

Hans van Willigenburg

HELEMAAL AN DEZE TIJD

Onderweg naar de pijnloze samenleving

BLAUWBURG WAL

HELEMAAL VAN DEZE TIJD
Onderweg naar de pijnloze samenleving
Hans van Willigenburg

ISBN 9789493340251

1e druk oktober 2026

Redactie: Marielle Saegaert
Vormgeving: Eric Jan van Dorp
Auteursfoto: Claudia Kamergorodski

Uitgeverij Blauwburgwal, Amsterdam
info@blauwburgwal.nl

Copyright©2026 Uitgeverij Blauwburgwal
Copyright©2026 Hans van Willigenburg

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd in welke vorm dan ook zonder uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van de uitgever.

Hans van Willigenburg

HELEMAAL ✓AN DEZE TIJD

Onderweg naar de pijnloze samenleving

BLAUWBURG WAL

Inhoud

Voorwoord	9
Taallek Amsterdam	11
Positivo.....	15
Het digitale ‘jij’	21
Overprikkeld.....	26
Lachen op bestelling.....	32
Consent.....	36
Openluchtmusea.....	41
Blurb.....	45
Ratten gevraagd	47
Theekransje	52
Breiclub	56
Omroepkitsch	61
Humorpolitie	66
LinkedIn-horror	71
Eeuwig leven	77
Show, don’t tell	82
Oprukkende baardjes.....	86
Kapotevalueren	91
Bankjescrisis!.....	96
Bieridentiteit.....	101
Begrafenismuziek	106
China-op-wielen.....	110
Cultuurbreuk.....	116
Havermelkfaçade.....	120
Klimaatsoldaat	125
Kijkcijferdood	130
Adieu vuurwerk.....	134

Prikkeltennis	138
U-bocht.....	142
'Iconisch!' roepen	147
Oplossingsgericht	151
Herinneringentop 10.....	155
Hippe islam	159
Kabouterboeken	164
Ontsnappingsroute.....	169
Bouwporno.....	173
Zelfscankassa.....	177
Toetsenbordjesverslaving	181
Modelverzet.....	186
Multiculti kitsch.....	188
TikToktoerisme.....	192
Verstandshaat.....	196
Staycation.....	201
Brief.....	205
Help!.....	214
Amateurisme.....	216
Verantwoording.....	223

*‘Eigendunk is de levertraan van de geest. Je moet er elke dag een
portie van naar binnen werken om weerstand te kunnen bieden
aan de stormloop van de buitenwereld.’*

– Gerrit Komrij

Voorwoord

Lamgeslagen Einzelgänger

Wie begrijpt de wereld nog? Is dat begrijpen überhaupt te doen? En nodig? Of ben je al spekkoper door wat rust te vinden in je eigen hoofd? Zeker lijkt dat de wereld elke dag z'n best doet gelijktijdig complexer, slimmer en sterieler te worden, alsook intoleranter jegens de traagheden en de recalcitrantie van het menselijk individu.

De foutmarge lijkt kleiner te worden; *computer says 'no'!*

Vanwege het voorgaande voel ik mij niet zelden een lamgeslagen Einzelgänger, machteloos overgeleverd aan wat de samenleving om mij heen – inclusief mijn naasten – allemaal verzint en najaagt. En desondanks ben ik in dat lamgeslagene, weet ik, niet de enige.

Vandaar dat mijn journalistieke werk geen opsomming is van wereldverbeterende overtuigingen maar eerder een zoektocht naar contact met lotgenoten (jij, de lezer). Ooit ben ik gaan schrijven omdat ik als puber de artikelen en columns van Gerrit Komrij enorm bewonderde. Wanneer ik hem las ervoer ik de opheffing van het alleen-zijn; een met niets te vergelijken gevoel van 'thuiskomen'. Van dat gevoel wilde ik niet alleen genieten, zo bedacht ik op mijn veertiende of vijftiende, ik wilde het ook zelf kunnen *veroorzaken*. Enfin, de rest is geschiedenis: met dank aan Komrij werd schrijven, zoals dat tegenwoordig heet, 'mijn ding'.

In dit boek, '*Helemaal van deze tijd!*', laat ik mijn licht schijnen over actuele thema's als cultuurstrijd, digitalisering, alarmisme, zelfoptimalisatie, individualisme en gezondheidsmanie. Soms ventileer ik daarbij een sterke opinie, maar even vaak blijft het

steken in verwondering of onbegrip. Wat het contact met de lezer wellicht ten goede komt, want je kent die machteloze gevoelens vast ook.

Voor de goede orde: dat je dit boek vol hedendaagse observaties nu in handen houdt is te danken aan Syp Wynia, de man achter het onlinemedium Wynia's Week, die mij om de twee weken een podium aanbiedt. Wat ik in elk geval met hem meen te delen is dat we niet helemaal (of helemaal niet) in die mal van de Nederlandse journalistiek passen. Ik bewonder hem dat hij daar op latere leeftijd de uiterste consequentie uit heeft getrokken en vanuit het niets, tegen de stroom in, een kritisch (en succesvol) opinieplatform heeft gebouwd dat maandelijks ruim een miljoen pageviews scoort.

De vrije, ondernemende en eigenzinnige geest die hij is, inspireert mij.

Intussen wens ik je veel leesplezier!

Taallek Amsterdam

... waarin horecabazen suggereren dat Engels een sexyer taal is dan Nederlands.

Vorige week bestelde ik in het Amsterdamse café De Jaren een spa rood bij de ober-van-dienst. Hij keek me aan alsof ik hem zojuist een lastige rebus had voorgelegd. Omdat ik een kwartier daarvoor nog in de metro had gezeten, en anderhalf uur daarvoor nog tussen de muren van mijn werkkamer – ver buiten de hoofdstad – had gebivakkeerd, waren mijn hersens vermoedelijk niet tijdig overgeschakeld naar het besef me te bevinden in een van de beweeglijkste, vluchtigste, meest internationale van horecapersoneel: Amsterdam-Centrum

Ik verlost de ober zo snel mogelijk uit zijn lijden en liet op ‘spa rood’ alras *‘sparkling water’* volgen, waarna de ober opgelucht knikte en ik me afvroeg hoelang hij al in dit café rondliep. Niet lang, raadde ik, want hoe was het anders mogelijk dat de betreffende jongeman zijn allereerste spa roodbestelling leek te hebben opgenomen? Ja, het zou zomaar kunnen dat hij ettelijke ogenblikken eerder, nat achter de oren, op het terras van De Jaren was losgelaten. Gezien de personele omloopsnelheid in de hoofdstad wellicht zelfs de normaalste zaak van de wereld.

A-locatie

Het verdwijnen van Nederlands als voertaal in de Randstedelijke horeca lijkt in de eerste plaats een netwerk-economische kwestie. Voor miljoenen jongeren uit Oost- en Zuid-Europa en elders in de wereld is Amsterdam een dusdanig interessante plek om te zijn dat ze, bij wijze van spreken, bereid zijn geld toe te geven om in de hoofdstad te mogen werken. In de meeste gevallen

niet om tot een uitmuntende kok, ober, afwasser of serveerster uit te groeien, maar lang genoeg in het veelbelovende netwerk van (meestal goed opgeleide) Amsterdammers – zeg maar, de ‘havermelkelite’ – te blijven hangen om de stap naar een volgend, iets beter baantje te kunnen nemen. Kortom, vanuit het perspectief van de arbeidsmigrant is de grachtengordel een springplank van de buitencategorie.

Tegelijkertijd is het lang niet altijd zo dat bestellen in het Engels het rechtstreekse gevolg is van personeel dat van verre komt en daardoor geen Nederlands spreekt. Uit diverse artikelen in vaktijdschriften blijkt dat grootstedelijke horecaondernemers vaak de voorkeur geven aan Engels als voertaal; niet omdat ze de Engelse taal nou zo toegenegen zijn of de clientèle uit steeds meer buitenlanders bestaat, maar omdat het simpelweg als sexyer wordt gezien (‘het is beter voor de uitstraling van mijn zaak als er in het Engels wordt bediend’).

Sexy of niet sexy: dat de universiteitssteden de afgelopen jaren overspoeld zijn door buitenlandse studenten en de Nederlandse universiteiten, deels uit financiële motieven, ook zelf hebben besloten de ene na de andere studie Engelstalig te maken, heeft de situatie van het Nederlands in de urbane gebieden danig uitgehold. Als je, zoals ondergetekende, tamelijk gedachteloos een ‘spa rood’ bestelt, kun je niet alleen een vraagteken op het gezicht van de ober verwachten, maar niet zelden, een graadje minder vriendelijk, een meewarige gezichtsuitdrukking die suggereert dat je een boertje-van-buiten bent als je niet doorhebt dat Engels de daar heersende *lingua franca* is.

Zonder al te sentimenteel te willen zijn lijkt het erop alsof er twee soorten Nederland aan het ontstaan zijn, waarvan de taalkwestie een symptoom is. De grote boekhandels in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht geven al enige tijd aan dat hun Engelstalige afdeling de snelst groeiende is. Uitgevoerd in zuurstokkleurige boekkaften is de zogenaamde youngadultliteratuur in opmars, niet alleen bij buitenlandse toeristen die wat leesvoer

zoeken maar juist ook bij Nederlandse pubers die willen lezen over typische jongerenthema's als verslaving, gender, seks, relaties, vakanties en carrière maken. In de meest prominente boekwinkel van een middelgrote stad als Alkmaar, ontdekte ik laatst, is het tegenwoordig tussen de spelletjes, de snuisterijen, de puzzels en de dagboeken of bekentenissen van BN'ers lastig zoeken naar een ouderwets literair boek.

Culturele omslag

En als je naar de sociaaleconomische kaarten van de planbureaus kijkt, is er maar één conclusie over Nederland te trekken: de uitbreiding van het Engels, in de horeca en elders, zal achteraf niet zomaar een bevestiging blijken te zijn, of een lichtzinnige trend, maar de voorbode van een culturele omslag. In de vier grote steden wordt immers het meeste geld verdiend, zijn veruit de meeste banen te vergeven en concentreert zich het zogenaamd hoogwaardig-technologische werk. Zonder dat het bedienend personeel het zelf doorheeft zegt het tegen jou als bezoeker uit de periferie: 'Jij loopt in het verleden rond, ik vertegenwoordig de toekomst.'

En te vrezen valt dat ze gelijk hebben.

Natuurlijk zijn de geschetste ontwikkelingen deels onafwendbaar. En horen ze bij een open samenleving die ook nog eens vaak omschreven wordt als 'het logistieke knooppunt van Europa'. In dit licht zit er misschien niks anders voor ons op dan de armen ten hemel te heffen en te zeggen 'laat het Nederlands maar varen', al zijn er diepgaande twisten in wetenschappelijke kring over hoe snel of langzaam het Nederlands daadwerkelijk verdrongen zal worden, variërend van enkele tientallen jaren tot 'let maar op, over een eeuw is Nederlands hier nog steeds de dominante taal'.

Zeurpieten of vooruitgangshaters

Wat helaas opvalt is dat het culturele besef bij hedendaagse horecaondernemers zo goed als onbestaand is. Als je anno nu een

arbeidsmigrant aanneemt in jouw bar, café of restaurant zou het – zeker met de apps die vandaag de dag beschikbaar zijn – een fluitje van een cent moeten zijn om hem of haar wat elementair Nederlands bij te brengen. En inzake eenvoudige verzoeken of rituelen een beetje wegwijs te maken in het Nederlands, maar zelfs een ‘alsjeblieft’ of ‘dank je wel’ is maar al te vaak een brug te ver.

Nederlanders die voor de Nederlandse taal pleiten, of blijkt geven het een verlies te vinden dat het in de grote steden op zijn retour is, worden al snel als zeurpieten of vooruitgangshaters neergezet, of nog erger: nativisten!

Waar heeft de Nederlandse taal zoveel onachtzaamheid aan verdiend?

Positivo

... waarin de meest gewaardeerde baas van Nederland geen sneakers wil tegenkomen.

Voor wie de dubbelzinnigheid van de moderne moraal in een persoon, en in een communicatiestijl, samengevat wil zien, heb ik goed nieuws. Als je AFAS-CEO Bas van der Veldt gaat volgen krijg je het *optima forma* op je bordje. Ga kijken naar deze man! En kun je, plots nieuwsgierig gemaakt, niet wachten hem door mij getypeerd te krijgen, bij wijze van lekkermaker? Dan ben ik de beroerdste niet en ik verklap alvast dat Bas lijkt op een rechtstreekse afstammeling van ‘De Positivo’s’, een evangelisch geïnspireerd duo dat in de vorige eeuw door de meester-satirici Koot & Bie werd geïntroduceerd.

Verantwoordelijkheid pakken

Beloof me een ding. Onderschat Bas niet als je hem gaat volgen. Waarschijnlijk weet hij de dingen honderd keer slimmer te verpakken dan ondergetekende. En weet hij heel veel beter aan te sluiten bij wat er ‘leeft’ onder mensen. Zo weet Bas dat als er, met zijn uitdrukkelijke goedkeuring, een zogenaamd ‘Look Book’ voor zijn werknemers wordt samengesteld, met concrete foto’s over hoe AFAS-werknemers eruit horen te zien, dat je dan moet ontkennen dat je bezig bent ze bepaalde kleding op te dringen of voor te schrijven. Nee, is Bas’ reactie, hij probeert zijn medewerkers met dat ‘Look Book’, berg je maar, ‘te inspireren’.

Als er door een interviewer dan even wordt doorgedrukt en Van der Veldt wordt geconfronteerd met het bij AFAS werkelijk geldende verbod op sneakers, wat toch wel degelijk op regels en

bemoeizucht lijkt, switcht hij razendknap naar het onderwerp ‘sneakers’, die op de eerste dag, suggereert hij, vaak nog wel smetteloos wit zijn, maar daarna al gauw niet meer. En vanaf dat moment worden sneakers, in zijn visie, storende elementen in de optimaal op klantsatisfactie ingerichte AFAS-omgeving. Moet hij de tevredenheid van die klanten – die schijnbaar door de geringste smoezeligheid ineens stort, of is dat zijn eigen angstbeeld? – als baas van AFAS niet altijd laten voorgaan boven de individuele keuzevrijheid van medewerkers?

Bij zo’n ogenschijnlijk impopulair verbod op sneakers begrijpt Bas als geen ander dat elke associatie met een kwaadaardige, *top-down* verordonneerde kledingdictatuur, en met hem als hoogste in rang binnen die dictatuur, vermeden dient te worden. Dus presenteert hij zo’n ‘Look Book’ niet als een persoonlijke overwinning of als een geniale vondst, maar als iets waartoe hij *gedwongen* wordt door zijn grote hart en diepe verantwoordelijkheidsgevoel jegens zijn eigen bedrijf. In feite zegt hij: *‘Hier sta ik. Ik kán niet anders. Jullie begrijpen toch ook wel dat het kweken van ontevreden klanten en medewerkers mijn taak niet is?’*

Het ongelofelijk geraffineerde van Bas is dat hij de medewerkers van AFAS blijkbaar kan overhalen tot de gedachte dat ze het bedrijf concrete schade toebrengen als ze tegen zijn zin met niet-smetteloze sneakers een AFAS-kantoor betreden. In de normale wereld noem je Van der Veldts bedilzucht ‘alarmerende controledrang’, maar in de *mindset* van het AFAS-universum, dat grotendeels door hemzelf is gecreëerd, wordt daar heel anders naar gekeken: Bas pakt juist ‘zijn verantwoordelijkheid op’ en ‘bewaakt’ met grote passie de legendarisch-positieve werksfeer bij AFAS.

Met de sneaker als vloek in de kerk.

Zand in de ogen

We zijn nog lang niet klaar met Bas (het wordt nog vele malen *komischer*, beloof ik, of *tragischer*, zo je wilt). Als het gesprek naar een nog *intiemer* onderwerp dan kleding beweegt, namelijk li-

chaamsgewicht, zien we Van der Veldt als laat geboren Positivo naar nieuwe hoogten stijgen. In plaats van terughoudendheid te betrachten en op z'n minst van enige *schroom* blij te geven als het over iemand anders zijn omvang gaat, wordt Bas juist, zo lijkt het althans, bevangen door een vrolijke dadendrang (de lach is sowieso amper van zijn gezicht te beiten). Net zoals hij hartstochtelijk een werkomgeving zonder sneakers nastreeft, lijkt hij even hartstochtelijk verzot op het eindbeeld van een AFAS-kantoor zonder dikke mensen. En beaamt hij trots dat werknemers die in de ogen van de bedrijfsleiding te snel uitdijen 'daarop worden aangesproken'.

In hetzelfde tv-gesprek als van zonet is er nu een jonge presentatrice die, getriggerd door het nieuwe thema, zogezegd 'in verzet' gaat, vermoedelijk niet doorhebbend dat ze het opneemt tegen de 'Grote Bas', de man die als CEO ontelbare keren in de prijzen is gevallen. Ietwat timide brengt de presentatrice te berde dat lichaamsgewicht een ingewikkelde kwestie is, dat ieder daarin een persoonlijke strijd te voeren heeft (herkenbaar!), zijzelf in een eerdere levensfase met eetstoornissen heeft gekampt, en het toch zeker niet de rol van een werkgever is zich in die strijd te mengen. Deze presentatrice heeft natuurlijk volkomen gelijk, maar desondanks is ze, misschien vanwege haar wat iele stemgeluid en mimisch neutrale voorkomen, volkomen kansloos tegen de *massieve positiviteit* van Bas.

Zoals alleen een meervoudig prijswinnende CEO zand in iemands ogen kan strooien, strooit Bas dat zand in de ogen van de tegenstribbelende presentatrice. Ze moet begrijpen dat zijn bemoeienis met het lichaamsgewicht van zijn medewerkers 'in de context' gezien dient te worden, zo betoogt hij op de vrolijk-docerende toon die hem eigen is. De gewiekste verkoper in hem zet die 'context' nog eens uiteen, namelijk de (al gememoreerde) geweldige werksfeer bij AFAS alsmede de daarmee gewonnen prijzen. En beweert dan in aansluiting daarop, alsof het een abc'tje is, dat het 'in die context' helemaal niet als bemoeizuchtig wordt

ervaren als AFAS eens wat dingetjes tegen je aanhoudt over een ‘gezondere levensstijl’.

Integendeel, legt Bas uit, zijn medewerkers ervaren geen bestraffende interventie aangaande hun snel uitdijende vetrollen, maar verwelkomen juist die van bedrijfswege aangeboden gezondheidstips.

De AFAS-leider gaat nog een stapje verder. Hij wil niet alleen dat zijn eigen medewerkers geen buikjes hebben of er graatmager als een suboptimaal uithangbord van zijn softwarebedrijf bijlopen, nee, hij wil zijn *span of influence* ter plekke uitbreiden naar de presentatrice zelf. Hij suggereert dat als de presentatrice al geruime tijd bij AFAS gewerkt zou hebben, en ze al jarenlang onderdeel zou zijn geweest van de daar heersende cultuur, ze de gezondheidsadviezen van het bedrijf, net als zijn eigen medewerkers, had omarmd. Sterker, ze zou die adviezen herkennen als een vorm van ‘betrokkenheid’ in plaats van nors te denken: waar bemoeien jullie je mee?

Als ik het goed vertaal komt de AFAS-cultuur er dus op neer dat je voedingspatroon jarenlang niet geweldig kan zijn, maar dat zodra er vetrollen of -kwabben zichtbaar aan je lijf beginnen te hangen, en de werkomgeving daarmee, vindt Bas, aantoonbaar in kwaliteit afneemt, je – in mijn woorden – de AFAS-gezondheidspolitie op je af krijgt, maar in AFAS-jargon de blijde ontvanger bent van ‘een warm aandachtmoment’ of iets dergelijks. Hoe dan ook, een moment waar je per saldo gelukkiger van wordt, dat je hopelijk op het pad van gewichtsverlies en een florissant zelfbeeld brengt, en dat je bij het invullen van enquêtes doet besluiten de vinkjes aan te kruisen die je eindbaas, Bas van der Veldt, nodig heeft om als een regelrechte kanjer weer een werkgeversprijs in de lucht te kunnen steken.

Betrokken pappa

Onderdeel van Bas’ genialiteit is dat hij een open boek is – of overtuigend spéélt. Want volgens de laatste mode kent AFAS,

evenals de baas van het spul, natuurlijk geen geheimen. Is alles zo transparant als een glas kraanwater. Wanneer mensen, op grond van de bestaande moraal, vinden dat Bas neigt naar het zijn van een pathologische *control freak*, moet je niet denken dat hij die kritiek op traditionele wijze, vanaf zijn hooggelegen troon, naast zich neerlegt. Wegwuift. Ontkent. Wegstopt. Nee, in het frictieloze AFAS-universum dat hij voor ogen heeft, staat hij *open* voor kritiek. En hij stelt zich (de hoofdprijs van nu!) *kwetsbaar* op.

In een recent tijdschriftinterview maakt Bas, in wat krom aandoend Nederlands, werk van zijn eigen kwetsbaarheid. Hij bekent dat achter zijn masker van begripvolle CEO een heel ander, veel minder toegeeflijk persoon schuilgaat: 'Ik ben wel echt een drammer. Als ik een enorme overtuiging van iets heb, dan blijf ik daar gewoon op drammen.' Hier spreekt niet de-baas-die-alles-perfect-doet, die onfeilbaar is, maar de baas die zijn eigen zwakheden en tekortkomingen in het vizier heeft. En aan de kaak stelt: 'Ik zou nooit kunnen vissen bijvoorbeeld, zeer ongeduldig. Wat niet goed is.' Even later in het interview: 'Ik heb ook een angst voor inertie. Dat er niks meer gebeurt, omdat we allemaal bang zijn voor dingen. Dat is helemaal niet wat in dit bedrijf gebeurt, maar dat is gewoon een rare angst.'

Met zijn humaan en zelfkritisch aandoende optreden voedt Van der Veldt het beeld dat hij eerder de *betrokken pappa* van AFAS is dan de *zakelijke leider*. En terwijl een leider zich graag laat imponeren door concrete resultaten (op welke manier dan ook tot stand gekomen) gaat een pappa à la Bas een stukje verder; hij wil naast de klinkende resultaten ook nog van je kunnen *houden*. Hij ziet zijn bedrijf niet zomaar als louter het epicentrum van commerciële prestaties, maar als een (tweede) familie, waarvan de leden – bedenkelijke keerzijde? – het op straffe van uitstoting niet wagen sneakers te dragen of te veel naar de McDonald's te gaan dan wel buitenproportionele hoeveelheden zakken chips in te slaan.

Aziatische uniformiteit

De groeiende prijzenkast van Bas in ogenschouw nemend is het *pappamodel* in het bedrijfsleven thans aan de winnende hand, en zit het *leidersmodel* in een dalende lijn. Het heeft er veel van weg dat liefdevol afgedwongen *uniformiteit* (zie AFAS) de voorkeur geniet boven het conflictmodel van eigenzinnige en recalcitrante karakters die strijden om het beste idee; en dat we, het voorgaande indachtig, eerder onderweg zijn op China te gaan lijken dan op Amerika.

Misschien ben ikzelf wel veel meer Chinees dan gedacht, wie zal het zeggen? Verlang ik er als eenpitter, diep vanbinnen, naar opgenomen te worden in een op AFAS-leest geschoeide *familie*, van wie ik, bijvoorbeeld, al na een dag koorts of misselijkheid voorgeprogrammeerde appjes krijg met ‘beterschap!’ of ‘dikke knuffel’, die ik niet als irritant ervaar maar als prettig en zorgzaam.

Zou Bas mijn ziel beter kennen dan ikzelf? Uit te sluiten valt het niet.

In zijn woorden helpt hij mensen ‘de beste versie’ van zichzelf te worden.