

Wellbeing works.

Tendrapport
2022

Wellbeing & connectiviteit



 **B·Tonic**

 **Balise**
Insurance



Inhoudstafel

| | | | |
|-----------------------------|-----------|--|-----------|
| Voorwoord | | Vloeibare identiteit | 30 |
| B-Tonic | 4 | Generatiewissel | 32 |
| Herman Konings | 6 | Toegangspas all areas | 34 |
| | | Grassroots theory of change | 35 |
| Beschavingsprocessen | | Verbinding | 36 |
| Gezondheid | 8 | Langer schermwerken | 40 |
| Generatie FUD | 10 | Ideale kantoor | 41 |
| Taboesluis | 12 | Veerkracht | 42 |
| Stilteheiligheden | 14 | Weerklank | 44 |
| Introspectrum | 16 | Klankbordbeleid | 45 |
| Etenschappelijk verantwoord | 18 | Resultaten enquête | 46 |
| Helende architectuur | 20 | Strategische kans voor je bedrijfscultuur | 54 |
| Volhoudbaarheid | 22 | Synchronised care | 57 |
| Klimatigen | 25 | Tekort gezondheidswerkers | 57 |
| Bestekdiscipline | 26 | Bronnen | 58 |
| Houtbouw | 26 | Methodologie | 59 |
| Adem-benemend | 28 | Colofon | 59 |

B-Tonic Voorwoord



Siviglia Berto,
Managing Director van
B-Tonic

Onze superpower

Je zal het ongetwijfeld met ons eens zijn: mensen zijn het allerbelangrijkste kapitaal van een onderneming. Zonder goede medewerkers geen succes, zo eenvoudig is het. Minder eenvoudig is om deze medewerkers een kader te bieden dat hen elke dag opnieuw weer motiveert om het beste van zichzelf te geven. Maar laat nu net dat onze superpower zijn: met Wellbeing works^(*) zorgen wij ervoor dat mensen zich goed voelen op hun werk, zowel mentaal als lichamelijk.

▷ Wellbeing werkt, écht

Medewerkers die goed in hun vel en in hun hoofd zitten, zijn betere medewerkers en duwen de onderneming mee richting succes. Deze wetenschap is de drive en raison d'être van Wellbeing works.

▷ Integrale aanpak

Een mens is een complex wezen en organisaties moeten oog hebben voor zowel zijn fysiek, mentaal als sociaal welzijn. Wellbeing works kijkt naar de hele mens én zijn omgeving. Op persoonlijk niveau werken we bijvoorbeeld op de mentale weerbaarheid, fysieke gezondheid en stressbestendigheid. Op organisatieniveau focussen we onder meer op de werksfeer, leiderschap, teamwork, autonomie en gezond eten.

▷ Praktische programma's

Op basis van metingen en onze know-how bouwen we werkbare en praktische programma's

op maat van de wensen en noden van elke organisatie. Deze programma's zijn geënt op degelijk onderbouwde en wetenschappelijke kennis, maar bieden anderzijds ook praktische handvatten waar de deelnemers meteen mee aan de slag kunnen, waardoor het effect van het programma ook meteen zichtbaar wordt in de organisatie.

Een mens is een complex wezen en organisaties moeten oog hebben voor zowel zijn fysiek, mentaal als sociaal welzijn.

▷ Wetenschappelijk onderbouwd

Gezondheid is een vak. We laten ons dagelijks adviseren, inspireren en ondersteunen door een team van specialisten en hun wetenschappelijke expertise in hun vakdomein. Zo hebben we o.a. trendanalisten, een veranderingspsycholoog, onderzoekers HRM, stress- en burn-outexperten, voedingsdeskundigen, (sport)-diëtisten, bewegingsexperts en arbeidspsychologen in ons Wellbeing works-team.

Het is ook vanuit deze vierde pijler dat we aan Herman Konings, dé trendexpert bij uitstek, gevraagd hebben om onderzoek te doen naar de belangrijkste tendensen op gebied van welzijn op het werk. Eerst en vooral omdat dit onderwerp, zéker in de huidige tijden, van cruciaal belang is voor ons algemeen welbevinden en we deze informatie voor jou beschikbaar willen maken. Daarnaast gebruiken we de onderzoeksresultaten ook om onze programma's te verbeteren en up-to-date te houden.

Wij zijn dus heel trots en verheugd dat we jou dit boeiende trendrapport kunnen aanbieden. Veel leesplezier!

^(*)Wellbeing works is de welzijnsfoot van B-Tonic, een dochteronderneming van Baloise Insurance. B-Tonic is geen verzekeringsmaatschappij.

Expert Voorwoord



Herman Konings,
Trendwatcher

Trends zou je kortweg als ‘aan verandering onderhevige manifestaties van menselijke behoeften’ kunnen omschrijven.

Veranderingspsychologen definiëren trends als ‘vectoren, langs welke krachten van verandering reizen’. Die krachten kunnen producten zijn, maar evengoed processen of zelfs (groepen) mensen. Hoe ingrijpend, triviaal of alledaags ook, trends kneden onze toekomst, zoals wij – de mensensoort – ook vorm en kracht geven aan trends.

De meest fundamentele trends zijn de zogenaamde ‘**megatrends**’, die als *blockbusters* grote, maatschappelijke ontwikkelingen dragen en sturen. Het zijn beschavingsprocessen die aangeven in wat voor wereld we leven. Beschavingsprocessen hebben de aangeboren neiging meanderend, tergend traag naar een volgend plateau te kuieren, maar kunnen door plotse, heftige veranderingen in de omstandigheden versnellen of van vorm veranderen. De laatste twee jaar zijn we hier getuige van geweest: de coronapandemie heeft een ongekend grote impact gehad op de menselijke geest en de samenleving. Historici weten dan klinisch uit te leggen wat er volgt: bij crises als oorlogen, natuurrampen, economische depressies en pandemieën ondervinden de beschavingsprocessen die gaande zijn als het ware een steroïdeninjectie, een *boost* van jewelste. De onwerkelijke ervaring van een samenleving-op-slot laat diepe sporen na, maar

Bij een crisis - zoals een pandemie - ondervinden beschavingsprocessen een boost van jewelste.

biedt ook opportuniteiten om onze geest open te stellen voor nieuwe inzichten, attitudes, gedragingen en uitdagingen.

Tot de belangrijkste megatrends behoren globalisering, urbanisering, vergrijzing, kenniscultuur, individualisering, veiligheid, mobiliteit, vloeibare identiteit, duurzaamheid (volhoudbaarheid), connectiviteit (verbinding) en gezondheid.

In het licht en de opzet van dit trendrapport rond welzijn op het werk, heb ik de laatste vier geselecteerd, omdat ze de aandacht verdienen van professionals die zich bezig (wensen te) houden met het zich goed voelen van medewerkers in hun professionele habitat, en met de factoren die – wat de werkplek en de collega’s betreft – het reduceren van angst, onbehagen en stress, of het opkrikken van vreugde, goesting en geborgenheid kunnen bewerkstelligen. De beschavingsprocessen **gezondheid** en **verbinding** zijn de twee dragende pijlers van dit document, waaraan we ook de oerkrachten

veerkracht en **weerklink** zullen vasthechten. **Volhoudbaarheid** en **vloeibare identiteit** dragen eerder de badge van ‘belangwekkende inspiratiebron’ (*nice to know*) dan van ‘existentiële voedingsbodem’ (*need to know*).

Doorheen de beschrijving van en de toelichtingen bij de vier beschavingsprocessen strooien we de resultaten van een enquête uit, die in opdracht van B-Tonic uitgevoerd werd door het Belgische filiaal van het marktonderzoeksbureau Ipsos tussen 5 en 8 november 2021. In totaal werd aan een representatieve steekproef van 1.087 Belgen een tiental vragen gesteld over gezondheid en wellbeing op het werk. Uiteindelijk konden 725 respondenten aangemerkt worden als relevant en dus nuttig voor de studie. De methodologische details van de bevraging bevinden zich in het afsluitende luik van dit document.



trend Gezondheid

- ▷ Generatie FUD
- ▷ Taboesluis
- ▷ Stille heiligdommen
- ▷ Introspectrum
- ▷ Eenschappelijk verantwoord
- ▷ Helende architectuur

trend Gezondheid

Gezondheid is synoniem aan een goed leven. Met zelfstandig verworven kennis staan mensen op gelijke voet met het gezondheidssysteem en hebben ze nieuwe verwachtingen van bedrijven en infrastructuur: steeds meer gezondheidsbewuste mensen willen een gezondheidsbevorderende omgeving als onderdeel van het volgende normaal.

Gezondheid prijkt met stip op nummer één van de prioriteiten in onze door de ergste naoorlogse pandemie getroffen samenleving. COVID-19 hakt dan ook ongezien diep in op dit beschavingsproces, maar versnelt tegelijkertijd dat proces ook in de goede richting.

Generatie FUD

De Universiteit Gent^(*) ziet in haar studies naar geluk dat 900.000 Belgen die zich vóór corona nog wel gelukkig noemden, dat een jaar later niet meer waren. Vóór de pandemie gaf 40% van de achttienplussers zichzelf een gelukscijfer van minstens 8 op 10. In december bleef daar nog maar 30% van over. Eenzaamheid en angst voor het coronavirus blijken de belangrijkste oorzaken van het wegwijnen van geluk. Maar liefst 73% (en zelfs 78% onder de twintigers) zei zich in december 2020 'matig tot heel eenzaam' te voelen.

Het jaarlijkse trendrapport van autoproducent Ford^(*) schonk in 2019 na een wereldwijde bevraging uitgebreid aandacht aan die andere epidemie: eenzaamheid. In de stelling 'ik voel me regelmatig – minstens één keer per week

65%
van de medewerkers
wordt gelukkig van
de vaste locatie van
het bedrijf waarvoor
ze werken



– eenzaam' herkende 37% van de Europeanen zich. Uitgestrooid over de vier generaties zagen we grote verschillen: generatie Z, waarvan 62% de uitspraak bevestigt, is het grootste 'eenzaamheidsslachtoffer'. Generatie Y volgt met 56%, vervolgens generatie X met 43% en ten slotte de babyboomers waarvan nauwelijks 29% zich in de uitspraak herkent. En de rol van sociale media? 43% van de twintigers en de dertigers schaarde zich achter de stelling 'dat sociale media me vaak eenzaam doen voelen'. De oorzaak wordt voor het gemak gebundeld in het letterwoord 'FUD', wat staat voor Fear, Uncertainty & Doubt.

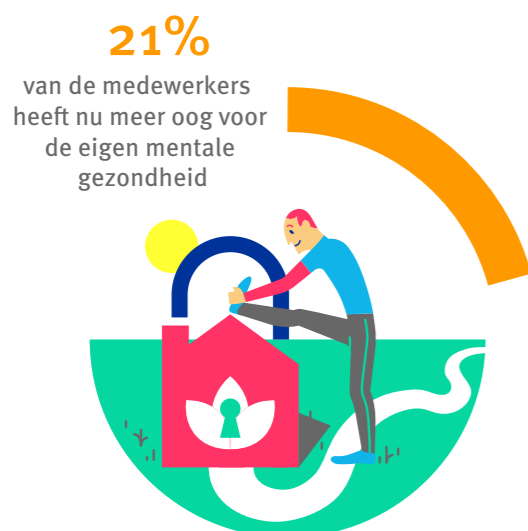
Onderzoek van de KU Leuven^(*) laat zien dat alleenstaanden en wie door de crisis niet kon of mocht werken, het hardst door de coronacrisis werden en worden getroffen. Na een maand coronamaatregelen zei 48% van de werkende respondenten zo nu en dan angst en donkere gedachten (depressiegevoelens) te ervaren. Dat aantal bleef ook de daaropvolgende maanden tussen 40% en 50% schommelen. Na twaalf maanden werd bij driekwart van de thuiswerkers minstens één 'ernstige' fysieke of psychosociale klacht vastgesteld: rug- en nekpijnklachten in de eerste plaats (55%), gevolgd door angstgevoelens (20%) en stress (16%).

Zo berichten nog meer onderzoeken over de slag die COVID-19 onze gezondheid toebrengt: over de stijgende verkoop van slaapmiddelen zonder én met voorschrift, het groeiende aantal sombere gedachten en depressieve gevoelens, de aanwassende psychische nood en kommer bij adolescenten en jongvolwassenen, de langere, nooit eerder geziene wachtlijsten bij studentenpsychologen.

Bovendien werken al die zaken negatief in op de gezondheid. Zo zijn volgens de Wereldgezondheidsorganisatie⁽¹⁾ de gevolgen van eenzaamheid voor de lichamelijke gezondheid vergelijkbaar met obesitas of het roken van vijftien sigaretten per dag.

Taboesluis

Opvallend is dat generatie Z er systematisch slechter aan toe is dan de babyboomers. COVID-19 maakt hen eenzamer, ongelukkiger, depressiever... Dat hoeft niet te verbazen. Generatie Z is zowat de eerste generatie die van heel wat wereldbranden in volle omvang, realtime, op alle momenten van de dag, vaak ongefilterd en op persoonlijke schermen op de hoogte is. Diverse financiële crises (2008, 2011, 2020), het uiteenspatten van de eerste dotcomzeepbel (rondom de millenniumwisseling), de collectief ervaren dreiging van 9/11, de IS-aanslagen in Europa in 2015 en 2016, de migratiebewegingen/vluchtelingencrisis sinds 2015, de klimaatcrisis, het diversiteitsactivisme... Generatie Z en generatie Y waren de eerste generaties aan wie op school, thuis aan de



De taboesluis verdikt naarmate we verder terug gaan in de generaties.

keukentafel, in jeugdjournaals op tv, in de jeugdbeweging en op sociale media de boze, barre buitenwereld en een toekomst vol FUD rauw werden en worden opgediend. Tel daar de sociodemografische realiteit bij van vaker slechts één of geen broer of zus hebben, van vaker gescheiden ouders en van vaker en langer buitenshuis werkende beide ouders, en je hebt voldoende, kruidige ingrediënten om bij kinderen en adolescenten vaker gevoelens van eenzaamheid, onzekerheid en angst te registreren.

Of is er ook iets anders aan de hand? Een grootschalige Gallup-studie⁽²⁾, uitgevoerd in het tweede semester van 2020 in de Verenigde Staten, raamt het aantal Amerikaanse lgbtqiapsk+¹-individuen – in termen van openlijke zelfidentificatie – op 5,6% van alle volwassenen. Dat is het hoogste peil ooit. Wat

opvalt is dat onder het volwassen deel van generatie Z (18-24 jaar) maar liefst 15,9% zich lgbtqiapsk+¹ er noemt, vier keer meer dan onder generatie X (3,8%) en acht keer meer dan bij de babyboomers. Generatie Z wordt hier voorgesteld als de ‘gayest generation ever’. Het spreekt voor zich (en wetenschappers benadrukken dat ook met klem) dat het aandeel lgbtqiapsk+-individuen in de samenleving niet toeneemt met het voortkruipen van de geschiedenis, maar wel dat meer tieners en twintigers zich minder geremd voelen door of meer trots zijn op hun seksuele oriëntatie. Wellicht zijn in (West-)Europa de percentages nog wat hoger dan in de VS, waarvoor culturele en religieuze factoren aan te wijzen zijn. De taboesluis verdikt naarmate we verder teruggaan in de generaties!

Ook in de studies naar geluk en eenzaamheid moeten we vraagtekens plaatsen bij de

oprechtheid van de antwoorden van de veertigplussers. Voor oudere (evenwel naoorlogse) generaties is het nog steeds niet makkelijk om het achterste van hun tong te laten zien als het om persoonlijke ontboezemingen gaat. En toch mogen/moeten we de veronderstelling aanhouden dat twintigers het meest getroffen zijn door gevoelens van eenzaamheid. Van generatie Z geeft 50% ook nog aan zich wel eens eenzaam te voelen terwijl ze omgeven zijn door anderen.

Het lichtpuntje wordt aangedragen door de generatie zelf. Ze zijn de meest moedige, meest open en eerlijke generatie die er op onze planeet rondloopt². Ze delen hun zorgen met de rest van de wereld. Ze zetten de moedige stap naar de geestelijke gezondheidszorg ... en laten aan elkaar zien dat het best is meegevallen. Dat het niet iets is om je voor te schamen!

¹ lgbtqiapsk+ staat voor 'lesbians, gays, bisexuals, transgenders, questioning, intersexuals, asexuals, pansexuals, sapiosexuals, kinks and more'.
² En toch blijkt uit (onder meer) de Ipsos-bevraging dat generatie Z op het werk best vaak een 'dapper gezicht' opzet (zie pag. 52). Dat oogt tegenstrijdig, maar is het niet (per se): op het werk speelt – vooral bij instromers – angst mee door de werkgever als onweerbaar, kwetsbaar, zwak... te worden ingeschat.

Stilteheiligheden

Een van de grootste verdiensten van de opgelegde quarantainemaatregelen is de herontdekking en het grotere bewustzijn van natuurlijke sereniteit: meer stilte in de stad, natuurlijke geluiden in de straat (vogelgeluiden, geritsel van bladeren...), zuiverdere lucht... De pandemie heeft het wereldwijde transport aan banden gelegd en landen gedwongen hun industriële emissies te beperken. We zijn getuige geweest van een aanzienlijke verbetering van de luchtkwaliteit en van het effect hiervan op dieren in het wild en op de gezondheid van oceanen en natuurlijke landschappen.

Het is bekend dat lawaai gepaard gaat met verhoogde bloeddruk, slaapverlies en hartaandoeningen. Uit wetenschappelijke studies met muizen blijkt dat stilte ook het aanmaken van nieuwe hersencellen in de hippocampus bevordert, waardoor herinneringen, emoties en leerprocessen worden gefaciliteerd. Stilte intrigeert! Het maakt ons tegelijk serener en alerter. Maar om de stilte echt te laten regeren moet er balans en contrast zijn. De vooruitgang in de akoestische wetenschap laat ons hele omgevingen bouwen – binnen en buiten – die ontworpen zijn om geluid te absorberen.

*Stilte intrigeert.
Het maakt ons tegelijk
serener en alerter.*

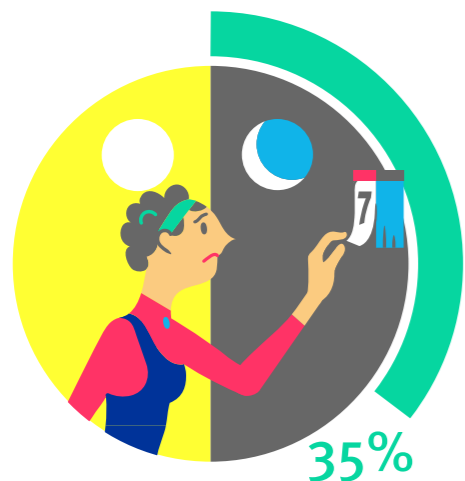
Aan de andere kant is het aantal decibels in ons eigen 'kot' gevoelig toegenomen – zeker wanneer ook kinderen zeven op zeven verplicht worden thuis te blijven, wat meteen de behoefte aan een vlucht in de stilte van een eigen refuge doet groeien. De keuken heeft een uitgesproken sociaal karakter en ook qua functie (als kookwerkplaats) niet de vereiste eigenschappen om als stilteplek te gelden, maar het gebruik van sobere materialen (beton, hardhout ...), strakke vormen, weinig kleuren (grijs, pastel...) én akoestische hulpmiddelen (vilt, mineraal wol, klei...) kan op een andere manier stilte in het hoofd teweegbrengen.



Introspectrum

In tijden van aanhoudende prikkels wordt het menselijk vermogen om geconcentreerd te werken en dingen of gebeurtenissen tot in detail te begrijpen en ze zich te herinneren, zwaar op de proef gesteld. Een 'omni-levensstijl' vol multitasking, -screening en -streaming heeft een versplinterend effect op ons vermogen om te focussen. Onderzoekers van de American Psychological Association (APA)^(*) constateerden in 2016 dat het regelmatig switchen tussen aandachttrekkers ons tot 40% minder productief maakt. Tegelijkertijd hebben mensen die gevangenzitten in een soort Bermudadriehoek tussen Facebook, Whatsapp en Instagram en daarnaast ook permanent hun telefoon checken, een hoog stressniveau. Psychiaters van het Institute of Psychiatry aan de University of Londen^(*) zagen op hun beurt het IQ tijdelijk meer dalen door een tweede scherm dan door marihuana of een slapeloze nacht. Bovendien ligt onze fear of missing out mee aan de basis van heel wat psychologische klachten.

Ons overvolle leven lijkt ons onderbewustzijn te verstikken, en daarmee de moederschoot van onze creativiteit. Moeten we om gelukkig te zijn niet wat meer mentale ruimte teruggeisen? Wereldwijd



van de medewerkers ervaart op zondagavond meestal werkgerelateerde onrust of stress

Psychiaters zagen het IQ tijdelijk meer dalen door een tweede scherm dan door marihuana of een slapeloze nacht.

is 35% van de consumenten het ermee eens dat een digitale detox hun mentale gezondheid ten goede zou komen, aldus een studie van marktonderzoeksbureau Nielsen^(*) in 2018. Maar slechts 28% van de consumenten denkt in staat te zijn om af te kicken van verslaving aan (veelal digitale) afleiding.

Wat we dringend nodig hebben, is een 'focusfilter', een steeds nauwer wordend vat waarin geconcentreerde waarneming kan worden gevangen (en gevangengehouden). Het introspectrum legt onder meer de vinger op een onontgonnen gebied voor onderzoekers, ondernemers, HR-professionals, marketeers en (andere) beleidsmakers om inzicht te verwerven in ons waarnemings- en concentratievermogen en om oplossingen te ontwikkelen die ons helpen ons mentale zelf opnieuw te bestieren. Het succesvolle Amerikaanse Caveday^(*) biedt hier inspiratie. Tijdens wat een 'grottdag' (caveday) wordt genoemd, duiken ondernemers en kantoorwerkers bewust onder, zonder social media en smartphones. Dat gebeurt ofwel in een prikkelarme coworkingruimte, waarin zgn. 'procrastination nannies' er zorgvuldig op toezien dat je tijdig aan het werk begint en je aandacht niet verslapt. Ofwel wordt gebruikgemaakt van de onlinevariant, waar gedurende drie uur – verdeeld in worksprints van 40 tot 50 minuten – onder het toe- en alziend oog van focusgidsen de aandacht strak op de taak wordt gehouden. Het is voor velen dé manier om het laatste hoofdstuk van hun boek eindelijk te schrijven, dat businessplan definitief op te maken of efficiënter dan ooit te presteren.



In dezelfde zoektocht naar rust en concentratie moeten ook de landschapskantoren en kleurrijke, jolige Silicon Valley-geïnspireerde werkplekken met pingpongtafel en wortelsapcentrifuge op de schop. Aldus een sterk groeiend aantal gedragsbiologen, architecten, ergonomen en psychologen. Kantoormeubelproducent Steelcase^(*) catalogeerde 32% van de Belgische kantoren in 2019 als 'open'. Dat is best dramatisch als je weet dat daar de productiviteit én de gemoedelijke, vriendschappelijke sfeer onder collega's wegzinken. Cijfers van de Faculteit Ergonomie van de Vrije Universiteit Brussel^(*) laten zien dat kenniswerkers er gemiddeld vijf keer per uur, en dus bijna duizend keer per maand, worden onderbroken.

Het kantoorinrichtingsbedrijf Haworth^(*) concludeerde na een wereldwijd onderzoek bij ruim tweeduizend kantoorwerkers dat het design van de werkruimte en de mogelijkheid om gefocust

Moeten we om gelukkig te zijn niet terug wat meer mentale ruimte eisen?

te werken, een consistente impact hebben op het werkplezier en de motivatie van het personeel. Wanneer concentratie en creativiteit centraal staan, heb je vooral een ruimte nodig die geen aandacht vraagt, maar waar rust heerst, met gezonde ontspanningsmogelijkheden en XL-werktafels die functioneren als een groot, wit canvas.

Etenschappelijk verantwoord

Het effect van de pandemie laat zich voelen tot in de potten in die keuken. Door de wereldwijd toegenomen belangstelling voor meer welzijn en gezondheid krijgen meer consumenten oog voor herkomst, basisbestanddelen en verwerkingsprocessen, en beginnen zowel grote voedingsproducenten en levensmiddelenwinkels als kleine start-ups actie te ondernemen. Consumenten stappen een etenschappelijk verantwoord tijdperk binnen waarin van bedrijven en sectorfederaties niet alleen verwacht wordt dat ze transparant zijn in hun farm-to-forkprocessen, maar ook dat ze de technologische en wetenschappelijke vooruitgang aanwenden om strategieën te ontwikkelen die consumenten helpen duurzamer te leven.

Door de wereldwijd toegenomen belangstelling voor meer welzijn en gezondheid krijgen meer consumenten oog voor herkomst, basisbestanddelen en verwerkingsprocessen.

De omzet van vlees- en zuivelvervangers steeg in 2020 met 14% ten opzichte van 2019, blijkt uit een rapport van de internationale vegetarische organisatie ProVeg^(*). Slechts 56% van de Belgen gaf begin 2021 aan nog elke dag vlees of vis te eten. Begin 2020 was dat nog 70% (bron: Garden Gourmet^(*)). De Bond Beter Leefmilieu^(*) becijferde in oktober 2020 dat de melkconsumptie in tien jaar

Overprikkeld en overweldigd proberen steeds meer mensen hun leven zowel fysiek als mentaal te vereenvoudigen.

tijd met 16,6% is teruggelopen en het vleesverbruik met 8,8%. In diezelfde periode hebben Belgische supermarkten 20% meer vleesvervangers verkocht – het aanbod steeg met 15% mee. Volgens de editie uit 2020 van de jaarlijkse wereldwijde studie van Euromonitor^(*) naar marktmogelijkheden voor gezonde voeding is er een sterke groei in de belangstelling-met-koopintentie voor voeding die zich op het cognitieve en affectieve welzijn richt. Op de vraag wat de belangrijkste betekenis van gezondheid is, antwoordt 64% 'geestelijke gezondheid'.

Die geestelijke gezondheid zoeken we ook thuis, want nooit brachten we verplicht meer tijd door tussen onze eigen bakstenen. Minimalisme is in meer dan één opzicht in het mainstreamuniversum terechtgekomen. Overprikkeld en overweldigd proberen steeds meer mensen hun leven zowel fysiek als mentaal te vereenvoudigen, niet alleen als een manier om tot rust te komen en het overzicht te bewaren, maar vooral om zich te herontdekken. De uitbraak van COVID-19 heeft die aandrang tot simplificatie nog versterkt, omdat mensen de gelegenheid werd opgelegd hun persoonlijke levenssfeer (van nauwelijks enkele tientallen vierkante meters) te herstructureren. En niet alleen in materieel, maar ook in geestelijk opzicht. Door de onvrijwillige stilstand kwam het aha-besef dat we de laatste jaren gewoon te veel – en te veel ongebruikt, onnuttig en overbodig – bij elkaar hebben geschaapt.



Helende architectuur

Voor bedrijven is het belangrijk hun medewerkers in optimale lichamelijke en mentale conditie te houden (of te brengen). Naast nieuwe hygiënemaatregelen gaat het ook om fitnessaanbiedingen, lekker eten en een gezondheidsbevorderende inrichting van kantoorruimten, dicht bij de natuur, met veel licht en lucht. In bedrijven zullen vaker mental coaches, fitnessbegeleiders, acoustic tuners, kantinediëtisten en 'well building'-consulenten opduiken. Een enkele medewerker zal de vrijwillige rol van 'sta-secretaris' op zich nemen en collega's op regelmatige tijdstippen aansporen de benen te strekken ...

Gezonde leef- en werkruimtes betekenen sterkere gemeenschappen en een grotere productiviteit.

Helende architectuur is een relatief nieuw fenomeen dat uitgaat van de wetenschappelijke vaststelling dat gebouwen ook rechtstreeks impact hebben op de gezondheid van hun gebruikers (bewoners, medewerkers, recreanten ...). Uitgebreid onderzoek door de Harvard School of Public Health^(*) in 2018 laat zien dat medewerkers die in de gesloten configuratie van een kantoor blootgesteld worden aan echte (dus niet chemisch bewerkte) natuur, niet alleen vooruitgang op allerlei gezondheidsindicatoren boeken, maar ook betere prestatiecijfers en een grotere medewerkerstevredenheid hebben dan vergelijkbare collega's zonder die natuurlijke prikkels. Onder 'gezondheidswinst' mag onder meer een significante verlaging van de bloeddruk, een verbetering van het kortetermijngeheugen met 14% en meer positieve gevoelens begrepen worden. Het International Well Building Institute^(*) stelt intussen dat een gezond gebouw niet alleen het welzijn van bewoners en de productiviteit van



Foto: International WELL Building Institute (New York)

het personeel verbetert, maar ook de financiële waarde van dat gebouw.

Gezonde leef- en werkruimtes betekenen sterkere gemeenschappen en een grotere productiviteit. Het Global Wellness Institute^(*) gelooft dat er binnenkort levende gebouwen zullen zijn met energieopwekkende algen in de muren, net als Cradle-to-Cradle-gecertificeerde gebouwen, die gemaakt zijn van materialen als klei en hout.

Luchtkwaliteit meldt zich voor innovatie. Het plantaardig remediëren van onzuivere luchtstromen – zogenaamde 'phyto remediation' – wordt een onderscheidende factor in de inrichting

van leef- en werkruimtes. Tien vierkante meter mos heeft hetzelfde vermogen als 40 jonge bomen om CO₂ te ontbinden; (onbespoten) moswanden laten zich ook gemakkelijk artistiek vormgeven. Hout als bouw materiaal heeft het vermogen veel CO₂ uit de atmosfeer te halen en dus zuurstof aan de persoonlijke leefomgeving toe te voegen. In tijden van frontale confrontaties met luchtweginfectieziekten is het besef van aanvoer van zuurstof een verademing ...

Wellness voor het hele systeem – mens, markt, maatschappij en milieu – zal ons dwingen anders te denken over het raakvlak tussen menselijke gezondheid en natuurlijke systemen. Het zal ons

ook beweging buiten de kantoor muren doen zoeken, in de openlucht. Vandaag brengen we 90% van onze tijd in binnenruimten door, en bijna 70% thuis (bron: Delos^(*)). En wat te denken van de licht ontregelende vaststelling dat de meerderheid van kantoorwerkers minder tijd in de buitenlucht doorbrengt dan gedetineerden, die volgens de richtlijnen van de VN minstens één uur per dag gelucht moeten worden? (bron : Ambius Europe^(*))



trend

Volhoudbaarheid

- ▷ Klimatigen
- ▷ Bestekdiscipline
- ▷ Houtbouw
- ▷ Adem-benemend

trend Volhoudbaarheid

Het beschavingsproces volhoudbaarheid³ strekt zich uit tot elk gebied van ons dagelijks leven. Of het nu gaat om persoonlijke aankoopbeslissingen, besef van sociale en morele verantwoordelijkheid of een bedrijfsstrategie, het wordt steeds meer een van de krachtigste drijfveren van onze tijd, niet in de laatste plaats door technologische innovaties.

De pandemie deed de groep consumenten die consequent werken aan het verminderen van hun plasticafval, toenemen met een kwart, van 16% naar 20% van de wereldwijde shoppers. De 'Who Cares? Who Does?'-studie van Kantar^(*) berekende ook dat hun koopkracht op jaarbasis ruim 320 miljard euro bedraagt voor wat snelle verbruiksgoederen betreft. Vooral de klimaatverandering en het plasticafval - tussen 1950 en 2020 werd wereldwijd ruim 7 miljard ton plasticafval gecreëerd, waarvan nauwelijks 10% werd gerecycleerd - zetten hen aan tot actie. In een op de twee gevallen zette hun kroost aan tot milieubewustere handelingen. De invloed van vrienden (43%) en de levensgezel (41%) lagen lager.

Zelfs meer vermogende mensen gaan voor meer duurzaamheid. Uit onderzoek van de vermogensbeheerder deVere Group^(*) blijkt dat meer dan een kwart van haar (doorgaans traditionele) klanten duurzaam belegt of zich daar actief mee bezighoudt. Tussen mei en december 2020 zocht 26% van haar klanten naar zgn. ESG-beleggingen, die focussen op milieu (Environmental), maatschappelijke (Societal) en bestuurlijke (Governance) initiatieven.

Klimatigen

De duurzame wind die door de maatschappij waait, leidt tot een rits volhoudbare initiatieven. Zo maakte het Deense wetenschappelijke kunstproject Grow Your Own Cloud (GYOC) het mogelijk om je gegevens in een tastbare cloud te bewaren, een plant, waarbij het gebruik van planten-DNA als opslagmedium werd onderzocht. 'Mijn droom is een 'gegevensbos' in de stad te realiseren waar herbebossing en gegevensopslag elkaar ontmoeten, in plaats van een data farm', zegt initiatiefneemster Monika Seyfried^(*).

Het Londens designbureau Morrama^(*) bedacht

het concept Renew, een smartphone bestaande uit 3 lagen: het scherm, het besturingssysteem en de batterij. Ze zijn los van elkaar te vervangen en op te waarderen. De batterij is gemaakt van koolstof nanobuisjes, het scherm is vervaardigd uit bio-afbreekbaar maïszetmeel, maar de duurzaamheid hangt vooral samen met het gebruik van het toestel, zo beweren de designers: 'Als de smartphone je stappen en de kilometers van je autoverplaatsingen telt, dan kan het ook je koolstofuitstoot berekenen. Hierdoor maken we wellicht ook betere keuzes in de apps die we gebruiken, de foto's die we bewaren en de hoeveelheid tijd die we swipend doorbrengen.'

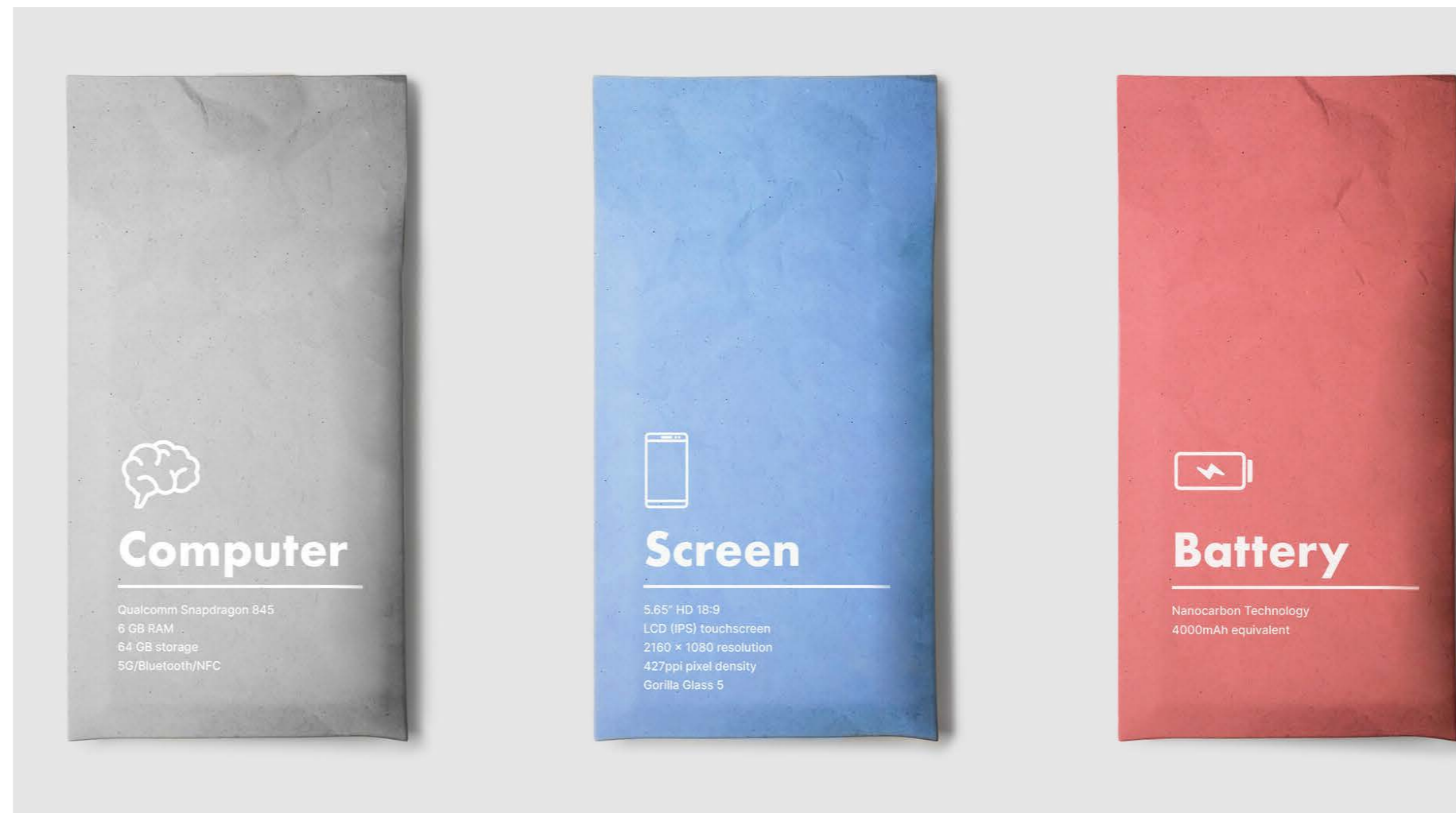


Foto: Renew Concept by Morrama (GB)

³ Steeds vaker wordt in plaats van de term 'duurzaamheid' die van 'volhoudbaarheid' gebruikt. 'Duurzaam' is volgens heel wat critici verworpen tot een containerbegrip. De van oorsprong Zuid-Afrikaanse term 'volhoudbaarheid' wordt ook gepromoot om aan te geven dat in industriële processen of bij consumptie van goederen (en diensten) het de planeet zou believen dat naast natuurbehoud en natuurherstel ook meer aandacht zou worden besteed aan de menselijke, sociale dimensie van de productieketen: gezonde, leefbare werk-omstandigheden, eerlijke beloning, gelijkwaardige behandeling van medewerkers, enz.



Foto: Billie Cup by Re-Uz (België)

Bestekdiscipline

De pandemie duwde ook de economie rond onze nieuwe eetgewoonten richting duurzaamheid. Onderzoek in november '21 van het grootste bestelbedrijf voor bezorgmaaltijden ter wereld, Just Eat Takeaway.com^(*), laat zien dat 38% van de Belgen (en 45% van de jongeren) sinds het begin van de pandemie vaker kiest voor afhaal- en bezorgmaaltijden. Wereldwijd zag het bedrijf het aantal orders in 2020 met 39% toenemen.

Nu steeds meer consumenten zich bewust worden van de impact van plastic op het milieu, wordt van de bezorgplatforms meer verantwoordelijkheid verwacht, niet alleen op het vlak van bestekdiscipline (de klant motiveren om het eigen, herbruikbaar bestek uit de kast te halen), maar ook van de verpakking van bestelde maaltijden. Just Eat Takeaway.com ging de uitdaging aan en ontwikkelde en testte inmiddels 's werelds eerste met zeewier beklede maaltijdendoos, in vier weken afbreekbaar in thuiscompostering. Andere afvalwerende innovaties zijn o.a. de Belgische Billie Cup^(*), jarenlang herbruikbaar

en 100% recycleerbaar, en de elegante, ge-upcyclede en herbruikbare bentoachtige voedseldoos Zero^(*), gemaakt van herbruikbare of biologisch afbreekbare materialen zoals piñatex, samengesteld uit cellulose van ananasbladeren en bijproducten van cacao.

Actiegerichte consumenten compenseren meteen hun hele plasticvoetafdruk voor 8 dollar per maand via 'Plastic, Neutral' van het Amerikaanse byHumankind^(*). De service dekt de kosten van plasticinzameling door Plastic Bank^(*), een organisatie die plasticafval opkoopt dat aan de stranden van Haïti, Indonesië en de Filipijnen is aangespoeld en door de lokale bevolking wordt opgeruimd. Het ingezamelde plastic wordt vervolgens gerecycled tot nieuwe producten en verpakkingen.

Houtbouw

De bouwsector zit dan weer met zijn basisgrondstof in de maag: beton. Zo'n 8% van

de CO₂-uitstoot ter wereld is te herleiden tot dit bouw materiaal. Als oplossing wordt gekeken naar een ander materiaal dat de mensheid al eeuwig kent: hout, dat langer CO₂ vasthoudt en bovendien herbruikbaar is. Zo besliste het arrondissement Amsterdam dat vanaf 2025 een op de vijf nieuwe huizen gemaakt moet zijn van hout. VN-statistieken^(*) laten alvast zien dat er geen gebrek aan grondstof is. Wereldwijd groeit er 800 miljoen kubieke meter hout per jaar in duurzaam beheerde bossen, ofwel per minuut voldoende aanwas van hout voor 3 eengezinswoningen. Elk jaar wordt 500 miljoen kubieke meter geoogst. In de bouw in Nederland en België wordt gemiddeld nog geen 3 miljoen kubieke meter hout per jaar gebruikt.

De Nederlandse architectenbureaus GG-loop en Arup hebben samen MitoSis^(*) op poten gezet, een innovatief modulair bouwsysteem voor duurzaam wonen. MitoSis maakt gebruik van ecodynamische principes om gebouwen te ontwerpen die zich aanpassen aan hun omgeving en die in staat zijn om door het gewijzigde klimaat gehavende ecosystemen te herstellen. Biologische materialen als CLT (kruiselings gelamineerd hout) zorgen ervoor dat de gebouwde structuren meer energie produceren dan ze verbruiken, terwijl de

Als oplossing wordt gekeken naar een ander materiaal dat de mensheid al eeuwig kent: hout, dat langer CO₂ vasthoudt en bovendien herbruikbaar is.

modulariteit van het systeem betekent dat MitoSis in verschillende vormen kan worden gebouwd; van zelfvoorzienende eengezinswoningen tot bedrijfspanden en hoogbouwkavels.

Meer houtbouw in de steden sluit meteen aan op wat mensen rustig maakt, volgens een uitgebreide peiling van de Universiteit van Durham^(*): 'kijken naar of zich bevinden in de natuur' staat op de derde plaats, na lezen en slapen. COVID-19 heeft de behoefte aan een intensere natuurbeleving doen toenemen. En dus mag er een tandje bij worden gezet. Voor de steden betekent dat een veel groter ruimtebudget voor aangeharkt groen (parken, moestuinen, verticale tuinen...) en houtbouw.

Adem-benemend

Tijdens de lockdowns werd duidelijk hoe lawaaierig, vuil en adem-benemend grote(re) steden zijn. Door de opgelegde restricties rond mobiliteit, werk en industrie kon de luchtkwaliteit in steden zienderogen verbeteren: de hemel werd blauw, de waterwegen werden helder en de soundtrack van de stad hield het midden tussen een close harmony van vogels en stedse stilte. De pandemie heeft het pastorale verlangen aangewakkerd. Opeens bleken fysieke afstanden tussen locaties niet langer een hindernis, was bevoorrading van steden niet meer vanzelfsprekend en lieten plattelandsbewoners zien hoe ze 'voorzien in eigen levensonderhoud' door het verbouwen van eigen groenten en het zelf bakken van brood.

De pandemie heeft het pastorale verlangen aangewakkerd.

Stadbewoners zijn hierdoor minder dan ooit van zin om nog genoeg te nemen met luchtverontreiniging, lawaaihinder en lichtvervuiling. Urbanisten zullen nog meer inzetten op niet-gemotoriseerde voertuigen, deelmobiliteit, speel- en sportruimten, groene stadslongen, verticale tuinen, urban harvesting, lawaaislikkers, flaneer- en pauzeerplekken ... Stadsontwikkelaars zullen zich (nog meer) laten inspireren door het hinterland waar meer ruimte is, meer natuur, minder gezondheidsrisico's, minder geluidsoverlast, minder hectiek, minder criminaliteit ... voor een veel lagere prijs! En de kinderen ravotten veilig buiten, een feestje met vrienden mag wat langer en luider en de samenhang van de buurt is vertederend.

De vraag die zich vervolgens opwerpt, is: kunnen en willen kantoorontwikkelaars en architecten van bedrijfspanden in de groene voetsporen van stadsplanners treden?



Foto: Polydome Greenhouse by Except Integrated Sustainability (Nederland)



trend

Vloeibare identiteit

- ▷ Generatiewissel
- ▷ Toegangspas all areas
- ▷ Grassroots theory of change

trend Vloeibare identiteit

Vloeibare identiteit ontstaat wanneer innovatie de traditie verslaat. Identiteit verliest zijn lot. De doelgroep verliest zijn herkenbaarheid. De trend om rolpatronen te veranderen en stereotypen van gender, herkomst, leeftijd of ideologie te doorbreken, leidt tot radicale veranderingen in zowel markt als maatschappij. Jongeren anno nu verlaten het oude wij-zij-schema, ambiëren een repertoire van identiteiten en creëren een nieuwe cultuur van pluralisme.

De crisis werkt als katalysator voor de huiselijke bezinning op pluralistische thema's, te beginnen met wat in de familiale sfeer het meest voor de hand ligt: de seksen en de generaties. Deze meer gearticuleerde aandacht voor beschavingsprocessen die een eerlijkere verhouding tussen mannen en vrouwen beogen, rijpt al langer. Het beeld dat mannen binnen het gezin enkel een heersende, beschermende en financierende functie vervulden en vrouwen zich met facilitair beleid en de zachte zorg bezighouden, is al meerdere decennia achterhaald.

Voor de jongere generaties verzetten zich hevig tegen de kruimelige idealen van mannelijkheid. Volledige autonomie, zelfactualisatie, het nastreven van persoonlijke doelen, behoeften en dromen, zijn vandaag belangrijker dan het invullen en vormgeven van een cultureel bepaald ideaal van mannelijkheid of vrouwelijkheid. Maar voordat voor zowel mannen als vrouwen de weg naar een rijkere, meer variabele identiteit

ongehinderd openligt, moet nog heel wat werk verzet worden.

Generatiewissel

In dit derde decennium van de 21e eeuw zijn belangwekkende generatiewissels op komst. Om te beginnen landen de aanstaande dertigers in de jaren van kinderen baren en grootbrengen, waardoor het soortelijk

Jongeren anno nu verlaten het oude wij-zij-schema, ambiëren een repertoire van identiteiten en creëren een nieuwe cultuur van pluralisme.



gewicht van de opvoeding nu bij de generaties Y en Z terecht komt. Daarnaast verdwijnen nog vóór 2030 de babyboomers van het werktoneel en worden ze vervangen door generatie X, maar ook – en verwacht wordt zelfs verrassend vaak – door de millennials (generatie Y). Dus per saldo komt zowel de opvoeding van generatie Alfa als het bestuur van maatschappelijke en economische machten in handen van de tweede naoorlogse generatie, de kinderen van de boomers.

Het massale 'huisarrest' van 2020 en 2021 heeft ook de (noeste) zorgarbeid onder de aandacht gebracht van vele mannen die in vrije omstandigheden op kantoor werken. De combinatie van voltijds thuiswerken en kinderopvang bleek voor veel mannen – uiteraard ook voor veel doorgaans buitenshuis werkende vrouwen – een haast onmogelijke opgave, en bracht hun het drastische inzicht dat ouderschap geen kinderspel is, maar serieus zwaar en (op knuffels na) onbetaald werk. De crisis heeft in ieder geval geleid tot een herwaardering van zorgarbeid en meer sociale waardering voor thuisblijvende moeders en vaders.

De generatiewisseling is niet zomaar een

verandering qua levensstijl. Doordat millennials (en later ook generatie Z) royaal terechtkomen in allerlei beleidsstructuren (met een sterk groeiend aantal vrouwen aan het hoofd van publieke en commerciële organisaties), veranderen ook de sociale structuren van onderaf: nieuwe gezinsvormen, flexibele werktijdmodellen, diversiteit in bedrijfsstrategieën, meer aandacht voor het geestelijk welzijn van medewerkers en jongeren, enzovoort. Geslachtelijke profilering zal (nog) meer van de voorgrond verdwijnen: mannen zullen vaker het beroep van verpleegkundige, kleuterleider of balletdanser ambiëren, en vrouwen willen kickboksen, branden blussen en virtuele realiteiten programmeren.

Voor de jongere generaties verzetten zich hevig tegen de kruimelige idealen van mannelijkheid.

Toegangspas all areas

Geslachtelijke identiteit wordt verbreed, verrijkt, vloeibaar gemaakt. De jongere generaties blijken hiervan grote supporters, zeker in vergelijking met de generatie van hun ouders en grootouders. Generaties Y en Z zijn zich zeer bewust van allerlei maatschappelijke discrepanties en kijken dus niet enkel naar de ongelijkheid tussen mannen en vrouwen of tussen ouderen en jongeren, maar mengen zich graag in maatschappelijke debatten ten faveure van milieubescherming, culturele, raciale en seksuele diversiteit, lgbtqi+⁴-vrijheden, dierenrechten, enzovoort. In het begin van de jaren 2010 is hiervoor onder jongeren het kraswoord 'woke' (wakker en waakzaam omtrent maatschappelijke ongelijkheid) gemunt.

Het speelveld breidt zich dus uit naar alle sociale variabelen waar uitsluiting, miskenning, voorwaardelijkheid, respectloosheid en misbruik nog steeds heersen. Zo zijn er de usual suspects ras, religie, seksuele oriëntatie, sociale achtergrond en opleidingsniveau, maar ook andere identiteitsbepalende dimensies als taal(vaardigheid), financieel vermogen, lichamelijke fitheid, geestelijke gezondheid en cognitieve vaardigheden spelen een rol in het integrale beschavingsproces 'vloeibare identiteit'. Vloeibare identiteit is je unieke biografie, badend in een egalitaire zee van diversiteit. Het uitzonderlijke en authentieke van eenieders identiteit moet gehuldigd, geconserveerd en – vooral – gecureerd worden, als was het een kunstproject.

Vloeibare identiteit is een toegangspas 'all areas' voor het grootst mogelijke aantal mensen op dit hemellichaam. Ze is een ode aan diversiteit, tolerantie en kansgelijkheid, maar zeker geen oproep om de pure authenticiteit van een individu of een gemeenschap achter ons te laten, om datgene wat ons uniek maakt te logenstraffen. En niet alleen de wereld van de human resources, maar de samenleving in de breedte zal hier

de positieve gevolgen van ondervinden. Het beschavingsproces 'vloeibare identiteit' zit in ieder geval op schema.

Grassroots theory of change

Het mediatijschrift Logic Magazine^(*) heeft, op zoek naar een nieuwe morele code die geschikt is voor het digitale tijdperk, een educatief project gelanceerd dat positieve verandering in de technologiesector wil afdwingen. Hun Logic School is een gratis onlinecursus die onderwerpen onder de noemer 'creatief protest' behandelt, waaronder m/v-gelijkheid, raciaal kapitaal en veiligheid. Deelnemers komen elke week 2 uur (offline dan wel online) bij elkaar om te lezen en te reflecteren over het thema van die week. Door middel van creatieve expressie als schilderen, poëzie schrijven of het ontwikkelen van apps leren de studenten de ramkracht van samenwerking-in-kunst om (tech)-bedrijven van onderaf opnieuw op te bouwen. Het onderwijsproject noemt zichzelf een 'grassroots theory of change'.

Nieuw wereldwijd onderzoek van Quartz & Qualtrics^(*) toont in ieder geval aan dat medewerkers steeds optimistischer zijn over de inspanningen op het gebied van diversiteit en inclusie (D&I) op de werkplek. Van de respondenten is 61 % van mening dat de diversiteitsinspanningen van hun werkgever sinds de pandemie zijn verbeterd. Voor 48% zijn ook de historische ontwikkelingen na de verstikkingsdood van George Floyd op 25 mei 2020 van belang geweest voor het meer en constructief bespreekbaar maken van D&I-kwesties.

Het groeiende optimisme ten spijt is er nog steeds een (weliswaar kleinere) kloof tussen medewerkers als het gaat om hoe zij aankijken tegen gelijkheid: 15% van de ondervraagden met een getinte huidskleur geeft aan dat hun bedrijf mensen met een migratieachtergrond niet gelijk behandelt, terwijl slechts 2% van hun witte collega's er net zo over denkt.



⁴ lgbtqi+ staat voor 'lesbians, gays, bisexuals, transgenders, questioning, intersexuals, asexuals, pansexuals, sapiosexuals, kinks and more'



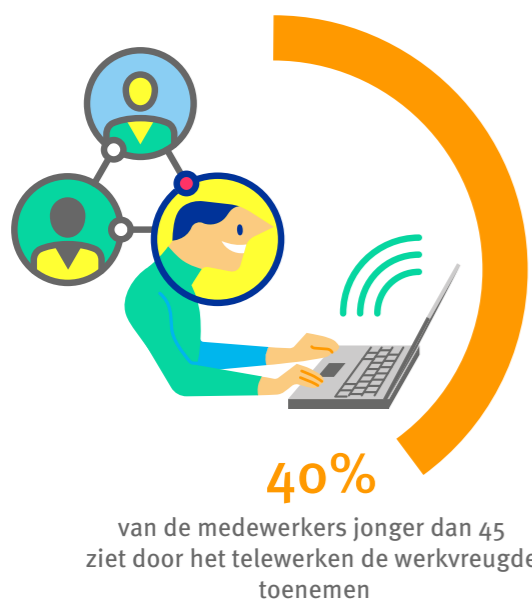
trend

Verbinding

- ▷ Langer schermwerken
- ▷ Ideale kantoor
- ▷ Veerkracht
- ▷ Weerklank
- ▷ Klankbordbeleid

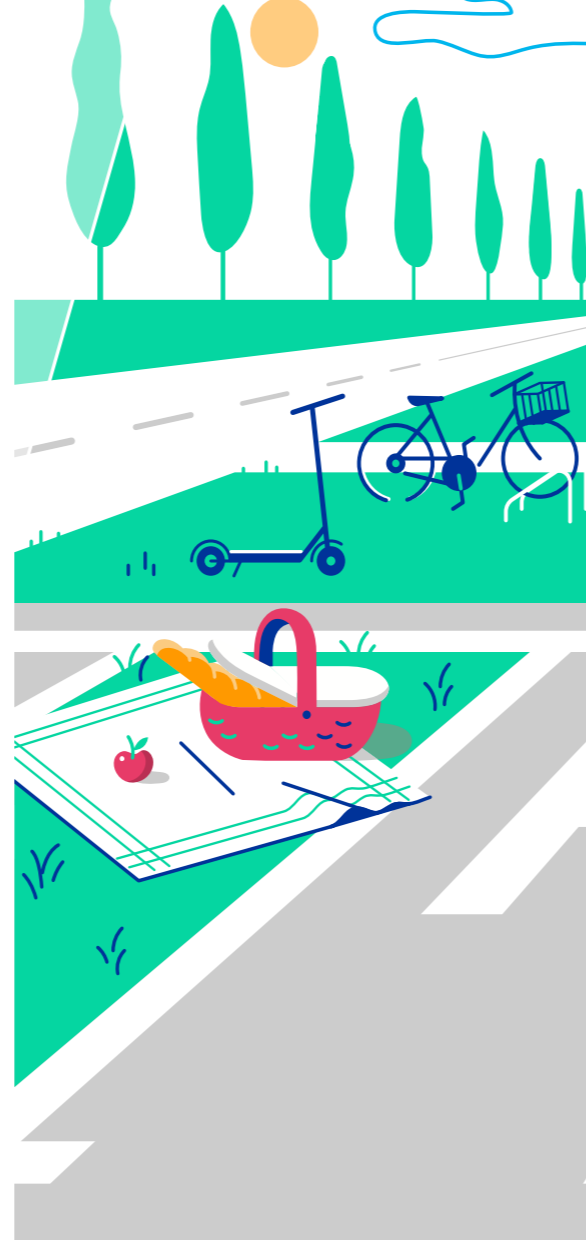
trend Verbinding

Digitale communicatietechnologieën en virtuele netwerken veranderen ons leven fundamenteel en geven aanleiding tot nieuwe levensstijlen en gedragspatronen. Om die fundamentele verandering succesvol te kunnen begeleiden, hebben bedrijven en individuen nieuwe netwerkvaardigheden en een alomvattend begrip van digitale verandering nodig. 'Verbinding' gaat niet alleen om het verbinden van digitale haakjes, maar ook – en misschien wel vooral – om de resonerende schakeling tussen mensen: gezinsleden, vrienden, buren... maar ook collega's, klanten, hulpbehoevende derden...



Technologie is door de merkwaardige gebeurtenissen van 2020 tot de diepste poriën van ons persoonlijk leven en tot de diepste vezels van onze samenleving doorgedrongen. Het kon ook niet anders. Technologische hulpmiddelen bleken belangrijke reddingslijnen voor onze economie, onze veiligheid, onze gezondheid, ons mentale welzijn. Het is interessant te zien hoe de digitalisering als een tsunami over mens en maatschappij rolde en hoe technologie vandaag wordt 'uitgelezen'. BNIX^(*), de beheerder van het internetknooppunt in België, zag het internetverkeer in één jaar tijd met 40% stijgen, met een piek van 600 GB per seconde tijdens de tweede besmettingsgolf. Dat is evenveel als alle inwoners van Groot-Gent die tegelijk een film in hoge kwaliteit bekijken via een streamingsdienst. De pandemie heeft digitalisering en het sciencefictiongewaad van het virtuele uit de hypofase

Wellbeing works.



Verbinding gaat niet alleen om het verbinden van digitale haakjes, maar ook – en misschien wel vooral – om de resonerende schakeling tussen mensen.

gebracht en tot voldongen alledaagsheid herleid. Nieuwe technologieën werden euforisch bejubeld of angstvallig verworpen. De coronacrisis heeft de samenleving en de economie met turbocracht gedigitaliseerd. Vooral kleinere ondernemingen, die pre-corona de noodzaak niet inzagen om hun marketing en handelsactiviteiten ook online aan te bieden of verwerkingsprocessen te automatiseren, hadden tijdens de crisis geen andere keuze dan daarmee te beginnen. Online werd een conditio sine qua non. We zullen niet snel vergeten wat we in het bizarre jaar 2020 allemaal digitaal hebben gerealiseerd, vaak efficiënter, juist, sneller en goedkoper. De toekomst is dus aan de hybride, fygitale formats! Kantoren, winkelpanden, consultatieruimtes, toeristische en evenementenlocaties... zullen belangrijk blijven of misschien zelfs aan belang winnen als 'heilige grond' voor intermenselijke ontmoetingen, maar die zullen naar verwachting meer gedoseerd verlopen: minder in groten getale, minder frequent, maar wel intenser.



Langer schermwerken

Als we al spreken van ‘massaal, langdurig, opgelegd thuiswerken’ moeten we uitgaan van 20 tot 25% van de integrale bevolking. 60% van de fabrieksarbeiders en personeel met uitvoerende functies (winkelmedewerkers, zorgkundigen, politieagenten, vuilnisophalers, ...) ging in 2020 meestal of altijd naar hun fysieke werkomgeving.

Europese thuiswerkers bleven opvallend langer aan hun scherm gekluisterd, tot zelfs 11 uur per dag, leerde het cyberbeveiligingsbedrijf NordVPN Teams^(*) uit het gebruik van zakelijke virtuele particuliere netwerken (VPN's). Tegelijkertijd namen ze waarschijnlijk kortere lunchpauzes, blijkt uit het ontbreken van een significante daling in het gebruik van zakelijke VPN's op het middaguur. Dat wordt bevestigd door Brits onderzoek van Hudson Weir^(*), waarin 54% van de medewerkers aangeeft minder ‘breaks’ te houden gedurende een thuiswerkdag.

Het bestendigen van dit telewerk als pijler onder het nieuwe dan wel volgende normaal hangt

Onder digitale religie wordt het ‘onwrikbare geloof in de digitale verlossing van het kwaad’ begrepen.

niet (alleen) af van de betrokken medewerkers, maar vooral van werkgevers en aandeelhouders, die ruim een jaar lang konden vaststellen dat thuiswerken ook substantiële financiële voordelen heeft. Telenet sloot bijvoorbeeld een cao af die het personeel ook na de crisis de mogelijkheid geeft tot maximaal 60% van de werktijd te telewerken, waar ook in de Europese Unie. Het telecombedrijf besloot hun kantoorruimte af te bouwen. Ook Unilever verklaarde dat ‘medewerkers nooit

meer vijf dagen per week naar kantoor hoeven te komen.’

Ideale kantoor

Een interessant neveneffect van de exponentiële corona-uitgroei van digitale systemen is wat je het einde van de digitale religie zou kunnen noemen. Onder ‘digitale religie’ wordt het ‘onwrikbare geloof in de digitale verlossing van het kwaad’ begrepen. Want de technologisering heeft ook een keerzijde: de fysieke (sociale) afstand worden niet volledig gecompenseerd door sociale netwerken, webinars of telemeetings. Alle generaties voelen een nieuwe behoefte ontstaan aan echte, authentieke ontmoetingen. Reële sociale interactie is een basisbehoefte, die door geen enkele pandemie kan worden geannuleerd. Mensen houden van variatie, beogen een balans in leven en werken, willen de sleur in de eigen privé-bubbel vermijden én kunnen oververhit raken door te lang naar pratende hoofden en te kleine tabellen op 15"-schermen te kijken.

Ook het sociaal-psychologisch belang van het informele gekeuvel, van het bilateraal blitzoverleg bij de liftdeur, zelfs van het roddelen onder en over andere collega's, is een geldig argument om het (samen)werken in een fysieke constellatie ook in de toekomst te ondersteunen. co-creatieve processen hebben meer kans van slagen in een fysieke setting dan in een virtueel vacuüm. En hoe

Het ideale kantoor wordt in tijden van hybride werken een werkplek die voor ons zorgt, in plaats van andersom.

zit het met de empathische wind die in de context van het nieuwerwetse purpose driven ondernemen op menig HR-afdeling maar net was opgestoken? Moeten functioneringsgesprekken over faalangst, burn-out, bore-out, communicatieproblemen met collega's ... nu in cyberspace gehouden worden? Kan een luisterend oog in dezelfde mate begrip en inleving tonen?

Telewerken op grote schaal – in vreedstijd – is verre van ideaal, met als belangrijkste bezwaar wellicht het moeizaam tot stand komen van een unieke, authentieke bedrijfscultuur, omdat de te verbinden dots ver uit elkaar liggen, in beeld- en geluidsresoluties van bedenkelijke kwaliteit.

Het ideale kantoor wordt in tijden van hybride werken een werkplek die voor ons zorgt, in plaats van andersom. De kantoorruimte zal in staat zijn om zaken als luchtonzuiverheid, verontreinigende stoffen en allergenen te begrijpen en intelligent genoeg zijn om frisse lucht binnen te laten.

Als een medewerker te lang heeft gezeten of gezondheidsproblemen krijgt, zal de technologie op kantoor dat oppikken, dat oplossen of hem of haar desnoods in contact brengen met zorgapparaten of welzijnsdiensten. Belangrijk hierbij zal zijn dat de diagnostische data, die een goed beeld geven van het algehele welzijn van zowel de werkplek als van (elk van) zijn bewoners, eigendom zijn én blijven van het bedrijf, idealiter zelfs van zijn medewerkers.



Veerkracht

COVID-19 bleek een krik, waardoor de wereld even uit haar evenwicht werd getild, om daarna krachtiger en weerbaarder haar spoor in de geschiedenis verder te volgen. Ondanks de ernstige beperkingen van het onbekende, het onzekere en het zorgwekkende, bood (en biedt) de pandemie mens, markt en maatschappij de kans om veerkracht te toetsen en nieuwe, wendbaardere systemen te beproeven die geschikt zijn voor een transformerende 21e eeuw.

Het aanpassingsvermogen van mensen is verbazingwekkend. Zelfs wanneer een langdurige wurggreep een nieuwe realiteit – een nieuw ‘normaal’ – wordt, ontwikkelen we nieuwe manieren van werken, consumeren en sociaal leven. In de periode van de coronarestricties gingen bedrijven massaal over op thuiswerken, terwijl thuisballingen de weg vonden naar digitale platformen als Teams, Zoom, House Party en ClubHouse om e-perities, clubavonden en gelivestreamde klankbaden te realiseren. Restaurants onderzochten nieuwe exploitatiemodellen. Ze werden dark kitchens en kiosken voor afhaalmaaltijden en on-the-go, en omarmden contactloze maaltijdleveringen.

Psychologen zien stress als een positieve kracht en

COVID-19 bleek een krik, waardoor de wereld even uit haar evenwicht werd getild, om daarna krachtiger en weerbaarder haar spoor in de geschiedenis verder te volgen.

niet per se als iets wat je volledig moet mijden. Als je stress kunt ‘lezen’ als iets wat je veerkrachtiger kan maken, zul je stress heel anders ervaren. Op die manier kun je bijvoorbeeld de angst om in het openbaar te spreken overwinnen, omdat je stress niet langer als een bedreiging maar als een verrijking ziet. Ongemak en (psychosomatisch) lijden worden zo omgezet in catharsis.

Onder Aziatische invloed beginnen stretchoefeningen voor emotionele spieren in het Westen heel wat aandacht te krijgen. Situatietherapie, zoals die van het Amerikaanse Authentic Revolution^(*), trekt duizenden naar hun spelavonden, waar mensen uitgedaagd worden confrontaties met vreemden aan te gaan en persoonlijke kritiek te aanvaarden om zo het

vermogen om ‘terug te veren’ – veerkracht te tonen – te verhogen.

Het Loss of Confidence Project – een onderzoeksproject van het Duitse Max Planck Institute^(*) – heeft als doel het stimuleren van het uiten van verlies aan (zelf)vertrouwen bij het uitoefenen van je job. Eerlijk zijn over zwakheden, mislukkingen of fouten maakt het mogelijk om veerkracht te versterken, de uitdaging vervolgens verder aan te gaan en meer kans te maken om er positief uit te komen. En het Amerikaanse mediaproject Friends With Secrets^(*) werd opgezet om anderen aan te moedigen hun ziel bloot te leggen zonder op medelijden of sympathie te hoeven rekenen. De vrienden publiceren volledige,

ongecensureerde transcripties van teksttherapie als een daad van ‘radicale kwetsbaarheid’.

Het online tonen van gevoelens, angsten en zorgen zal zich verder ontwikkelen naarmate mensen zich er bewuster van worden hoe bevrijdend

Als je stress kunt lezen als iets wat je veerkrachtiger kan maken, zul je stress heel anders ervaren.



en sociaal aanvaardbaarder het is om negatieve gevoelens mee naar de buitenwereld te nemen. Onlineconsultatie en zelfhulpgroepen zijn daarbij een uitstekende eerste (op)stap. En schaamte zal in kracht verminderen als we onze gesprekken met therapeuten en lotgenoten in het openbaar onthullen als handelingen van catharsis en veerkracht.

Weerklank

De crisis heeft het gevoel van wereldwijde verbondenheid aangewakkerd. Tijdens de lockdowns zaten we allemaal in hetzelfde schuitje, deelden we dezelfde angsten, onzekerheden en twijfels en deelden we grappige homevideo's en gifs (coronatainment) via de sociale media. Er werden ook meer brieven geschreven (op papier, met een pen), er werden langere wandelingen gemaakt, er werd meer naar vinylplaten geluisterd en telecombedrijven registreerden langere telefoongesprekken, ook onder jongeren.

Weerklank is de overtreffende trap van zelfverwezenlijking.

De door de toenemende individualisering opgepookte verikking – zoals psychiater Dirk De Wachter^(*) het verwoordt – evolueert na de coronacrisis vermoedelijk terug naar een groter verlangen naar saamhorigheid, identificatie en... resonantie. Waar 'veerkracht' nog staat voor het versterken van de lichamelijke en geestelijke capaciteit van een mens tegen (onverwachte) stressoren en shocks, beschrijft 'weerklank' – of resonantie – de bereidheid en het vermogen om weer ongefilterd, authentiek in contact te komen met de wereld. Om onszelf en onze omgeving weer ten volle waar te nemen. In tijden van lockdowns en social distancing bleek/blijkt dat dit niet zo gemakkelijk was/is, aangezien we moesten leren ons te schikken in iets als een sociaal vacuüm.



Weerklank is de overtreffende trap van zelfverwezenlijking. Alsof je de kruin van de Maslow-piramide naar buiten openvouwt: zelfrealisatie is niet langer het eindpunt van de ego-georiënteerde motivatiehiërarchie, maar het beginpunt van iets veel groters, waar het 'ik' opgaat in een universum van natuur, cultuur en anderen, en daardoor – paradoxaal genoeg – sterker wordt. 'Resonantie is het antwoord op de grote structurele problemen in dit tijdperk van hyperindividualisering, complexiteit en keuzediversiteit,' zo verduidelijkt de Duitse hoogleraar sociologie Hartmut Rosa^(*), 'alsof we collectief enkele passen naar het meer ingetogene, het meer contemplatieve zijn opgeschoven.'

Houdt resonantie ons voldoende 'wakker' om de herschikte prioriteiten vast te houden? Het hangt van eenieders persoonlijkheid af. Maar over het geheel genomen mag je verwachten dat zich een bescheiden en toch belangwekkende verschuiving zal voordoen van een uitbundigere naar een voorzichtigere samenleving, zeker in de eerstvolgende correctiejaren. Van een wat extravertere samenleving, waarin hedonisme, verkenning, variatie en nieuwe ervaringen (fear of missing out) de hoofdrol speelden, naar een wat introvertere, waarin de behoefte aan

geborgenheid, zingeving, bewuster beleven van de omgeving en het zorgvuldig kiezen van sociale contacten de doorslag geeft.

Klankbordbeleid

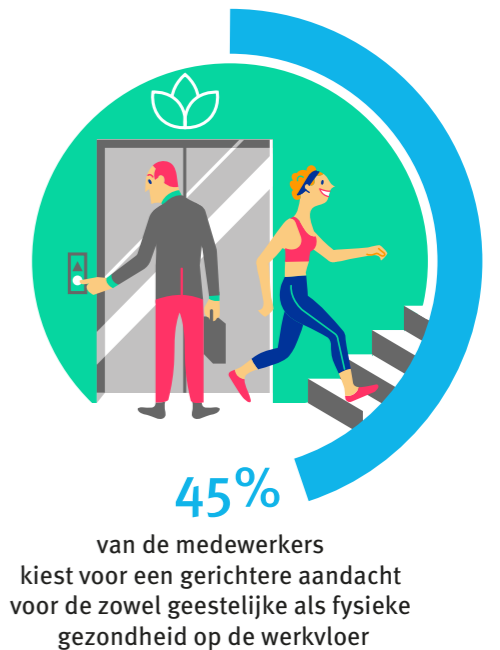
Innovatie, wat voor velen nog verwant is met technologische engineering en digitale vooruitgang, verschuift nu naar op resonantie en saamhorigheid rustende 'sociale innovatie'. Die zoekt antwoorden op vragen als: hoe maken we de zorgsector doeltreffender? Hoe dringen we burn-outs, posttraumatische stress en zinderving onder het personeel terug? Hoe voeren we de strijd op tegen onzekerheden, somberheid en depressies onder jongeren? Maar evengoed: hoe maken we steden of gebouwen slimmer zonder nog meer technologische sluiers? Hoe buigen we kansarmoede om in kansenvolvaart? Hoe verslaan we 'alleenzaamheid' zonder parallelle realiteiten of robotica?...

Het uitgangspunt voor een geloofwaardig en consequent 'klankbordbeleid' van een onderneming is niet langer een visie hebben, maar een visie zijn. Het volstaat niet langer om te anticiperen en in te spelen op maatschappelijke trends. Bedrijven en overheden moeten zichzelf definiëren door zelf authentiek, transparant, sociaal, empathisch en consequent voor eigentijdse en veelal door jonge mensen ontgonnen 'nieuwe' waarden op te komen. Marketeers en HR-managers moeten dus resonantiearchitecten worden die holistische transformatie-ervaringen tot stand weten te brengen. Met een groeiend aantal millennials en generatie Z'ers aan boord van bedrijven, groeit de behoefte aan 'wij', 'delen' en 'coöperatie' – als antidotum tegen waarden als 'ik', 'bezitten' en 'competitie', waaraan vorige generaties zich gerieflijk hebben gelaafd. Hiermee bloeit ook de voedingsbodem voor een eerlijke resonantiecultuur.

Een mooi voorbeeld hiervan is de pioniersrol van autobouwer Volvo^(*) op het gebied van ouderschapsondersteuning voor medewerkers.

Het uitgangspunt voor een geloofwaardig en consequent 'klankbordbeleid' van een onderneming is niet langer een visie hebben, maar een visie zijn.

Vrouwen én mannen krijgen maar liefst zes maanden betaald ouderschapsverlof als ze een kind krijgen of adopteren. Volvo stimuleert dat zelfs. Dat gaat veel verder dan een marketing- of HR-stunt. Verwacht wordt dat organisaties die deze nieuwe verantwoordelijkheid omarmen, in de economie van morgen door hun resonantiebeleid veerkrachtiger uit toekomstige crises tevoorschijn zullen komen.

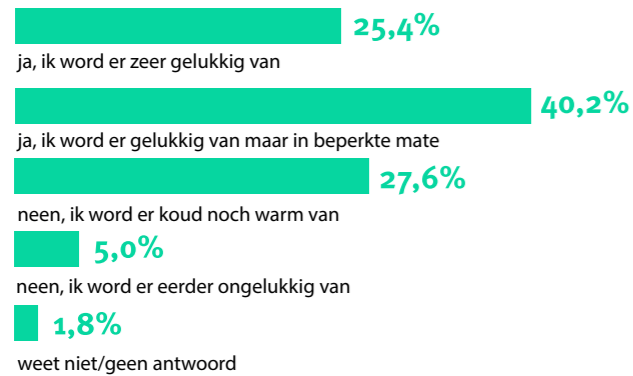




Resultaten enquête

In opdracht van B-Tonic voerde marktonderzoeksbureau Ipsos een enquête uit bij de Belgische bevolking. In totaal werd aan een representatieve steekproef van 1.087 Belgen een tiental vragen gesteld over gezondheid en wellbeing op het werk. Uiteindelijk konden 725 respondenten aangemerkt worden als relevant en dus nuttig voor de studie. De boeiende resultaten van deze enquête brengen we graag overzichtelijk voor je samen.

Word je gelukkig van de vaste locatie van het bedrijf waarvoor je werkt?

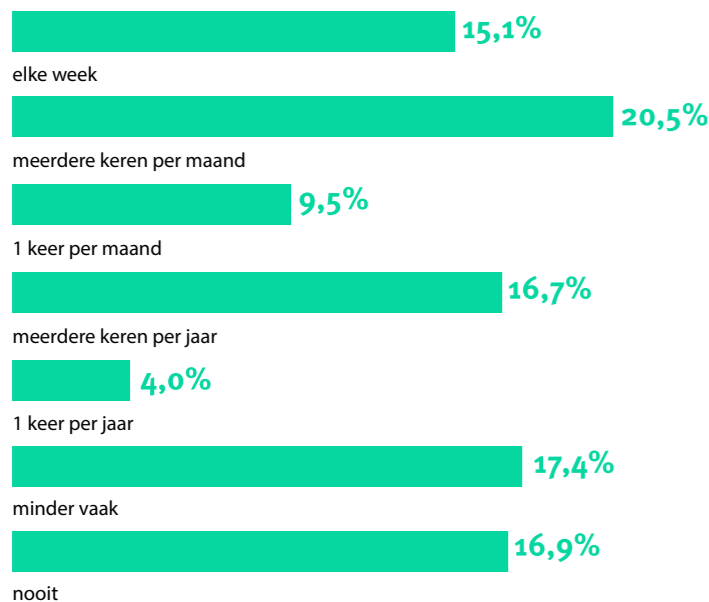


Kans op gelukkigere medewerkers

65,6% van de medewerkers wordt in meer of mindere mate gelukkig van de vaste locatie van zijn of haar bedrijf, zonder relevante verschillen tussen mannen en vrouwen of medewerkers van verschillende leeftijden. De opportuniteit voor meer geluk is onmiddellijk zichtbaar bij de stelling die de hoogste score krijgt: 40,2% zegt 'gelukkig te worden, maar in 'beperkte mate'. Mits een inspanning kan het geluksgevoel van die groep toenemen. Net zo biedt ook de 27,6% die 'noch koud, noch warm wordt' een kans op beter. Slechts 5% zegt ongelukkig te worden.

Bron: IPSOS Belgium – 2021

Heb je wel eens last van gevoelens van onbehagen, stress of angst op de (zondag)avond voor je terug naar het werk gaat?



Eén op drie ervaart op zondagavond meestal werkgerelateerde onrust

Werkgerelateerde stress beperkt zich niet enkel tot de werktijden. 35,6% heeft meerdere keren per maand – tot zelfs elke week – al de avond vóór de werkweek start gevoelens van onbehagen, stress of angst. Vrouwen (40,8%) en Franstalige Belgen (39,3%) hebben significant meer last van zogenaamde 'sunday scaries' dan respectievelijk mannen (31,5%) en Nederlandstalige landgenoten (32,2%). Voor slechts één op zes werkende Belgen is dat gevoel geheel onbestaand.

Bron: IPSOS Belgium – 2021

Als je terugdenkt en vergelijkt met je ervaringen van vóór de lockdowns, welke van de onderstaande handelingen doe je nu op het werk bij je werkgever (op locatie, niet thuis)?



21% van de medewerkers heeft nu meer oog voor de eigen mentale gezondheid

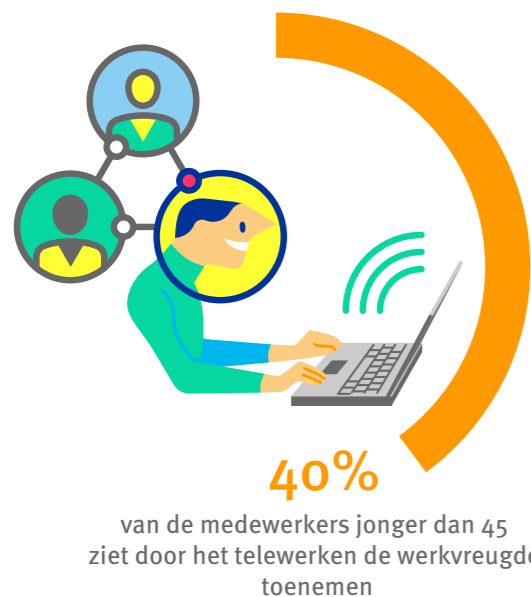


Gezonder na de lockdowns

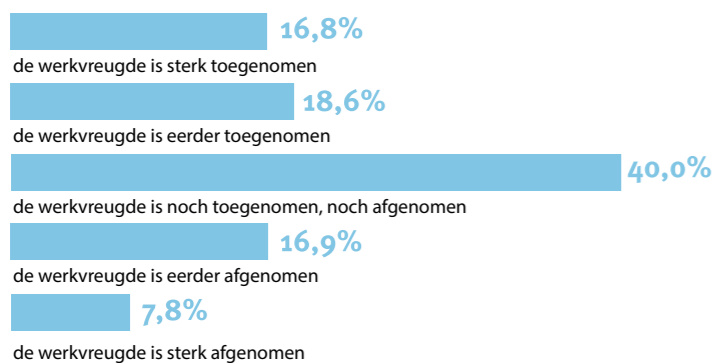
De top drie van deze vraag uit de enquête mag ons doen geloven dat de lockdown voor een kentering zorgt in onze gezondheid op het werk. Medewerkers zeggen meer te bewegen (22,2%), meer oog te hebben voor hun mentale gezondheid (21,4%) en gezonder te eten (19,6%), waarmee beter dan voorheen voldaan wordt aan de basisregels van een goede gezondheid. Pas op de zesde plaats staat een negatief gevolg: slechter slapen (16,2%).

babyboomers hebben opvallend meer oog voor de eigen mentale gezondheid (30,3%), voor gezonder eten (28,5%) en voor minder snel gestrest zijn (22,3%) dan de 35-minners die zichzelf respectievelijk 17,5%, 16,2% en 13,8% scoren.

Bron: IPSOS Belgium – 2021



In welke mate heeft telewerken in 2020 en 2021 invloed gehad op je werkvreugde?



Meer telewerk wordt gesmaakt door 45-minners

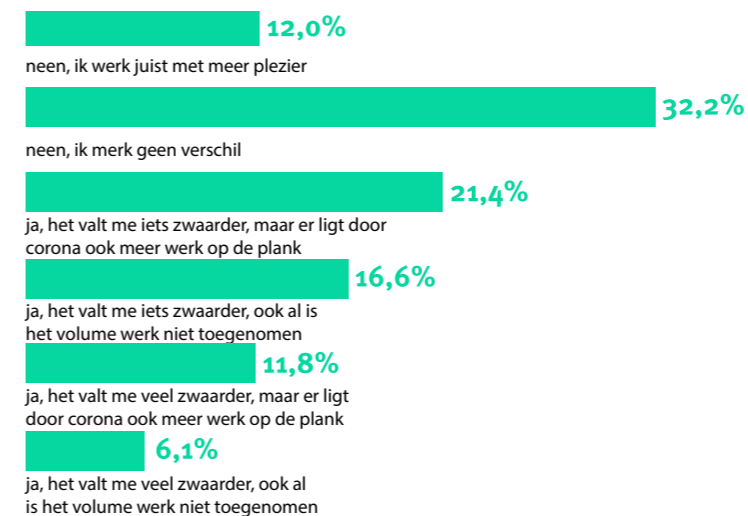
Telewerk mist zijn effect niet. 35,4% voelt de werkvreugde sterk of eerder toenemen door telewerken in coronatijden. Vooral medewerkers jonger dan 45 zien hun werkvreugde toenemen (40%) in vergelijking met 27,7% van de 45-plussers, wat werkgevers een strategische opportuniteit biedt in het vinden en aanwerven van jong talent. Meer telewerk en flexibelere werkuren spreken die generaties aan. Ook hen rekruteren kan op afstand, via sociale media en video.

Wel opgelet. Want 16% van de generatie Z worstelt met hun engagement en passie voor het werk, waarschuwt een Microsoft-studie^(*), ten opzichte van 12% bij de babyboomers. Tijdens meetings slaagt 16% van die jongere medewerkers er niet in om iets te zeggen tijdens onlinemeetings, terwijl slechts 9% van de babyboomers dat probleem ervaart.

Van de totale populatie geeft 40% aan geen verandering te ervaren in werkvreugde. Voor 24,7% neemt de werkvreugde eerder of sterk af. Die resultaten worden bevestigd door een Brits onderzoek over 'working from home' van Hudson Weir^(*) bij 3.500 Britten, waarin de gemiddelde geluksscore 6,6 op 10 bedraagt. IT'ers en techwerkers zijn gelukkiger, met een score van 7 op 10. Aan de andere kant neemt het geluksgevoel door telewerken fors af in beroepen waarin menselijke interactie centraal staat, zoals bij advocaten (4,9 op 10) en bij zorgkundigen (4,3 op 10).

Bron: IPSOS Belgium – 2021

In welke mate ervaar je je werk door de coronacrisis als zwaarder dan voorheen?



COVID-19 maakt werk zwaarder

De coronacrisis heeft een impact op hoe zwaar Belgen hun werk ervaren. Voor 55,9% valt het werk iets of veel zwaarder, waarvan de meerderheid (33,2%) de oorzaak volledig of gedeeltelijk legt bij 'het meer werk op de plank'. Maar nagenoeg een kwart van de bevroegden (22,7%) ervaart het werk thans zwaarder zonder dat het volume werk toenam. Dat brengt duidelijk de emotionele impact van deze pandemie aan de oppervlakte, vooral op de jongeren waarover ook andere studies leren dat deze crisis voor hen een regelrechte welzijns crisis is. 35-minners (28,9%) ervaren het werk door de pandemie zwaarder dan 35-plussers (19%), ook in situaties waarin het volume werk niet is toegenomen.

Bron: IPSOS Belgium – 2021

In welke van de onderstaande stellingen kan je je het beste vinden?

44,5%
Ik zou graag deelnemen aan gezondheids- en welzijnsinitiatieven op het werk, ook als er geen rechtstreekse collega zich hiervoor zou opgeven.

33,9%
Ik zou graag deelnemen ..., maar alleen als ook één of enkele van mijn rechtstreekse collega's zou(de)n meedoen.

21,6%
Ik zou hieraan niet deelnemen. Gezondheids- en welzijnsinitiatieven horen niet op het werk, maar in privékring thuis.

Vraag naar gezondheids- en welzijnsinitiatieven

Het grote merendeel van de werkende Belgen (78,4%) zou graag deelnemen aan gezondheids- en welzijnsinitiatieven op het werk. Voor 33,9% speelt hierbij het sociale aspect – of groepsdruk? - een doorslaggevende rol. Zij stellen als voorwaarde dat een of enkele van hun

rechtstreekse collega's zouden meedoen. Slechts een klein kwart zou niet deelnemen aan initiatieven ter bevordering van hun welzijn en gezondheid. 45-plussers (30,3%) hebben beduidend minder zin in welzijnsinitiatieven op het werk dan jongeren (14,4%). Dat is opvallend omdat net die ouderen met meer gezondheidsklachten geconfronteerd worden.

Niettemin blijft mentaal welzijn op het werk dikwijls de olifant in de kamer. Zo bevestigt Brits onderzoek⁽¹⁾ dat bijna de helft (47%) van de Britse medewerkers zich ongemakkelijk voelt bij het bespreken van hun geestelijke gezondheid op het werk. Het HR-expertisebedrijf MHR leert uit dat onderzoek dat personeelsleden vrezen dat hun carrière in gevaar komt als ze openlijk spreken over hun geestelijke gezondheid. Het gevolg is dat het aantal medewerkers dat om psychologische redenen verlof opnam in 2021 met 16% is gestegen ten opzichte van 2020.

Bron: IPSOS Belgium – 2021

Zet je op je werk wel eens een 'dapper gezicht' op, ofwel een denkbeeldig masker bedoeld om gevoelens van angst, onbehagen en stress te verbergen?

18,6%
neen, dit gebeurt nooit

42,0%
ja, dit gebeurt wel eens, maar niet vaak

30,0%
ja, dit gebeurt vaak

9,5%
ja, dit gebeurt (nagenoeg) altijd

'Brave face' is van iedereen

Liefst 81,4% zet soms tot altijd een 'dapper gezicht' op om gevoelens van angst, onbehagen en stress te verbergen. Opvallend is dat bijna 40% vaak of altijd stoerder rondloopt dan hij of zij zich voelt. Ook hier getuigen de jongeren – generaties Z en Y (46,7%) – vaker een 'brave face' op te zetten dan 45-plussers (27,6%). Gemiddeld bedienen ook vrouwen (45,3%) en Franstalige Belgen (45,5%) zich meer van een denkbeeldig masker.

Bron: IPSOS Belgium – 2021

Welke uitspraken zijn voor jou persoonlijk de 2 meest waardevolle?

44,9%
Meer en gerichtere aandacht besteden aan zowel de geestelijke als de fysieke gezondheid van de medewerkers.

31,5%
Managers trainen in het snel en juist herkennen van de eerste tekenen van stress, burn-out en angst bij hun medewerkers.

27,6%
Geoptimaliseerde werkomgevingen bouwen waarin medewerkers efficiënter en productiever kunnen werken.

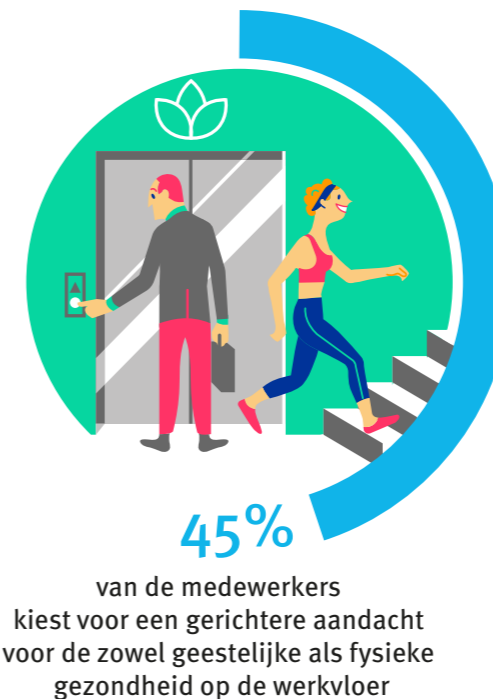
26,9%
Gezellige omgevingen creëren waar medewerkers regelmatig kunnen deelnemen aan open discussies en workshops.

16,1%
De focus verschuiven van wat oudere medewerkers 'niet kunnen' naar wat ze 'wel kunnen'.

12,3%
Technologie inzetten om de handelingen van iedere medewerker te volgen, waardoor fouten en verspilde energie kunnen worden voorkomen.

12,0%
Oudere medewerkers neerzetten als bronnen van verbeelding, wijsheid en ondernemingszin i.p.v. neerzetten als degenen die zich enkel het verleden herinneren.

7,9%
Mensen trainen in de kunst van het converseren en debatteren.



Generatiekloof rond technologie

Als medewerkers mogen aangeven wat ze het meest belangrijk vinden rond welzijn op het werk, kiezen ze voluit voor meer en gerichtere aandacht aan zowel de geestelijke als de fysieke gezondheid van de medewerkers (44,9%). Een derde (31,5%) wil managers laten trainen in het snel en juist herkennen van de eerste tekenen van stress, burn-out en angst bij hun medewerkers. De top drie wordt vervolledigd met de wens voor een geoptimaliseerde werkomgeving waarin medewerkers efficiënter en productiever kunnen werken (27,6%). Opvallend is daarbij dat weinig heil wordt verwacht van technologie (12,3%), al tekent zich hier een duidelijke generatiekloof af. Want geheel in de lijn van de verwachting hechten jongeren (20,5%) meer dan ouderen (5,4%) waarde aan 'het inzetten van technologie om de handelingen van iedere medewerker te volgen, waardoor fouten en verspilde energie kunnen worden voorkomen'. Ook Microsoft ziet hierin – uit onderzoek en uit eigen overtuiging – opportuniteiten om zowel welzijn als productiviteit te doen toenemen bij het binnenstappen van de telewerkt toekomst.

45-plussers geloven meer in zichzelf dan in de 'technologische horror'. Ze willen zichzelf meer inzetten als bronnen van verbeelding, wijsheid en ondernemingszin, en vinden dat de focus gelegd moet worden op wat ze wel kunnen (resp. 16,8% en 24,9% vs. 8,6% en 9,8% bij twintigers en dertigers).

Bron: IPSOS Belgium – 2021



Strategische kans voor je bedrijfscultuur

- ▷ Tekort gezondheidswerkers
- ▷ Synchronised care

Strategische kans voor je bedrijfscultuur

De pandemie heeft vragen over geestelijke gezondheid in de publieke belangstelling gebracht, waarbij gezondheid en welzijn een hogere prioriteit verwerven op de werkplek. Wel worden bedrijven die nieuwe initiatieven en wellnessvoordelen willen introduceren, aangeraden om rekening te houden met de nieuwe uitdagingen waarmee de werkplek tegenwoordig te maken heeft. Bedrijven moeten welzijnsinstrumenten in hun dagelijkse activiteiten integreren om de verschillende behoeften van medewerkers te ondersteunen.

Overweeg bijvoorbeeld om samen te werken met gezondheidswerkers en welzijnscoaches om een externe kijk te krijgen op hoe je teams het best kunnen worden ondersteund. Huur een consultant op het gebied van geestelijke gezondheid in. Experimenteer met flexibele werktijden en langdurig werken op afstand. Bied kantooromgevingen aan die het gevoel van veerkracht versterken. Dat alles biedt een strategische kans om je positieve bedrijfscultuur te behouden.

Dit maakt dat gezondheid in de komende jaren meer afhankelijk zal worden van de sociale systemen die mensen om zich heen hebben, zoals bijv. hun werkomgeving.

Synchronised care

De spirituele, mentale, fysieke én ecologische aspecten van gezondheid worden steeds natuurlijker als één geheel beschouwd. Ze relateren met elkaar. De Ipsos-studie toont aan dat medewerkers als vanzelf hun welzijn zien toenemen als die vier aspecten met elkaar relateren. Ze zoeken beweging op het werk, humor met collega's aan de koffieautomaat, gezond eten in de kantine ... en ze staan open voor initiatieven van hun werkgever rond welzijn en gezondheid. Persoonlijke groei is niet langer synoniem voor 'de carrièreladder opklimmen'. Het wordt steeds meer gezien door de lens van preventieve zorg en planetaire gezondheid, omdat mensen graag daden stellen die ook systemische problemen oplossen. Dat zien we ook bij duurzaamheid, waar het gaat over de milieu-impact én de ethische, sociale en menselijke impact.

Zelfzorg zoals we die kennen is aan het veranderen. COVID-19 heeft ons geleerd dat we allemaal verbonden zijn en dat voor onszelf zorgen een manier is om voor onze familie, vrienden en gemeenschap te zorgen. Daarom krijgt 'zelfzorg' een nieuwe rol, op zowel individueel als collectief niveau, en zou 'gesynchroniseerde zorg' een meer gepaste term zijn.

De pandemie heeft een licht geworpen op de publieke gezondheidszorg en heeft mensen aangepord nieuwe aspecten van hun fysieke en mentale gezondheid in eigen hand te nemen. In heel Europa is 65% van de mensen nu meer geneigd om bij de dagelijkse handelingen en beslissingen meer rekening te houden met hun gezondheid (bron: GSK^(*)).

Terwijl we ons aanpassen aan veranderende prioriteiten en het leven na de lockdowns, zijn velen gericht op het behouden van de controle over hun fysieke, mentale en emotionele gezondheid.

De pandemie heeft mensen aangepord om hun fysieke en mentale gezondheid in eigen handen te nemen.

Tekort gezondheidswerkers

Wanneer ziekenhuizen, verzorgingsinstellingen en zorgorganisaties smeken om meer personeel en huisartsen, psychologen en psychiaters een patiëntenstop invoeren, loopt ook op wereldniveau het tekort aan mensen die in de zorg willen werken op. Tegen 2025 à 2030 voorziet de Wereldgezondheidsorganisatie^(*) een wereldwijd tekort van 18 miljoen gezondheidswerkers. Dit maakt dat gezondheid in de komende jaren meer afhankelijk zal worden van de sociale systemen die mensen om zich heen hebben, zoals o.m. hun werkomgeving. Die verschuiving zal sociaal welzijn, co-healing en gedecentraliseerde of gemeenschapsgerichte systemen verankeren in de toekomst van de zorg. De planetaire gezondheid – de natuur – maakt hier een integraal deel van uit. Milieupsychologen twijfelen er alvast niet aan dat milieuwelzijn even belangrijk zal worden als persoonlijk welzijn.

Bronnen

- Voor de samenstelling van dit trendrapport werd gebruik gemaakt van nationale en internationale studies, naslagwerken, expertanalyses en relevant geachte (praktische/inspirerende) voorbeelden.
- In de broodtekst verwijzen asterisken (*) naar de hieronder vermelde, alfabetisch gerangschikte bronnen.
- Accenture (2020). Fjord Trends 2021: Mapping Out The New Territory.
- Ambius (2018). Ambius Office Workers Survey, 2018. (research paper)
- American Psychological association (USA). www.APA.org
- Antwerp Management School – Kathleen Vangronsveld & Ans De Vos (2021). Impact COVID-19 Op Menselijk Kapitaal In Organisaties. (white paper)
- Authentic Revolution (USA). www.authrev.org
- Billie Cup (België). <https://billiecup.be>
- BNIX (België). <https://bnix.net>
- Bond Beter Leefmilieu (België). www.bondbeterleefmilieu.be
- byHumankind (USA). <https://byhumankind.com>
- Caveday (USA). www.caveday.org
- Delos (2021). How To Bring Nature Indoors To Improve Mental Health. (blogpost)
- deVere Group (Zwitserland). www.devere-group.com
- De Wachter, Dirk (2019). De Kunst Van Het Ongelukkig Zijn. (uitgeverij Lannoo Campus)
- Euromonitor (2020). Trends Shaping The Future Of The Food And Nutrition Industry. (white paper)
- Ford Automotive Corporate (2020). Further With Ford 2021: Minding The Gap.
- Friends With Secrets (USA). <https://alfalstudio.com>
- Gallup Poll Social Series (2021). LGBT Self Identification Poll USA, 2021. (survey)
- Garden Gourmet (België). www.gardengourmet.be
- GG-loop (Nederland). <https://gg-loop.com>
- GSK Consumer Healthcare (2020). The Impact Of The Covid-19 Pandemic On People's Behaviour And Attitudes. (survey)
- Haworth (2019). Why We Can't Focus At Work. (white paper)
- Harvard School of Public Health – Joseph G. Allen (2018/2020). Healthy Buildings. (uitgeverij Harvard University Press)
- Hudson Weir (2021). Working From Home Happiness Index. (www.hudsonweir.co.uk/blog)
- International Well Building Institute (USA). www.wellcertified.com
- Kantar (2020). Who Cares, Who Does? Attitudes And Actions Towards Living Sustainably And Reducing Waste.
- Katholieke Universiteit Leuven (2021). Hoe Gaan Werkgevers Om Met De Coronacrisis? (research paper)
- Konings, Herman (2021). Gap The Mind: De Impact Van Mind-blowing Gebeurtenissen Op Mens, Markt en Maatschappij. (uitgeverij Lannoo)
- Lime Insurance (2021). Keeping Up Appearances: How Pleas-anteism Is Eroding Resilience.
- Logic Magazine (USA). <https://logicmag.io>
- Max Planck Gesellschaft (Duitsland). www.mpg.de
- MHR Global (2021). Understanding And Building Workforce Resilience. (research paper)
- Microsoft (2021). 2021 Work Trend Index: The Next Great Disruption Is Hybrid Work – Are we Ready?
- Morrama (GB). www.morrama.com
- NordVPN Teams (Panama). www.nordvpn.com
- Plastic Bank (Canada). <https://plasticbank.com>
- ProVeg International (International). www.proveg.com
- Qualtrics (2020). The Pandemic And Employee Experience. (research paper)
- Rosa, Hartmut (2019). Resonance: A Sociology Of Our Relationship To The World. (uitgeverij Wiley)
- Saxo Bank International (2020). Outrageous Predictions 2021.
- Seyfried, Monika (Denemarken). <https://monikaseyfried.com>
- Steelcase (2017). 360° Steelcase Global Report: Engagement And the Global Workplace.
- Taleb, Nassim Nicholas (2012). Antifragile: How To Live In A World We Don't Understand. (uitgeverij Allen Lane)
- The Future Laboratory (2019). Resilience Culture. (LSN report)
- The Future Laboratory (2020). Recuperative Living. (LSN report)
- Universiteit Gent (2021). Driemaandelijks Geluksonderzoek. (<https://geluk.ugent.be>)
- University College London/Psychiatry (2016). Does Cannabis Really Lower Your IQ? (research paper)
- University of Durham (2016). Rest And Wellbeing Survey, 2016. (research paper)
- Vrije Universiteit Brussel/Ergonomie – Veerle Hermans (2020). Happy Office: In 10 Stappen Naar Een Ideale Werkomgeving. (uitgeverij Lannoo Campus)
- World Health Organisation (2021). WHO Report On The Global Tobacco Epidemic 2021: Addressing New And Emerging Products. (research paper)
- Zukunftsinstitut (2017). Resonanz-Tourismus.
- Zukunftsinstitut (2020). Wirtschaft Nach Corona.
- Zukunftsinstitut (2021). Health Report 2022.

Bedankt!

Beste lezer, hopelijk heb je evenveel genoten en geleerd van dit trendrapport als wij van het te schrijven. Het is duidelijk dat de pandemie het besef van het belang van welzijn op het werk in een stroomversnelling heeft gebracht. Bij B-Tonic is het onze missie om bedrijven en organisaties te helpen bij het optimaliseren en doen groeien van werkbaar werk. Benieuwd hoe we dat juist doen? **Neem gerust een kijkje op wellbeingworks.be.**

Methodologie

Steekproefsamenstelling representatief voor de met collega's samenwerkende Belgen Tussen vrijdag 5 november en maandag 8 november 2021 hebben 1.087 Belgen tussen 16 en 70 jaar oud de vragenlijst op correcte wijze online ingevuld. Marktonderzoeksbureau IPSOS Belgium – die de ondervraging in opdracht van B-Tonic, een dochteronderneming van Baloise Insurance uitvoerde – selecteerde deze respondenten op gestratificeerd-gerandomiseerde wijze. Van die 1.087 respondenten werden studenten, gepensioneerden, (andere) langdurig werklozen en werkenden die (nagenoeg) uitsluitend in de openlucht of in een voertuig opereren, als 'ondoelmatig' uit de steekproef geweerd. Uiteindelijk konden 725 respondenten als 'relevant en nuttig' voor de 'wellbeing at work'-studie worden weerhouden. De definitieve, doelmatige steekproef mag als representatief voor 'intra muros werkend België' worden beschouwd, ofwel voor iedereen die zich regelmatig naar kantoor, magazijn of werkplaats begeeft.

Colofon

Trendrapport

© 2021, **B-Tonic**

Research en redactie: Herman Konings

Met de waardevolle medewerking van Ipsos

Publicatieverantwoordelijke: Siviglia Berto

Vormgeving: perlagrafica

Illustraties: Peter Willems (Vec-star)

Fotocredits: stocksy, Istock en Shutterstock

Verantwoordelijke uitgever: Siviglia Berto, Managing Director **B-Tonic**.

Posthofbrug 16, 2600 Berchem, België - Publicatiedatum: december 2021

Cette publication est également disponible en français.

Niets uit dit trendrapport mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, elektronische drager of op welke wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de publicatieverantwoordelijke.

Tel. +32(0)32472888
info@b-tonic.be
www.wellbeingworks.be
www.b-tonic.be

