breedste zin van het woord. We vertegenwoordigen talenten uit de socialmediabranche en zijn daarnaast een maatschap voor verschillende talent agency's die talenten uit de mode-, film/tv- en muziekindustrie bijstaan én daarbij geloven in intuïtief ondernemen. Wij stellen op onze beurt onze faciliteiten, resources en kennisoverdracht ter beschikking. Andere agency's zien wij niet als concurrenten, maar als partners waarmee we samen kunnen werken en waarvan we kunnen leren.»



“ALS EEN
VAN ONS EEN
VERVELEND
ONDER-
BUIKGEVOEL
HEEFT, DAN
LUISTEREN
WE ERNAAR”



VIER JE SUCCESSEN

Britt: «Dit is een heel mooie. Blijf de kleinste overwinningen met elkaar en het team vieren. Wees trots op waar je staat; daarmee straal je ook energie uit voor de toekomst. Wij komen graag samen met het personeel als we een campagne mooi hebben afgesloten, een pitch hebben gewonnen of een goede week hebben gedraaid. Wij knallen altijd maar door en juist daarom is het zo belangrijk om even stil te staan bij de successen. Ons team voelt zich mede daardoor echt onderdeel van de agency, denk ik. Wat trouwens het allerbelangrijkste is en wat vaak vergeten wordt: houd alsjeblieft lol in wat je doet! Vergeet nooit dat je werk een passie moet blijven.»
Sophie: «Durf succes te vieren is echt onze *note to self*. Wij zijn er heel nuchter onder dat we een miljoenenbedrijf runnen, en juist dan kan het goed zijn om die successen toch even uit te spreken naar elkaar. Even stilstaan van: wow, waar the fuck staan we nu!» •

Britt Hogenhuis (boven) en Sophie van der Schaft geloven in intuïtief ondernemen: «Wees niet bang om op je bek te gaan.»