



**TIM CHRISTIAENS**  
timemanager

## Werkstress slaat toe bij jongeren

In Nederland vond zopas de jaarlijkse Week van de Werkstress plaats. De overheid lanceerde die campagne omdat 36 procent van het ziekteverzuim te wijten zou zijn aan stress op de werkvloer. Met workshops en online-tips willen onze noorderburen werkstress bespreekbaar maken. Intussen blijkt uit een onderzoek van de externe dienst voor preventie en bescherming Arbo Unie dat het stressniveau in Nederland alleen maar is toegenomen. Waar vier jaar geleden 17 procent van de werknemers burn-

outklachten had, steeg dat percentage vorig jaar tot 22 procent. Opvallend is dat vooral jongeren de grootste risicogroep vormen. Zo voelt 32 procent van de dertigers zich niet uitgerust 's ochtends. 26 procent van die groep geeft aan de werkdruk te willen verlagen. Bij de twintigers bedraagt dat 18 procent. De grote oorzaak volgens het onderzoek is de ambitie van de jongeren. Ze eisen professioneel, maar ook in hun privéleven veel van zichzelf en blijken moeilijk manieren te vinden om zich te ontspannen. Bovendien durven ze zel-

den aan te geven wanneer het hen te veel wordt. Ook stelt het onderzoek vast dat bedrijven onvoldoende in begeleiding voorzien.

De gevolgen voor de productiviteit laten zich raden. Te veel stress leidt onvermijdelijk tot minder efficiëntie. Preventieve maatregelen en een proactieve begeleiding zijn ook voor die doelgroep meer dan aangewezen. ☺

*De auteur is timemanager bij The Time Management Company.*

## De discussie over de behaselfie

De Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP) besliste dat de reclamecampagne van Calvin Klein op het Belgische grondgebied onmiddellijk zou worden stopgezet omdat bij die affiche de nadruk veel-er ligt "op de context van erotische selfies die door jongeren verspreid worden op sociale media, dan op het product als dusdanig". De JEP, een orgaan waarmee de reclamesector zichzelf reguleert, noemde de affiche "misplaatst". Klein probleempje: de reclameaffiches van het Amerikaanse



modemerk werden verdeeld op het netwerk van het reclamebedrijf JCDecaux van 25 tot 31 oktober, terwijl de JEP zijn advies pas formuleerde op 15 november. Het resultaat is dat het late verbod de affiche een tweede leven gaf in kranten en op nieuwssites. Een onverwacht gevolg voor Calvin Klein, dat die gratis reclame niet verwachtte. Naast die paradox waarbij de JEP een campagne die al niet meer loopt net weer onder de aandacht brengt, roept misschien ook de kloof tussen de instelling en de veranderde zeden vragen op. Bij de selfiegeneratie ligt de echte obsceniteit misschien niet waar je denkt ze te zien. Zo glipt de nochtans meer immorele campagne van de Nationale Loterij – Word schandalig rijk – door de mazen van het net van de JEP. **F.B.**

## Top tien veelbelovende Europese starters

Voor de vijfde keer publiceert het Nederlandse ondernemersblad Emerce een lijst met de meest veelbelovende Europese ICT-starters. De redactie stelde de lijst samen met de hulp van investeerders, bankiers en journalisten uit heel Europa. De bedrijven mogen niet ouder zijn dan zes jaar en moeten 2 miljoen euro omzet of 5 miljoen euro kapitaal hebben.

1. Internetbank N26 (Duitsland)
2. Maaltijdbezorger Deliveroo (VK)
3. Videob berichtenbedrijf Dubmash (Duitsland)
4. Schoonmaakplatform Helping (Duitsland)
5. Internet-der-dingenplatform Evrything (VK)
6. Betaaldienst TransferWise (VK)
7. Chatapp Telegram (Duitsland)
8. Verzendtool SendCloud (Nederland)
9. Productzoekmachine Twigggle (Israël)
10. Educatietool Kahoot! (Noorwegen)