



GELUK IS EEN

STERKE BOODSCHAP

GELUKKIG WERKEN MAAKT
ORGANISATIES DUURZAAM
SUCCESVOL, ZEGT
WERKGELUKDESKUNDIGE KRISTA
DE WOLFF. EN DAT GAAT VERDER
DAN **EEN PINGPONGTAFEL EN
GOEDE KOFFIE.**

Nog steeds zijn er mensen die zeggen 'Gelukkig zijn dat doe je in je vrije tijd' of 'Er moet toch ook gewerkt worden?' Gelukkig zijn er veel onderzoeken die aantonen dat organisaties met gelukkige medewerkers ook betere resultaten behalen. Ze maken meer winst en het verzuim is er lager. De cijfers en resultaten zorgen ervoor dat het onderwerp werkgeluk niet langer als zweverig of soft wordt afgedaan. Steeds meer organisaties zien het belang ervan in.

PRETTIGE PLEK

Dat is maar goed ook, want naast het feit dat gelukkige mensen creatiever en productiever zijn, zijn het ook prettige collega's en betere leidinggevenden. Gelukkig werken heeft echter weinig te maken met de pingpongtafel op de werkvloer of met goede koffie. Hoewel een goed koffieapparaat wel laat zien dat er waarde aan wordt gehecht dat mensen lekkere koffie kunnen drinken. Als blijk van waardering voor het werk dat

ze doen, maar het zijn externe factoren.

Als je vraagt naar werkgeluk heeft bijna iedereen in eerste instantie de neiging om omstandigheden buiten zichzelf te benoemen. Daar zit 'm de crux, want het gaat juist om het gevoel dat iemand heeft tijdens zijn werk en in hoeverre hij hier zelf invloed op heeft.

Gelukkig zijn in het werk is een eigen verantwoordelijkheid. Een organisatie kan medewerkers hier wel bij helpen, door het faciliteren van workshops, trainingen of (team)coaching gericht op werkgeluk. Zodat medewerkers zelf in actie kunnen komen.

DE EIGEN 'WHY'

Het is daarbij allereerst van belang dat iemand zichzelf goed kent en weet hoe zijn persoonlijkheid hem helpt, maar ook waar die zijn werkgeluk mogelijk belemmert. Iedereen heeft een eigen 'why' en iemand die deze van zichzelf kent, kan zijn werk daar zoveel mogelijk op inrichten. Dan kan iemand floreren.

Voor de communicatieadviseur zelf is het uiteraard ook belangrijk om zichzelf te kennen. Hoe zie je jezelf, hoe sta je in je werk? Veel mensen in de organisatie hebben wel een beeld bij communicatie, maar dit beeld komt vaak maar gedeeltelijk overeen met hoe de communicatieadviseur zichzelf ziet. Gevolg: discussie en miscommunicaties. Om dit voorkomen zul je je eigen visie moeten kennen en kunnen delen. Aandacht voor geluk van medewerkers maakt communicatie oprecht en eenvoudig. Organisaties die van het geluk van medewerkers prioriteit maken, hebben daarmee een duidelijke missie en visie. Gelukkige medewerkers zorgen voor gelukkige klanten en die twee samen zijn ambassadeurs voor de organisatie. Je bent als organisatie minder kwetsbaar voor imago- en reputatieschade, omdat je intentie helder is en je daardoor oprecht communiceert.

POSITIEF VIRUS

Denk bijvoorbeeld aan arbeidsmarktcommunicatie. In de strijd om toptalent kun je als organisatie een enorme voorsprong maken op je concurrentie. Een organisatie wordt een aantrekkelijke werkgever als potentiële nieuwe collega's zien dat het geluk van medewerkers prioriteit heeft.

Gelukkig werken is een positief virus dat zich verspreidt zodra iemand in de organisatie de eerste stap zet. Het initiatief kan bij communicatieadviseurs vandaan komen. Zij kunnen de regie nemen, zodat het iets van de hele organisatie wordt.

We zijn in het werk geneigd om vooral te praten over wat er beter kan. Het is voor mensen echter veel motiverender wanneer er over behaalde successen wordt gesproken. Communicatie-

BUURTZORG

Een mooi voorbeeld van een zorginstelling die gericht is op gelukkig werken is Stichting Buurtzorg. Deze organisatie is al jaren op rij winnaar van de Beste Werkgever Award. Eigenaar Jos de Blok richtte Buurtzorg op vanuit de visie dat zorginstellingen moeten draaien om het leveren van goede zorg. En dat zorgprofessionals zelf het beste weten hoe ze hun werk moeten doen.

Enkele succesfactoren:

Wat maakt dat ze het bij Buurtzorg zo goed doen en de medewerkers er gelukkig werken?

- Het belang van medewerkers en van klanten staan bij Buurtzorg op één lijn.

- Medewerkers hebben maximale autonomie en werken in kleine zelfsturende teams.
- Ze hebben een levendig intranet waar teams elkaar verder helpen en waar ze expertises met elkaar uitwisselen.
- De verbondenheid met cliënten is sterk. Er is ruimte om af te wijken van de standaard diensten. Wil een cliënt een rolatorrace dan kan dat!

In 2015 scoorde Buurtzorg een 8,7 op medewerkerstevredenheid. KPMG constateerde in 2014 dat Buurtzorg 35 procent minder zorguren per cliënt kost dan andere zorgorganisaties.

adviseurs kunnen hun collega's, managers en directie ervan bewust maken dat zij altijd communiceren, ook als ze niet met communicatie bezig zijn. Er zijn diverse eenvoudige interventies te bedenken die mensen kunnen toepassen om een positieve cultuur te creëren. Zodat medewerkers gelukkiger worden en succesvoller gaan werken.

MEETBAAR

Goed om te weten voor als je ermee aan de slag wilt: geluk is meetbaar! Er zijn vragenlijsten die je verschillende keren per jaar kunt afnemen. Zo kun je meten of de geluks- en positiviteit-interventies werken en of het werkgeluk in de organisatie groeit.

Bedenk dat werkgeluk echt iets anders is dan werknemerstevredenheid. Dit laatste vraagt iemand naar zijn oordeel over arbeidsomstandigheden. Terwijl in werkgelukonderzoek wordt gevraagd of iemand bijvoorbeeld plezier, voldoening en zingeving ervaart.

Het leuke aan geluk is dat het zich vermenigvuldigt wanneer je het deelt; er ontstaat een rimpel-effect. Wanneer je in je organisatie aan de slag wilt met gelukkig werken, kun je het beste klein beginnen. Je hoeft het niet meteen groot aan te pakken of top-down te implementeren, juist niet. Start bijvoorbeeld met een 'pilot', de rest volgt later.

Krista de Wolff heeft jarenlang als interim-communicatieadviseur bij grote commerciële en publieke organisaties gewerkt. Sinds begin 2016 is zij gespecialiseerd als werkgelukdeskundige.

INCENTRO

Ict-consultancy Incentro is een organisatie die sterk stuurt op geluk. Visie: 'Wij geloven dat gelukkige collega's excellente resultaten leveren.' Het bedrijf heeft onlangs de Best Workplace Award 2017 (categorie medium sized organisaties) gewonnen. Hoe het werkt bij Incentro? Het begint allemaal met 'internal service quality'. Dit vergroot de 'employee satisfaction'. Tevredenheid zorgt voor loyaliteit en loyaliteit

voor productiviteit. Productiviteit zorgt voor waarde en klantwaarde voor tevreden klanten. En klanten die tevreden zijn blijven langer, zijn loyaal. En klantloyaliteit zorgt weer voor winstgevendheid en groei.

Enkele succesfactoren:

Wat maakt dat ze het bij Incentro zo goed doen en de medewerkers er gelukkig werken?

- Alle Incentro kantoren (zie foto) bevinden zich

op inspirerende locaties, waar hard werken en ontspanning beide mogelijk zijn.

- Bij het aannemen van nieuwe mensen kijken ze goed naar de culturele fit.
- Sollicitanten krijgen de vraag: wat maakt jou echt gelukkig? Dat is even wennen, maar het werkt.
- Je ontwikkelpad stel je zelf op. Geen functiehuizen, maar leerdoelen.