

Iedereen Elke Dag Plezier (IEDP) begon als grappige noodkreet op een webpagina en is nu een merk waarmee organisaties aangeven dat ze het leuker willen maken op de werkvloer.

# Lach eens naar je collega

**I**k geef je plezier' staat er op het roze kaartje dat Michiel Drijber (44) uit Bussum bij zich heeft. Hij is de oprichter van (internet)platform Iedereen Elke Dag Plezier (IEDP). Op de achterkant staat 'Zo makkelijk is het nou' en zie je een aantal hokjes die kunnen worden aangekruist met daarachter een reden: 'Omdat ik samen met je wil delen', 'Omdat ik zie dat je het nodig hebt', 'Omdat je het door kunt geven aan een ander', 'Omdat ik van je hou', 'Omdat ik er graag vanaf wil' en er is een 'Bel me'-optie.

Hij glundert als hij vertelt dat hij deze kaartjes soms zomaar aan mensen geeft die nors voor zich uit zitten te staren in bijvoorbeeld een restaurant. Tot nu toe was er één iemand die dat niet kon waarderen. „Die vond me een glijer,” zegt Drijber. „Maar anderen zien wel de kracht van zo'n simpel gebaar in. Die mensen wil ik bereiken.”

Drijber probeert samen met zijn steeds groter wordende achterban de sfeer op de werkvloer en daarmee in de maatschappij te veranderen. „Mensen die hun werk leuk vinden, presteren beter, zijn minder snel ziek, zorgen voor een grotere klanttevredenheid, omzet, winst en bovendien staan ze ook buiten hun werk steviger in hun schoenen,” zegt Drijber. En daar zit nou precies het succes van IEDP in: het ligt zo voor de hand dat niemand er iets tegenin kan brengen.

Hij moet nog wel wennen aan de snelheid waarmee een eenvoudig idee zulke enorme vormen aan kan nemen, vooral omdat hij het toevallig bedacht. „Ik reed stad en land af om bedrijven te vertellen hoe ze dingen anders en beter konden doen,” zegt Drijber. „Het maakte niet uit wat ze aanboden: van begrafeniskoncepten tot kinderbadjes. Ze vonden mijn ideeën leuk, maar durfden geen beslissingen te nemen. Ze zagen geen perspectief.

„Ergens was dat begrijpelijk. Banken vielen om, de werkloosheid nam toe, de wereld was in recessie en het collectieve gevoel van 'we zijn zielig en hulpeloos' overheerste. Ik zat in de auto en ineens dacht ik: als iedereen zich zo voelt en het van elkaar weet, waarom delen we dat niet en draaien we het om?”

Hij besloot groepen mensen samen te brengen die een heel eenvoudig ideaal willen delen: Iedereen Elke Dag Plezier. Drijber plaatste dit verhaal op iepd.nl en maakte bij netwerksite LinkedIn een groep aan, die eerst rustig, maar al snel exponentieel in ledenaantal groeide.

Inmiddels hebben meer dan 29.000 mensen uit het bedrijfsleven zich aangesloten. Binnen een jaar is IEDP daarmee de grootste LinkedIn-groep van Nederland geworden. Het is een platform waar leden tips en trucs uitwisselen om op een leuke manier vooruit te komen in dit leven. Er worden zelfs IEDP-borrels, bijeenkomsten en acties georganiseerd.

**Goed plan:** 'Plezier is een middel om mensen, idealen en energie te verbinden.'



**Ideaal:** Michiel Drijber probeert de sfeer op de werkvloer en daarmee in de maatschappij te veranderen. FOTO'S MARCO HOFSTÉ

Drijber heeft met het 'merk' IEDP een certificering opgezet. „Plezier is een middel om mensen, idealen en energie te verbinden, en te motiveren,” zegt Drijber. Hij legt medewerkers van een bedrijf een certificaat voor om te ondertekenen. „Het is eigenlijk een intentieverklaring om het weer leuk

**'Mensen die hun werk leuk vinden, presteren beter, zijn minder snel ziek, zorgen voor een hogere omzet en staan steviger in hun schoenen.'**

te maken,” zegt Drijber. Daarop staat een aantal uitgangspunten, zoals 'Help elkaar vooruit te denken en te leven', 'Toon respect en sta open voor de ander', 'Vraag hulp als je die nodig hebt'.

Hij zoekt naar ambassadeurs die binnen een organisatie openlijk die idealen steunen. Daarna is het veel makkelijker om de sfeer te veranderen. Drijber: „Maak een praatje, geef eens een complimentje, ga weer eens uit met je collega's en maak de sfeer bespreekbaar. Iemand moet zijn nek uitsteken, maar het werkt wel.”

En als er ondanks de intentieverklaring een vervelende sfeer blijft heersen bij de koffieautomaat, is juist de certificering een aanleiding om die open te breken.

Drijber: „Dan kunnen werknemers zeggen: 'Leuk, zo'n IEDP-stempel, maar ik merk er niets van.' En daar heb je gelijk de aanleiding te pakken om erover te praten, en er iets aan te doen.”

Inmiddels is hij volledig gestopt met al zijn andere werkzaamheden om die certificering uit te breiden. Meer dan dertig bedrijven hebben zich in de eerste maand laten certificeren en er liggen nog honderdvijftig aanvragen op hem te wachten.

Alsof dat nog niet genoeg is, ontwikkelt hij nu ook campagnes voor sectoren die een positieve impuls kunnen gebruiken, zoals onderwijs, retail, sport en de zorg. „Die kunnen er met een dosis plezier ook weer bovenop komen,” zegt Drijber. „Positiviteit is namelijk net als een virus: heb je het te pakken, dan geef je het door.”

—Ivo van Woerden

