

GERT GIJBELS & ELKE STRUYS



ZELFZORG VOOR ONDERNEMERS

PRAKTISCHE LIFE HACKS, EENVOUDIGE
ZELF-REFLECTIE EN INSPIRERENDE VERHALEN



Lannoo
Campus

D/2023/45/314 – ISBN 978 94 014 9641 4 – NUR 800

COVERONTWERP Gert Degrande | De Witlofcompagnie

COVERILLUSTRATIE Joost van Lierop

INTERIOR LAYOUT Bananas.net

© Gert Gijbels, Elke Struys & Uitgeverij Lannoo nv, Tiel, 2023.

Uitgeverij LannooCampus maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij, de boeken- en multimediadivisie van Uitgeverij Lannoo nv.

Alle rechten voorbehouden.

Niets van deze uitgave mag verveelvoudigd worden en/of openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie, microfilm, of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Uitgeverij LannooCampus

Vaartkom 41 bus 01.02

3000 Leuven

België

www.lannoocampus.com

Postbus 23202

1100 DS Amsterdam

Nederland

Happiness is the meaning and
the purpose of life,
the whole aim and
end of human existence.

Aristoteles

INHOUD

Ruimte vinden in de ratrace	9
Hoe gebruik je dit boek?	11
1 MIJN PURPOSE	13
Op weg – jouw purpose	15
Know what makes you tick	16
Jouw purpose en die van je onderneming	17
Over succes	24
Purpose versus doelen	34
Als je vijftien minuten tijd hebt ...	38
2 SUPERPOWERS	41
Power on!	43
De superpowers van succesvolle ondernemers	44
Laat je superkrachten tot hun recht komen	61
Sterktes en welzijn	63
Over flow en in the zone zijn	68
Angst?	74
Fouten maken is a-oké	75
Als je vijftien minuten tijd hebt ...	77
3 DE ONDERNEMERSLEAGUE	79
Every superhero needs a sidekick	81
Ondernemers zijn sociale wezens	82
Ondernemers leven niet op een eiland	85
It's lonely at the top	86
Betekenisvolle relaties op het werk	91
Drie soorten netwerken die je welzijn als ondernemer bevorderen	92
Verdiep je relaties	105
Authentiek blijven als ondernemer	109
Als je vijftien minuten tijd hebt ...	111

4	KRACHPANTSER	113
	Je gezondheid? Je grootste asset!	115
	De impact van stress	117
	Lichaam en geest, niet van elkaar los te denken	119
	De invloed van lichaam op geest en omgekeerd	122
	Aan het werk	126
	Als je vijftien minuten tijd hebt ...	144
5	VAN ROUTINE TOT HELDENDADEN	147
	Make it happen	149
	Hoe we denken en keuzes maken	154
	Verander je gedrag	160
	Als je vijftien minuten tijd hebt ...	179
6	WELPRENEUR CASE	181
	‘Ik wil niet dat mijn leven alleen om werk draait’	182
	‘Zelfzorg is belangrijk. Ook voor ondernemers’	184
	Slotwoord	189
	Dankwoord	192
	Canvas	194
	Leeslijst	196
	Bronnenlijst	197

The quieter you become
the more you are able
to hear.

Rumi
Persische dichter

RUIMTE VINDEN IN DE RATRACE

Toen we onlangs onverwacht bezoek kregen, lag onze werkruimte er bij als een slagveld. Overal aantekeningen, prints en schetsen. Van dit boek, voor dit boek. We kregen de vraag: ‘Waar vinden jullie nog de tijd om te schrijven? Waarom ga je zo’n *engagement* aan als je al zo weinig tijd hebt?’

Het antwoord is simpel: persoonlijk welzijn is iets dat ons heel erg bezighoudt. We zijn geen superhelden, met buitenaardse krachten. Nee, we doen wat we doen omdat we doorzetters zijn, koppigaards met zin voor perfectie, visionairs met zin voor risico. Als we ergens iets in beweging kunnen zetten of een steen verleggen, dan willen we dat proberen. Het geeft ons energie om verschil te kunnen maken.

Ondernemerschap heeft zijn eigen valkuilen. Waar ook wij af en toe nog in tuimelen en daarna snel weer doorzetten. Want ons bedrijf moet blijven draaien, toch? We zoeken naar de witte raaf om een cruciale vacature in te vullen, proberen te besparen waar we kunnen als marges onder druk komen, we zorgen met hart en ziel voor onze onderneming, onze medewerkers, onze klanten... maar zorgen we ook genoeg voor onszelf? Nee. Wij – en ook andere ondernemers die we kennen – waren daar helemaal niet mee bezig. Hoewel het essentieel is.

Ondernemen is geen sprint, maar een marathon. Misschien heb je dat goedbedoelde advies ook al wel gekregen. Af en toe moet je je inhouden om te kunnen volhouden. We weten het. Maar toch ... we willen die ene grote klant koste wat kost binnenhalen en daarna ook nog goed werk afleveren bij hem. We willen een nieuwe kapitaalronde met succes afronden en goede cijfers blijven voorleggen. We willen na de Nederlandse markt ook de Franse markt veroveren. Ondernemers blijven vaak doorgaan, lopen verschillende sprints tegelijkertijd. Dat deden wij ook. We namen geen tijd om te recupereren tussendoor. En alle balletjes in de lucht blijven houden – ook thuis – werd moeilijker en moeilijker.

Als ondernemers hechten we erg veel belang aan wat we kunnen meten, aan wat omzet of winst genereert en willen we dat onze onderneming het goed doet. Maar we moeten ook tijd maken voor reflectie en onderzoeken wat ons rust brengt en opnieuw onze batterijen oplaadt. We moeten durven kwetsbaar zijn en af en toe ons kompas bijstellen. Veel van wat we doen, gebeurt onbewust of automatisch. We staan niet altijd genoeg stil bij de gevolgen op lange termijn, want het is het vooral onmiddellijke resultaat dat zichtbaar is en telt. In de drukte van alledag zijn we niet alleen de tijd voor reflectie verloren, maar misschien verwaterde ook onze drive, onze integriteit, onze passie.

En toch. In de ratrace van het ondernemen kunnen we allemaal wat meer tijd en ruimte gebruiken om onszelf af en toe eenvoudige maar belangrijke vragen te stellen: Waarom doe ik het allemaal? Waarin geloof ik? Hoe maak ik verschil? Wat geeft me voldoening? Zonder te weten wat ons echt drijft, laten we ons leiden door andere en sterkere stemmen en opinies of beter geformuleerde ambities. Zelfs als die stemmen onze eigen fysieke en mentale gezondheid tekort doen. Daarom moeten we onze superpowers leren kennen. Want zonder een goede kennis van die krachten is het voor ons als ondernemende superhelden niet duidelijk hoe we echt verschil kunnen maken.

Op basis van de meest recente onderzoeken over geluk en welzijn keken wij – als ondernemers en met de ondernemers van vandaag – naar morgen. We stelden de vraag: Hoe kan zelfzorg werken als een sleutel van duurzaam geluk en succes, voor zowel ondernemers als hun onderneming? Want wij geloven rotsvast dat welzijn en ondernemerschap hand in hand gaan. Welkom aan de *welpreneur*!

HOE GEBRUIK JE DIT BOEK?

Dit boek ondersteunt je in je bewustwording van wat je drijft. Het belicht *good practices* van startende en gevestigde ondernemers en haalt voorbeelden aan die volgens ons relevant en belangrijk zijn om op een duurzame manier te ondernemen. We ontcrachten mythes en reiken je oefeningen aan die je helpen om te reflecteren – over jezelf en over het ondernemerschap. We helpen je de zaken door een andere bril te bekijken, beter te begrijpen en bewuste keuzes te maken. Keuzes die alleen jij kunt maken. Gebaseerd op de antwoorden die al in je zitten, maar er nog niet uitgekomen zijn.

Dit boek is niet bedoeld om in een ruk uit te lezen. Het is een gids, die je kunt raadplegen op het moment dat jij dat wilt. Elk hoofdstuk staat op zichzelf en behandelt een essentieel onderdeel van zelfzorg. Het biedt inzichten, inspiratie en praktische tips die je direct kunt toepassen in je ondernemersreis.

Wat dit boek bijzonder maakt, is de manier waarop we elk hoofdstuk vormgegeven hebben. Verwacht geen droge theorie of onderzoeksverslagen. We kozen bewust voor de kracht van verhalen, van echte ondernemers – zoals jij – waarin plaats is voor uitdagingen, overwinningen en lessen. Deze ondernemersverhalen geven kleur en diepte aan elk hoofdstuk. Ze zijn de kledingstukken die we aan de kapstok van de concepten en onderzoeken hangen. Ze dienen als inspiratiebronnen en wegwijzers: je zult merken dat je niet alleen staat in je reis als ondernemer en dat er veel te leren en te delen valt.

Naast de verhalen ontwikkelden we persoonlijke oefeningen voor jou, speciaal ontworpen om je te helpen de concepten en inzichten die in het boek aan bod komen, in de praktijk te brengen. Je hebt de ruimte om ze toe te passen in jouw eigen concrete situatie en je eigen reflecties en inzichten vast te leggen.

Dit boek is bedoeld als een levenslange *compagnon de route*. We geloven dat ondernemerschap en persoonlijk welzijn hand in hand moeten gaan. Succes is niet alleen een kwestie van groei, maar ook van een diepgaand gevoel van zin, gezonde vertrouwensrelaties, het benutten van je superkrachten, het cultiveren van gezonde levensstijl en het creëren van positieve gewoonten. In dit boek nemen we je mee door vijf essentiële hoofdstukken die de fundamenten vormen voor een *welpreneur*. We wensen je veel leer- en leesplezier.



1

MIJN PURPOSE

Working hard for something
we do not care about
is called stress,
working hard for something
we love
is called passion.

Simon Sinek

OP WEG – JOUW PURPOSE

Elke superheld heeft een verhaal. Een drijfveer die hen aanzet tot actie, een diepgewortelde zingeving, een sterke intentie en een onwrikbaar richtpunt. Een *purpose*. Die hoeft niet eens benoemd te worden, ze ligt als een bijna onzichtbaar laagje over alles wat zo'n superheld doet. Neem Superman – de superheld der superhelden en een bron van inspiratie. Ook voor ondernemers.

Clark Kent – je weet wel, de man in maatpak en met brillette – werd geboren op de stervende planeet Krypton. Zijn ouders stuurden hem naar de aarde, in de hoop op een beter leven. Hij kwam er terecht bij Martha en Jonathan Kent en groeide op onder de zon van Kansas. Maar Clark bleek geen gewone jongen. Nee, hij bezat superkrachten – die hij dankzij de opvoeding van zijn adoptieouders inzette om goed te doen. Het werd zijn persoonlijke missie om anderen te helpen, de aarde en haar bewoners te beschermen. Clarks *purpose*: zijn superkrachten inzetten voor het grotere goed, om een verschil te maken.

Hoe hij wist wat het goede was? Dat leerde hij van zijn ouders. Van de waarden die zij hem hadden bijgebracht: eerlijkheid, rechtvaardigheid, compassie en moed. Die waarden stuurden alles wat Clark – Superman – deed. Alle acties die Superman ondernam, toetste hij bewust of onbewust af aan zijn *purpose*, zijn *why*.

Ook voor ondernemers is die zingeving – of *why of purpose* – de belangrijkste drijfveer. Ze is de drijvende kracht achter alles wat we doen. En aan de basis daarvan ligt een set van waarden die ons begeleiden, die ons helpen bij het navigeren op onze weg. Als het verhaal van Superman ons iets leert, is het wel dat we een duidelijke *purpose* nodig hebben om ons in de juiste richting te leiden. En dat als we die juiste richting volgen, we effectief verschil kunnen maken in de wereld.

Dat gaat verder dan geld verdienen. Je *purpose* is tegelijkertijd een richtingaanwijzer die je helpt om blijvende impact te maken én een schild, dat beschermt tegen twijfel, stress en tegenspoed. Het zorgt voor focus, voor vastberadenheid en voor doorzettingsvermogen. Zelfs als de weg hobbelig wordt.

KNOW WHAT MAKES YOU TICK

In 2009 werd er een TEDx-bijeenkomst in een onbekende zaal in Puget Sound gehouden met iets meer dan honderd aanwezigen. De eerste spreker van de avond was Simon Sinek. Een – toen nog – onbekende voormalige rechtenstudent die zich had toegelegd op marketing.

Hij tekende drie concentrische cirkels op het whiteboard dat naast hem stond. En in het midden schreef hij in grote, vette letters ‘WHY?’ En hij vertelde: ‘Mensen kopen niet wat je doet. Ze kopen waarom je iets doet.’ Het was muisstil in de zaal, iedereen luisterde geboeid naar wat Simon te vertellen had. Hij had een punt. Een heel goed punt, zelfs. ‘Start with Why’ werd de op twee na meest beken TED-talk en inspireert elke dag nog duizenden ondernemers.

Ondernemen trekt aan. Het beeld van de ideale ondernemer die op een authentieke manier zijn passie verkoopt, fascineert en inspireert. Maar het is een droombeeld – of in ieder geval toch geen volledig juiste weergave van de realiteit die ondernemen is. De uitdagingen zijn groot. En ook op die momenten moet je als ondernemer nog de fijne kant van ondernemen blijven zien. Daarom moet je ondernemerschap kloppen met jouw *purpose* in het leven. Soms kom je er pas na jaren achter waar jouw *purpose* echt ligt.

Die *purpose* of persoonlijke missie is het *waarom* achter wat je doet. Het is de zingeving en de brede, overkoepelende reden van je bestaan. Zowel van jezelf als van je onderneming. Een *purpose* geeft je richting, betekenis en vervulling en is gebaseerd op de waarden die je belangrijk vindt en het verschil dat

je in de wereld wilt maken. Het is méér dan een doel, dat daarentegen specifiek, meetbaar en tijdgebonden is. Doelen zijn tastbare stappen of mijlpalen, die je op korte of middellange termijn wilt bereiken. Ze helpen je wel vooruitgang te boeken – maar passen altijd binnen het kader van je *purpose*.

Wij zijn er heilig van overtuigd dat je kunt starten met een bedrijf – en succesvol kunt worden – als je een duidelijke *purpose* of *why* voor ogen hebt. Ondernemen vergt moed en doorzettingsvermogen. En als je heel helder hebt waarom je het doet, zal dat je door slapeloze nachten heen helpen en je de kracht geven om door te gaan. Ook als het moeilijk wordt. Het gaat niet over geld, succes, je eigen baas zijn of kiezen waar en wanneer je werkt. Het doel van ondernemen is iets creëren dat groter is dan jezelf, waarmee je impact kunt maken.

JOUW PURPOSE EN DIE VAN JE ONDERNEMING

Er is een verschil tussen de *purpose* die je hebt als mens en de *purpose* van je onderneming. En toch ... er zijn heel wat ondernemers die een bedrijf starten zonder dat hun *purpose*, hun *waarom* duidelijk is. Ze kunnen wel uitleggen wat ze doen en hoe ze het aanpakken. Maar als je hen vraagt waarom ze ondernemen, wordt het stil. Toch liggen je eigen waarden en ervaringen aan de basis van alles wat je doet. Denk aan Superman, die vanuit de waarden die zijn ouders hem meegaven – eerlijkheid, rechtvaardigheid, compassie en moed – actie ondernam. Pas als je weet én begrijpt wat voor jou belangrijk is, kun je ook als ondernemer verschil maken.

Intuïtie vs purpose

Je hebt waarschijnlijk al wel eens een moment gehad dat je voelde dat iemand niet te vertrouwen was of dat er iets niet klopte. Niet omdat je dat logisch kon verklaren, maar omdat het niet goed voelde. Dat gevoel is je intuïtie.

In het Westen wordt ons vaak afgeleerd om naar die stem te luisteren, want de ratio primeert. Maar toch kan die intuïtie je helpen bij het nemen van belangrijke beslissingen, omdat die onbewust rekening houdt met wat jij belangrijk vindt in het leven.

Je *purpose* en intuïtie zijn met elkaar verbonden, hoewel het eerste vooral bewuste keuzes stuurt en het tweede vooral onbewust werkt. Je intuïtie kan je helpen om drijfveren, dromen en een *purpose* te identificeren die passen bij wat jij belangrijk vindt in het leven.

De persoonlijke *purpose* van een ondernemer ligt vaak in eenzelfde lijn als de doelen van zijn onderneming. Om echt een drijfveer te zijn en richting te geven, moet de *why* voldoen aan drie voorwaarden:



INTRINSIEK

Een *purpose* hangt samen met onderwerpen die je intrinsiek interesseren, waarvoor je een passie voelt. Een *purpose* past bij wat je wilt nastreven in je leven en hoe je jezelf ziet.



AUTHENTIEK

Misschien ben je leerkracht, maar wil je liever een eigen bedrijf oprichten. Heb je te veel naar anderen geluisterd en je eigen droom laten vervangen door de droom die iemand anders je heeft opgelegd? Of een doel authentiek is, weet alleen jij. Het is individueel en zeer persoonlijk en kan niet worden opgelegd of georganiseerd.



ENERGIEK

Is je *purpose* vrij gekozen of voelt het als een opdracht? Een zelfgekozen doel voelt moeiteloos. Dat doel nastreven is niet altijd rozengeur en maneschijn, maar de overkoepelende ervaring is wel positief.

figuur 1: toets jouw *purpose* aan deze drie voorwaarden

Jaap Korteweg is als founder van De Vegetarische Slager het levende bewijs dat je met een duidelijke *purpose* verschil kunt maken. Zijn *why* is nochtans redelijk ongebruikelijk: een vleesliefhebber die een onderneming opbouwt met als *purpose* mensen op een meer duurzame manier vlees te laten eten.

Want als boerenzoon was vlees lang een onderdeel van zijn dagelijks leven. Tot er door mond-en-klauwzeer duizenden gezonde dieren moesten worden afgemaakt en Jaap begon na te denken over de negatieve impact en de kosten van de industriële vleesproductie.

Jaap werd zelf vegetariër. Maar hij voelde dat anderen overtuigen om te stoppen met vlees eten, moeilijk was. En een te grote stap voor veel mensen. Dus ging hij op zoek naar een alternatief voor vlees dat even smaakvol was als *the real stuff*. Zijn *purpose* werd duidelijk: vlees nabootsen met plantaardige ingrediënten.

Als *vleesvernieuwer* helpen Jaap en De Vegetarische Slager de stap naar een duurzamer en meer plantaardig dieet kleiner te maken. Met succes, want De Vegetarische Slager is een wereldwijde pionier op het gebied van plantaardige vleesproducten.

Het verhaal van Jaap Korteweg is inspirerend. Vanuit zijn eigen waarden en ervaringen – zijn eigen *why* – richtte hij een onderneming op met een duidelijke *purpose*, die voor baanbrekende innovaties zorgde en nu wereldwijd verschil maakt. Succes is dus niet alleen een kwestie van doelen bereiken, maar ook een onderliggende *purpose* om impact te willen maken. Als je duidelijk weet *what makes you tick*, wat je drijft en wat je belangrijk vindt, kun je dat ook omzetten naar een succesvolle onderneming. Maar als je als ondernemer zelf de *purpose* van je onderneming niet helder hebt, hoe kan dan iemand anders weten waar het om draait? Hoe kun je verwachten van je medewerkers dat ze met plezier naar hun werk komen, als je zelf niet weet waarom jullie doen wat jullie doen.

Een *purpose* hebben, is dus noodzakelijk om een succesvolle onderneming uit de grond te stampen én te laten groeien.

- 1 Het helpt je om jezelf en je onderneming te onderscheiden. Jouw verhaal verschilt van het verhaal van anderen, ook van andere ondernemers in dezelfde sector. Door je *purpose* helder te hebben voor jezelf, kun je je meest authentieke zelf zijn.
- 2 Als jij zelf goed weet waarvoor je staat en wat voor jou belangrijk is, kun je betere keuzes maken. Welke acties moet je nemen om je *purpose* in de praktijk om te zetten? Welke samenwerkingen ga je aan en welke niet? Gebruik die *purpose* als een kompas om te beslissen of een opdracht wel of niet bij je past. Het maakt het makkelijker om 'nee' te zeggen of om te kiezen voor iets nieuws én het zorgt ervoor dat je veerkrachtiger bent.
- 3 Weten wat je drijft, zorgt ervoor dat je verbonden bent met je echte zelf en dat je zakenpartners weten wie ze voor zich hebben. Je maakt ook voor hen het verschil met een duidelijke *purpose*, je inspireert hen.

Piet Colruyt – impactfinancier: 'Mijn hele carrière streef ik er al naar om van de wereld een betere plek te maken. Ik wil positieve impact creëren. Geld is volgens mij geen doel op zich, maar juist een middel om positieve veranderingen in gang te zetten.

Mijn wens –drang eigenlijk – om het goede te doen, komt uit mijn jeugd. Het is mij met de paplepel ingegeven: aan moeders kant was er Frans Hemerijckx – een lepradokter – die zich in de uithoeken van de wereld bekommerde over de meest gemarginaliseerde mensen ter wereld. Zoals pater Damiaan dat deed. Aan vaders kant was er grootvader Franz Colruyt, de ondernemer waarmee het verhaal van Colruyt Group begon. Die twee mensen hebben wellicht mijn kijk op de wereld gevormd.

Elke investering die ik overweeg, bekijk ik kritisch en toets ik af tegen de *purpose*vraag of dit project een positieve impact op de wereld zal hebben. Ja, ik laat me leiden door mijn intuïtie. En door mijn intussen erg uitgebreide ervaring in het beoordelen van talloze projecten.'

De *purpose* van ondernemer en onderneming zijn sterk met elkaar verbonden en vertonen gelijkenissen, zonder dat ze helemaal samenvallen. Net zoals jouw *purpose* jezelf en naaste collega's motiveert, zal de *purpose* van een onderneming klanten, aandeelhouders en zakenpartners aanspreken en overtuigen. Het is niet voor niets dat marketingprofessionals tegenwoordig sterk inzetten op *brand identity*.

Ondernemers hebben natuurlijk een economische meerwaarde en ondernemingen zijn één van de belangrijke motoren voor welvaart in een regio. Ze brengen mensen samen, vernieuwen en vergemakkelijken. Maar er is meer dan alleen dat. Stel jezelf daarom de vraag: Waarom doe ik dit allemaal?

Wouter Torfs – Torfs: 'Het is mijn talent om een visie te vormen en om die visie daarna in woorden én in daden om te zetten. Dag in dag uit, op een authentieke manier. Dat is niet altijd even gemakkelijk, het vraagt volharding en discipline. Ligt je persoonlijke *purpose* in lijn met de bedrijfs*purpose*, wordt het makkelijker. Maar ze zijn nooit dezelfde: een persoonlijk doel is vaak specifiekker dan een bedrijfsdoel, omdat meerdere mensen zich achter die visie moeten kunnen scharen.

Mijn *purpose* in het leven? Die kan ik niet zomaar op papier zetten. Het is iets wat door de jaren heen evolueert. Kort samengevat: mijn *purpose* wordt bepaald door iets dat me warm maakt en waarvan ik enthousiast word.

Een onderdeel ervan was het creëren van een fijne werkplek. Zelfs als het ging om een commercieel bedrijf, waarin winst maken belangrijk is. Ik ben ervan overtuigd dat mensen willen werken in een omgeving waar ze zich welkom voelen, waar naar hen geluisterd wordt, waar ze verschil kunnen maken. Bij Torfs is dat ook echt gelukt: het bedrijf werd tien keer 'Beste Werkgever' in België en één keer zelfs 'Beste Werkgever in Europa'. Die erkenningen gaven een serieuze boost, onze omzet groeide in die tijd van 9 miljoen per jaar naar 156 miljoen. Niet slecht, toch?

De unieke en mensgerichte bedrijfscultuur raakte ingebed in de strategische keuzes die we moesten maken. Mijn passie: mensen de kans geven om te groeien en zich te ontwikkelen. Mijn rol daarin was het om die visie uit te dragen en concrete plannen op te zetten.

Een bezielde en mensgerichte bedrijfscultuur is niet alleen iets uit een visie of missie, maar moet zichtbaar zijn in het dagelijks functioneren. Niet alleen bij de ondernemer, maar ook het *middle management* en de medewerkers op de werkvloer moeten ervan doordrongen zijn. Daarom namen we bij Torfs ook bewust mensen aan die onze *purpose* belichaamden: mens-, klant- en teamgericht én met een positieve visie op het leven.

Omdat ik die *purpose* zo belangrijk vind, heb ik mijn visie uitgeschreven in twee boeken en draag ik die aanpak ook uit op *events*. Ik ben er oprecht van overtuigd dat een mensgerichte stijl echt verschil maakt.'

OEFENING – Het leven zoals het is

Staeens stil bij het scala aan activiteiten waarmee je je dagen vult. Elk van die activiteiten heeft effect op je gemoedstoestand, op je welzijn. Op sommige momenten voel je je energiek en expressief, of gemotiveerd en creatief. Door die dagelijkse bezigheden in kaart te brengen, kom je op het spoor wat je echt drijft, wat je in beweging zet en wat je onderscheidt – zowel op het werk als in je privéleven.



Stap 1

Schrijf alle activiteiten op die een bepaald gevoel opwekken. Kun je dat gevoel niet meteen onder woorden brengen? Geen probleem, dat kun je later nog aanvullen. Kijk zowel naar de werkgerelateerde als de vrijetijdsactiviteiten.

Stap 2

Neem er een boekje bij en noteer een week lang. Probeer je bewust te worden van het specifieke gevoel dat ze opwekken. Aan het einde heb je een mooi overzicht.

