

Wel op de zaak maar afwezig

door Joost van Velzen

AMSTERDAM - Vanuit het bedrijfsleven gaan steeds meer stemmen op voor langere werkweken. Dat moet de productiviteit verhogen. Maar de eerste valkuil dient zich al aan: Het fenomeen 'mentaal verzuim'.

„Wel op de zaak zijn, maar niet met de zaak bezig zijn." Zo omschrijft 'organisatievitalisator' Hans Visser het verschijnsel mentaal verzuim. Met zijn bedrijf United Sense houdt Visser zich op verzoek van zijn opdrachtgevers bezig met het vaststellen en oplossen -het 'revitaliseren'- van het probleem, dat volgens zijn berekeningen enorme financiële gevolgen heeft voor het bedrijfsleven. Het veelvuldig staren naar een computerscherm of het al te lang leunen tegen het koffiezet automaat kan een organisatie van 1800 medewerkers volgens United Sense jaarlijks tientallen miljoenen euro's kosten. „De tijd die niet productief wordt besteed, kan soms oplopen tot wel 40 procent. Vooral bij reorganisaties waar alleen het management het nut van inziet."

Maar hoe ontstaat mentaal verzuim eigenlijk? Visser denkt dat veel werknemers snel worden verleid tot 'niks doen' en gedemotiveerd raken doordat ze zich in omstandigheden bevinden waar ze geen macht over hebben. „Er worden constant veranderingen doorgevoerd in een bedrijf. Als werknemers niet het gevoel hebben dat ze daar invloed op hebben, ontstaat er een soort 'stil verzet'. Men houdt bijvoorbeeld goede ideeën voor zich."

Voor Visser is het nauwelijks voorstelbaar dat het invoeren van een langere werkweek, een positieve invloed heeft op de barometer van het mentale verzuim: „Als werknemers langer moeten werken, worden er te grote aanslagen op de menselijke energie gepleegd. Je zult zien dat het ziekteverzuim en het percentage uitvallers dan op termijn zal stijgen."

Mentaal verzuim is volgens Visser goed te bestrijden. Er zijn tal van patronen die er weliswaar langzaam zijn ingeslopen, maar er volgens hem ook weer vrij snel zijn uit te krijgen. „Je kunt in twee maanden al veel veranderen, want het zit vaak in de kleine dingen."

Als voorbeeld noemt Visser de personeelsadvertenties, waarin bedrijven zichzelf aanprijzen als 'transparant' en als de 'ideale plek' waar je je kunt ontwikkelen. „Dat moet je als bedrijf wel waar kunnen maken. Blijk je daarin niet betrouwbaar, dan stel je medewerkers al direct teleur en is het klimaat voor mentaal verzuim geschapen."