

Besmet door het **werkplezier-virus**

Harold Smits - A*Life

Hoe raakte "dokter Flow" Harold Smits besmet door het werkplezier-virus?

Waarvan raakt hij zelf in een flow?

Welke tips heeft hij?

Is werkplezier een virus?

"Ja, dat is het zeker. Werkplezier is heel erg verslavend en zeer besmettelijk als een virus. Eén op de acht mensen heeft het virus in zijn/haar bloed zitten. Mijn collega Arnold Bakker van de Universiteit van Utrecht heeft meer dan 100.000 werknemers bij overheden en commerciële bedrijven onderzocht en ontdekte dat 12% echt zichtbaar geniet van werk, daar energie van krijgt en er dus volledig in op kan gaan."

Is het virus besmettelijk?

"De vitaliteit van deze bevlogen mensen is zeker besmettelijk. Het tegenovergestelde ook trouwens. Als je collega's in een soort klaagmodus zitten, is de kans groot dat je zelf ook eerder bij de pakken gaat neerzitten."

Heb jij daar ook last van? Laat jij je soms meeslepen door pessimisten?

"Ik heb van nature een hele opgeruimde instelling. Vooruit met de geit, maak er iets moois van, niet zeuren! Je zou wel kunnen zeggen dat het werkplezier-virus er bij mij altijd al in heeft gezeten. Als ik iets niet leuk vind, dan gooi ik mijn roer om. Als ik in situaties verzeild raak met veel pessimisten, doe ik dat ook. Eerst even kijken en luisteren en dan samen het roer omgooien. Kritische mensen zijn dan heel waardevol. Die houden iedereen scherp.

Minder goed kan ik tegen die "ja zeggen, nee doen" mensen. Of tegen mensen die wel ontevreden zijn, maar niet de guts hebben om er iets aan te veranderen."

Zijn er ook mensen waar je echt warm van wordt?

"Vakmensen, ik vind het prachtig om mensen mee te maken die gepassioneerd, geconcentreerd en bevlogen bezig zijn om iets moois te maken. Bijvoorbeeld een kok die gaat voor het allerlekkerste gerecht of een stewardess die pas tevreden is als ze haar gasten echt ziet genieten. Die intrinsieke bevlogenheid, daar kijk ik graag na. Daar is het mij om te doen."

Zingeving, bevlogenheid, passie, werkplezier.... is het allemaal geen hype?

"In de jaren '90 was het een hype in de nieuwe ICT-economie waar alles leek te draaien om snel geld. Nu staat het thema vooral in de schijnwerpers bij serviceverleners en bij schaarste, goed opgeleide vakspecialisten. In plaats van snel geld en "de boel opleuken" gaat het nu om duurzaam geld verdienen en aandacht voor het individu. De inhoud staat tegenwoordig centraal. Het maximaliseren van werkplezier is iets individueels geworden en cruciaal voor het binden van medewerkers en het leveren van kwaliteit voor klanten."

Hoe ontstaat werkplezier of flow?

"Werkplezier en flow is iets subjectiefs, een kwestie van persoonlijke beleving. Tijdens mijn studie psychologische economie heb ik geleerd dat je dit ook kunt sturen. Aan de ene kant door werk te doen waar je plezier aan beleeft en te zorgen voor heldere werkdoelen, directe feedback, compacte toko's en de lat uitdagend hoog te leggen. Dat is allemaal heel goed te beredeneren en individueel te optimaliseren. Er is ook een andere kant van de medaille en dat is die van het gevoel. Werkplezier is ook een spirit die je als leidinggevende kunt laten ontstaan.



Bijvoorbeeld door af en toe verdrietig te zijn als iets niet goed gaat en je enthousiasme en waardering te laten blijken als het wel goed gaat. Dat getuigt van liefde voor het vak en betrokkenheid bij mooie resultaten."

Nou dit klinkt wel erg abstract. Kun je een voorbeeld geven?

"Zeker. In mijn eerste baan in het bedrijfsleven had ik een hele emotionele baas, Hans. Hij was oprecht blij als we inhoudelijk iets goeds hadden neergezet en als klanten lieten weten dat ze enthousiast waren. Ook was 'ie soms pissig als hij vond dat we de kantjes ervan af liepen of als we niet het succes nastreefden wat we verdienden. Die emotionele kant zie je ook veel bij familiebedrijven. De leiders bij zo'n bedrijf kunnen soms ook autoritaire trekken vertonen. It's my way, or the high way! Bij dat soort bedrijven is het de uitdaging om de werkomgeving zo in te richten dat teams zelfstandig hun werk kunnen doen en niet te afhankelijk worden van de (grote) leider."

>> *vervolg op pagina 7*

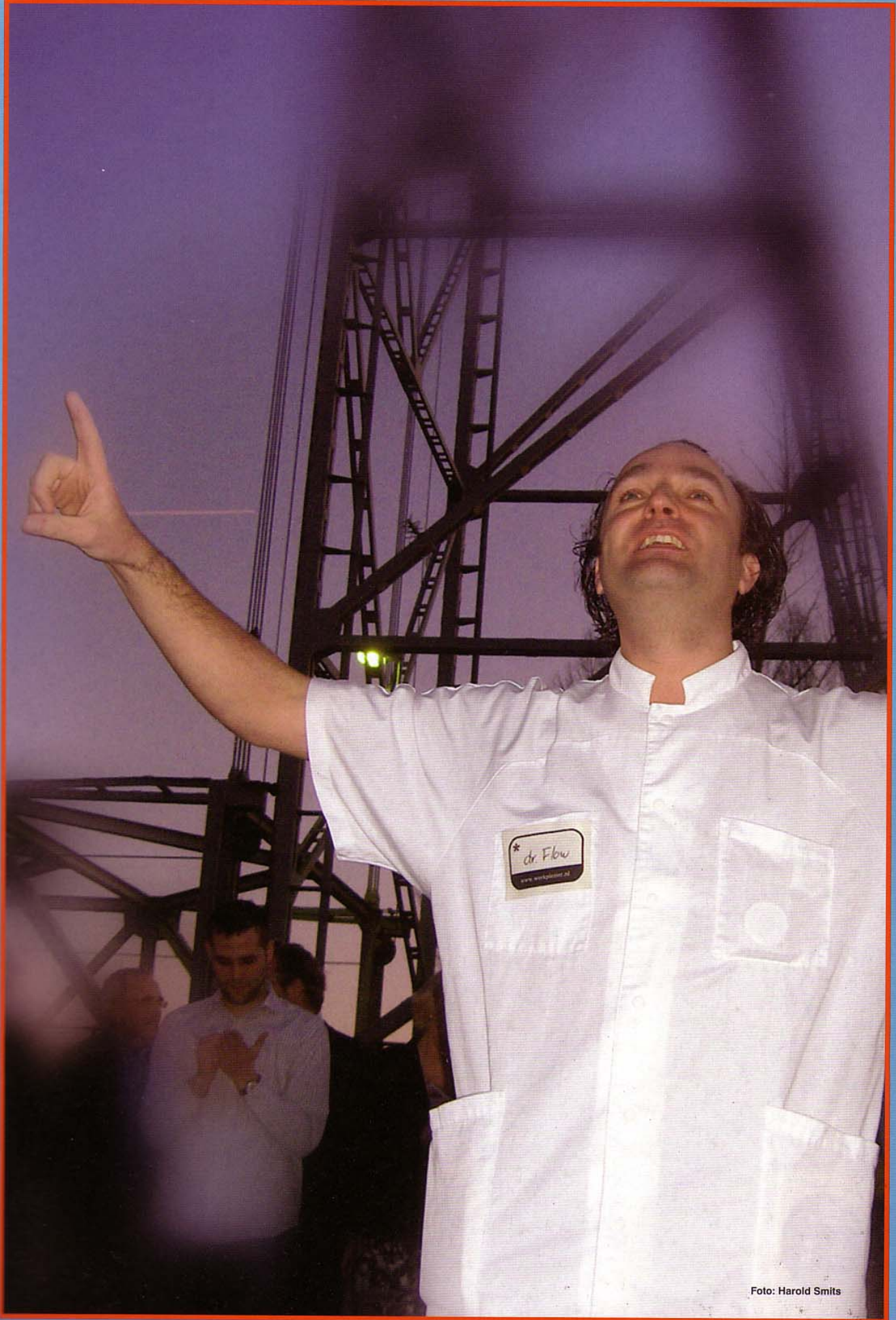


Foto: Harold Smits

CV van Harold Smits

Bedrijf	: A*Life, in Rotterdam (sinds 1999)
Leeftijd	: 37 jaar
Opleiding	: econometrie, psychologie en marketing (met beetje levenskunst)
Opdrachtgevers	: Diesel, Ben, ING, KPN, Vitae, HighQ en Shell
Lievelingswerk	: creatief adviseur, motivatielezingen geven, managementcoach
Motto	: get a life – from 9 to 5, haal eruit wat erin zit

Heb je ook een voorbeeld van een über-rationeel bedrijf?

“Vaak geldt: hoe groter het bedrijf, hoe rationeler het wordt geleid. Denk bijvoorbeeld aan grote verzekeraars of overheden. Dit soort organisaties zijn rationeel perfect: de service-level-agreements en de pop-gesprekken hebben de doelen en de persoonlijke aandacht perfect vertaald naar procedures. De betrokkenheid van medewerkers is hier vaak niet zo groot. Op verjaardagsfeestjes hoor je hen vaak zeggen “oh, maar daar werk ik niet hoor, dat is een hele andere afdeling”. Bij dat soort bedrijven gaat het er juist om dat medewerkers emotioneel worden aangesproken. De leiders van die organisaties moeten mensen dan emotioneel mobiliseren en hen duidelijk maken hoe belangrijk hun bijdrage is.”

Is dat niet populistisch?

“Ja, maar een beetje populisme is niet erg. Als je maar niet doorslaat. Zo zou ik bij een rationeel geleide partij als de VVD graag meer emotionele communicatie zien. En snakt een emotioneel geleide partij als Trots op Nederland naar inhoud.”

Ben jij inhoudelijk of populistisch?

“Oef, dit is een moeilijke vraag. Mijn collega's op de universiteit vonden mij altijd erg speels en vrolijk. Aan de andere kant vinden opdrachtgevers die mij boeken

voor een “opleuklezing” mij altijd veel te inhoudelijk. Zelf vind ik dat bij mij de balans doorslaat naar inhoudelijk. Die moet kloppen voor mij. Pas daarna ga ik op zoek naar een verpakking die nodig is om te scoren.”

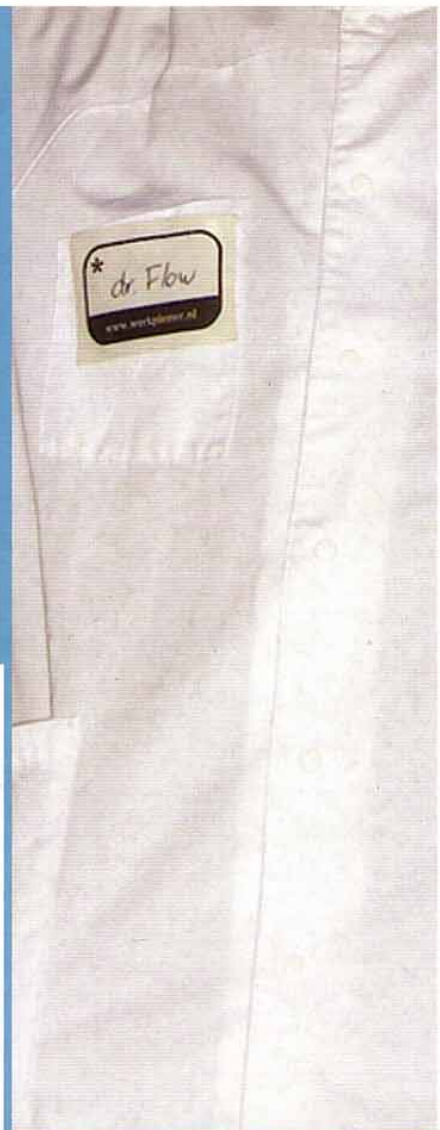
Een verpakking nodig om te scoren?

“Ja. Zowel bij individuele managementcoaching als bij lezingen voor meer dan 100 mensen wil ik de mensen emotioneel én rationeel raken. Altijd wil ik bij mensen de vinger op de inhoudelijke plek leggen, en tegelijkertijd een enthousiasmerende vorm gebruiken die stimuleert tot actie. Want werkplezier gaat niet alleen over werk, maar ook over plezier.”

Nog een laatste vraag: wat geeft jou nou eigenlijk flow?

“Heel veel. Half februari had ik wel echt een flow-hoogtepunt. Ik was toen door Shell Nigeria gevraagd om bij een groep Afrikaanse managers de knop om te zetten, van rationeel/defensief naar emotioneel/creatief. Een mega-uitdaging waarvoor ik alles uit de kast moest halen en iets totaal nieuws moest verzinnen: inhoudelijk to-the-point en emotioneel voelend als een Afrikaans feestje. Het is dan echt kicken als je merkt dat het dan lukt en mensen boven zichzelf uitstijgen. Ja, dan kook ik haast over.”

Meer informatie: www.a-life.nl



10 tips voor flow in je tent

1. Heldere ambitie (ist - soll)
2. Luister naar motivatoren en demotivatoren
3. Geef ieder een concreet doel voor ogen
4. Spreek mensen aan op kicks & kunde
5. Ieder team een eigen toko
6. Stuur op prestatieverbetering
7. Mijlpalen voor onderweg
8. Leren om te presteren
9. Meten en laten weten
10. Vieren van succes