



# START



WERKGELUK IS NIET VOOR SOFTIES



METRONIEUWS

GISTEREN



Een Chief Happiness Officer (CHO) is niet voor softies en werkgeluk is „geen zweverig ding.“ Dat vertelt Evelien Veenman van IT-bedrijf Experius. Over tien jaar loopt bij veel Nederlandse bedrijven een CHO rond, denkt zij. „Misschien niet met dezelfde titel.“

## HAPPY

Veenman is nu twee jaar Chief Happiness Officer bij het Utrechtse IT-bedrijf Experius. Tijdens haar studie aan de Hogeschool van Amsterdam hield ze zich bezig met positieve psychologie en coaching en via-via kwam ze in contact met Peter van der Reij-den, oprichter van Experius. Van der Reijden was zelf verantwoordelijk voor alle hr-taken, van mensen aannemen tot de administratie. Het bedrijf groeide snel en daarom had hij hulp nodig. Bovendien had hij grote ambities: hij wilde van Experius een „leidend voorbeeld“ maken op het gebied van werkgeluk. Veenman en Van der Reijden verdiepten zich samen in manieren om dat voor elkaar te krijgen. Zo kwamen ze ook tot een functietitel voor Veenman: Chief Happiness Officer, naar Amerikaans voorbeeld van bedrijven als Google en Zappos. Deze internetreuzen zijn al sinds

de eeuwwisseling bezig zijn met werkgeluk. Veenman benadrukt dat zij niet de eerste Nederlandse CHO is, maar 'happy officers' waren wel zeldzaam.

Dat is nu wel anders. Volgens de internationale vacaturesite Joblift is het aantal vacatures voor een Chief Happiness Officer van 2015 tot 2016 verzesvoudigd. In Nederland is zelfs een officiële opleiding 'Werkgelukdeskundige' en hr-vakblad PW noemt het 'een baan met toekomst'.



## LACHEN

„Er wordt meer over geschreven, maar mensen moeten nog steeds lachen als ik vertel wat ik doe“, vertelt Veenman. „Als ik mensen benader via LinkedIn, krijg ik soms negatieve reacties. Mensen die denken dat ik 'gewoon een recruiter' ben met een andere functietitel.“

Dat de functietitel niet altijd serieus wordt genomen is niet zo raar. Op vacaturesites staan regelmatig advertenties waarin de titel 'Chief Happiness Officer' gebruikt wordt als gimmick. Een mooie naam om jong talent te lokken voor wat in de praktijk een rechttoe rechtaan hr-functie is. Dat blijkt ook uit de cijfers van Job-lift: in 60 procent van de gevallen gaat het om een baan met vooral administratieve taken. Dat is nou juist waar een echte Chief Happiness Officer zich *niet* mee bezighoudt, vertelt Veenman. „Een CHO krijgt meer tijd voor persoonlijk contact en ik hoef me minder aan regels en procedures te houden. Bij Experius zijn veel standaardtaken geautomatiseerd, zoals de salarisadministratie.“

Er zijn ook overeenkomsten. Net als een hr-manager, houdt Veenman zich bezig met werving en selectie, opleidingen en arbeidsomstandigheden. Veenman: „Het verschil zit in de manier waarop ik dat doe. Een gewone hr-medewerker staat verder van het personeel af. In veel bedrijven kom je pas bij iemand van personeelszaken terecht als je een probleem hebt. Denk aan een burn-out of ruzie met je manager. Ik spreek alle medewerkers eens in de veertien dagen en weet precies wat er speelt.“

## MOEDER

Veenman wordt 'de moeder van het bedrijf' genoemd. „Ik luister naar alle verhalen en ik help conflicten op te lossen. Vaak speelt ook de thuissituatie mee. Een ziek familielid, een nieuw

huis: het heeft allemaal invloed op je werkprestaties. Ik kan het vaak niet oplossen, maar wel luisteren en rekening houden met de situatie.”

Ze is dus een soort coach in het bedrijf. „Die rol vind ik het gaafst”, zegt ze. „Je kunt iemand echt helpen groeien en ontwikkelen.”

Veenman zoekt vanaf het begin contact met andere werkgelukdeskundigen om kennis te delen en ervaringen uit te wisselen. De laatste tijd worden dat er meer. Over tien jaar is het normaal om een CHO in dienst te hebben, denkt ze. „Misschien niet met dezelfde titel. Het wordt in elk geval normaal voor organisaties om bezig te zijn met werkgeluk. De nieuwe generatie vraagt er namelijk om. Veel sollicitanten kijken eerst naar de organisatie en dan pas naar de functie. Zeker in de IT-sector, waar ze volop keuze hebben.”

Bovendien is werkgeluk goed voor de winst van het bedrijf, menen experts. Gelukkige medewerkers zouden beter presteren (University of **Warwick**, 2014). Veenman: „Het is geen zweverig ding voor softies. Een fijne sfeer is aantrekkelijk voor klanten. Bovendien bespaar je geld door burn-outs, ziekteverzuim en verloop te voorkomen.”

## SLECHTE DAG

Het is niet zo dat iedereen bij Experius altijd vrolijk over de werkvloer loopt. Zelfs de Chief Happiness niet. Je werk moet voor 80 procent leuk zijn, vindt zij. Ze heeft zelf net een drukke periode achter de rug. Naast haar dagelijkse bezigheden organiseerde ze een bedrijfsuitje en een traineeship voor jong talent. „Ook bij ons hebben mensen stress. Elke klant wil een onmogelijke deadline en we moeten ook gewoon winst maken. Iedereen heeft weleens een slechte dag, maar als dat vaker voorkomt, zoeken we samen uit wat we eraan kunnen doen.”

[Foutje gezien? Mail ons. We zijn je dankbaar.](#)



START

WERK

CARRIERE

**Leuk, Love, meer ...**

500+

