

Werk



Eelco de Haan
Szasz, verzuimspecialist
voor het mkb



Zie voor meer opinieartikelen
trouw.nl/opinie

Bedrijven kunnen hun werknemers motiveren om vrijwilligerswerk te doen. FOTO ANP

Ruim anderhalf miljoen werkenden in Nederland hebben frequent last van burn-outklachten en dit cijfer stijgt, vooral onder jongeren. Een van de krachtigste instrumenten om dit tegen te gaan, is zingeving in werk. Mensen die vinden dat zij zinvol werk doen, ervaren meer plezier in hun werk en zijn minder vaak ziek. Wanneer werkgevers zich hier meer op richten, zullen de exorbitant hoge verzuimkosten van een miljard euro drastisch dalen.

‘Waarom doe ik wat ik doe?’ Zingeving is een behoefte, die geeft diepe betekenis en waarde aan het leven. Volgens Maroesjka Versantvoort, hoogleraar Arbeid en Zingeving, is inhoudelijk leuk werk voor driekwart van de Nederlanders belangrijk. Werk waarin je jezelf kunt ontplooiën of waarmee je anderen kunt helpen.

Vooraf generatie Z en de millennials kijken verder dan alleen salaris. Zij willen werk doen dat betekenis heeft, dat resoneert met hun persoonlijke waarden en bijdraagt aan hun levensgeluk. Zingeving vermindert stress, vergroot de veerkracht en algehele tevredenheid en kan be-

Het nieuwe wapen tegen ziekteverzuim? **Zingeving**

Betekenisvol werk houdt personeel gezond en gemotiveerd. Werkgevers moeten daarop volgens **Eelco de Haan** meer inspelen. Zeker als ze de jongere generatie werknemers aan zich willen binden.

scherming bieden tegen depressie en burnout. Het is belangrijk dat werkgevers zich dit realiseren.

Een van de redenen is de verminderde invloed van religie. Omdat werk zo'n belangrijke plaats inneemt in het leven van mensen, wordt nu vaak juist daar naar betekenis gezocht. Waar babyboomers vooral verlangen naar zekerheid en stabiliteit, vindt generatie X flexibiliteit, persoonlijke ontwikkeling en een goede werk-privébalans belangrijk.

De intrede van zingeving in het werk kwam vooral door de millennials, die verlangen naar betekenisvol werk dat impact maakt. Zij zijn ook

eerder geneigd om te jobhoppen voor betere kansen. De jongste groep op de werkvloer, generatie Z, waardeert naast zelfstandigheid, stabiliteit en flexibiliteit vooral duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid. Zij wil werken voor bedrijven die deze waarden weer-

—————
Niets is zo motiverend als weten dat je ertoe doet
—————

spiegelen. Om als werkgever aantrekkelijk te blijven op de krappe arbeidsmarkt, moet je inspelen op deze behoeften.

Begin als werkgever bij de basis: de missie van je bedrijf. Zorg dat deze helder is en tot de verbeelding van je werknemers spreekt. Laat zien hoe hun individuele werk bijdraagt aan het grotere geheel. Niets is zo motiverend als weten dat jouw bijdrage ertoe doet. Met een sterke missie trek je toptalent aan en houd je dat vast. Het is cruciaal om al aan de voordeur medewerkers te selecteren die jouw missie van harte ondersteunen en goed in het team passen. Het hebben van leuke collega's die

hetzelfde doel nastreven, zorgt voor een grotere betrokkenheid en veel werkplezier.

Zingeving is voor elke medewerker anders. Ga in gesprek over de individuele behoeften, om deze te kunnen ondersteunen. Persoonlijke en professionele ontwikkeling zijn vaak belangrijke aspecten.

Om maatschappelijke betrokkenheid te tonen, kunnen werkgevers vrijwilligersprojecten starten of lokale initiatieven ondersteunen, waarbij werknemers zelf kunnen kiezen waaraan zij deelnemen. Zorg daarnaast voor een werkomgeving die welzijn en flexibiliteit benadrukt, met flexibele werktijden, thuiswerkmogelijkheden en bied gezonde lunches en sportfaciliteiten aan. Dit alles draagt bij aan de fysieke en mentale gezondheid van medewerkers, wat leidt tot minder verzuim en hogere productiviteit.

Zingeving en werk hebben een centrale blijvende plaats gekregen in onze samenleving. Zorg dat medewerkers hun werk als zinvol ervaren. Die strategische zet betaalt zich terug in lager verzuim, een hogere betrokkenheid en een sterkere concurrentiepositie. Zingeving is niet de kers op de taart – het is de taart.

Kijk naar Zuid-Afrika en praat met elkaar



Arend Huitzing
gepensioneerd diplomaat

Vergelijken heeft zwakke kanten – geen twee conflicten of problemen zijn hetzelfde. Maar nu sommigen erover zijn begonnen: hoe liep het dan af met apartheid?

De overwinning werd niet door geweld bereikt. De strijd stopte toen twee leiders, president Frederik Willem de Klerk en Nelson Mandela, met elkaar gingen praten. Daarbij liet vooral Mandela merken dat hij de angsten van blanke Zuid-Afrikanen begreep en hij hun een plaats in zijn wereld gunde; in de taal, cultuur en politieke organisatie.

Het kiesstelsel werd aangepast, zodat ook minderheden werden vertegenwoordigd. Na eerste gesprekken wisten de leiders daar steeds grotere groepen bij te halen. Het hielp dat niet alle blanken voorstan-

ders van apartheid waren.

Zoiets zien we rond het zionisme ook. Van begin af aan waren er uiteenlopende visies op de relatie met Palestijnen. Aan het ene uiterste werd hun aanwezigheid ontkend,

—————
**Hamas, stop!
Israël, kondig een wapenstilstand af!**
—————

aan een andere kant werden Palestijnen als partners begroet. Dat laatste bleek in de jonge staat Israël door gelijkstelling van het Arabisch en het Hebreeuws, stemrecht voor alle inwoners en eenzelfde rechtssysteem.

Helaas is dat besef weggesleten. Leiders die verbinding zochten, werden tegengewerkt of zelfs vermoord. Generaal Rabin overkwam dat in Israël, president Sadat in Egypte. Kan het anders gaan, zoals met apartheid? En wat kunnen

buitenstaanders doen?

Het zal anders moeten: twee volken die elkaar nog tientallen jaren naar het leven staan, dat is toch geen vooruitzicht? Dus is de boodschap voor goedwillenden in Gaza en op de Westoever, in Israël en overal ter wereld, kort en goed: stop met doden, met vechten! Hamas, stop! Hezbollah, blijf erbuiten! Israël, kondig een wapenstilstand af! Arabische buurlanden: bied een vorm van interim-bestuur voor een neutrale Gazastrook.

Palestijnen, Arabische bureaus en Israëliërs van diverse politieke plimage, zoek verbinders die het gesprek met elkaar aangaan. Toon begrip voor elkaars angsten, en vertrouwen in elkaar. Hopelijk in een door de Verenigde Naties te scheppen kader. Buitenstaanders: moedig alleen de verbinders aan; zeg tegen ruziemakers dat die opzij moeten gaan.

Met Zuid-Afrika voor ogen is deze weg begaanbaar. Misschien komt er later ruimte voor een Commissie voor Waarheid en Verzoening.

Voor al uw vragen www.trouw.nl/service

Trouw Van der Madeweg 40,
1114 AM Amsterdam,
020 - 5629444, redactie@trouw.nl
Uitgever Philippe Remarque
Hoofdredacteur Wendelmoet
Boersema en Karel Smouter

Klantenservice

Wilt u een abonnement afsluiten, een verhuizing doorgeven, digitaal lezen of heeft u een andere vraag? Geef uw wijzigingen online door via trouw.nl/service of neem contact op met onze Klantenservice via 088 - 0561 588, bereikbaar van maandag t/m vrijdag van 08.30-21.00 uur, op zaterdag van 9.00-13.00 uur.

Bezorgservice

Heeft u de krant niet ontvangen? Meld dit online via [mijnomgeving.trouw.nl/bezorgservice](https://trouw.nl/bezorgservice). Trouw wordt maandag t/m vrijdag voor 7.00 uur bezorgd, zaterdag voor 9.00 uur. Als abonnee heeft u altijd toegang tot alle artikelen op onze site en in de app. Info hierover vindt u op trouw.nl/digitaal.

Regel al uw abonnementszaken veilig & snel op [Mijn Omgeving](https://trouw.nl/mijnomgeving) via [mijnomgeving.trouw.nl](https://trouw.nl/mijnomgeving). U kunt hier terecht voor uw verhuizing, tijdelijke wijziging, bezorgklachten, abonnementen en voor al uw vragen aan

onze klantenservice. Uw abonnement wijzigen kan via [wijzigen.trouw.nl](https://trouw.nl/wijzigen). Opzeggen kan via [opzeggen.trouw.nl](https://trouw.nl/opzeggen).

Abonnementsvoorwaarden

Op alle abonnementen zijn onze abonnementsvoorwaarden van toepassing. U vindt de abonnementsvoorwaarden onderaan op [mijnomgeving.trouw.nl](https://trouw.nl/mijnomgeving)

Advertenties

Wilt u in Trouw adverteren, neem dan contact op via 088 - 5722 888 of ga naar [dpgmedia.nl](https://trouw.nl/dpgmedia). DPG Media, uitgeverij van Trouw, heeft het privacystatement gewijzigd in verband met de overname van DPG Media Magazines, [dpgmedia.nl/privacy](https://trouw.nl/dpgmedia). Vragen kunt u mailen naar privacy@dpgmedia.nl

Familieberichten

familieberichten@trouw.nl trouw.nl/familieberichten of via 088 - 013 99 99 (op werkdagen 9.00-17.00 uur en zondag 13.00-17.00 uur). Advertenties aanleveren voor 14.00 uur op de dag voor plaatsing.

Auteursrechten

Alle auteursrechten en databankrechten ten aanzien van de inhoud van deze uitgave worden uitdrukkelijk voorbehouden. De rechten berusten bij Trouw. Info via copyright@trouw.nl