

Woord  
vooraf

Dit ~~boek~~ is geboren uit verbazing:  
de verbazing dat we geen ~~woorden~~  
blijken te hebben om ons ~~gevoel~~  
te ~~beschrijven~~. En uit onmacht:  
de onmacht om de ander te vertellen  
wat er met je aan de hand is, wat  
je voelt, hoe je de dingen ervaart.

Het begon op zo'n typische, beetje bleek zonnige herfstdag in oktober 2019. We hadden met een groep van zo'n tien millennials een mooi gesprek gevoerd en stonden even met elkaar buiten voor een kleine pauze. En natuurlijk praat je in zo'n pauze dan over wat er net is besproken. We vertelden elkaar over de verbazing, over ons gebrek aan woorden en de onmacht om de ander te laten weten wat je voelt. Je wilt iets vertellen, maar je weet niet hoe, omdat je er geen woorden voor kent. En je merkt dat de woorden die je gebruikt, nou net niet de woorden zijn die de lading dekken.

'Misschien moeten we eens overwegen een woordenboek te maken, een woordenboek van het gevoel...'

Zo begon het dus.

Een woordenboek van het gevoel is dit boek niet geworden. Wel een verzameling van vijftien persoonlijke verhalen. Over gevoel, over onzekerheid, over kwetsbaarheid, over wat we ervaren en denken en voelen. Over onderwerpen waar we als millennials niet snel met elkaar over in gesprek gaan, maar die ons wel bezighouden. Het zijn verhalen waarin we een poging doen om deze zaken te delen met elkaar en met de lezer.

De vijftien verhalen worden ondersteund en begeleid door een

aantal andere delen. We beginnen met een wat theoretischer stuk, waarin we aandacht hebben voor de ontwikkeling van de maatschappij en de generatie van onze ouders. Daarna staan we stil bij de betekenis van emotie en bespreken we het belang van taal. Dan komen we aan bij onze vijftien persoonlijke verhalen, de kern van dit boek.

Na het schrijven van onze verhalen wilden we een perspectief: hoe nu verder? Daarvoor zijn we in gesprek gegaan met generatiegenoten die net wat verder zijn. We hebben hun gevraagd wat dat wenkende perspectief is. De rode draad van die gesprekken vind je in 'Een blik vooruit'.

Om vervolgens met elkaar taal te kunnen maken hebben we een 'emotiewaaier' gemaakt. Zoals een kleurenwaaier inzicht geeft in verschillende tinten en gradaties van een kleur, zo geeft onze emotiewaaier woorden aan verschillende gradaties van een emotie. De waaier is bedoeld als handig hulpmiddel bij het lezen van de verhalen, maar vooral ook bij het voeren van het gesprek over gevoel. Achterin vind je 'The making of': het verhaal van de ontstaansgeschiedenis van dit boek. Het is een kort verslag van onze pizza-avonden en de manier waarop we het met elkaar hebben aangepakt.

In dit boek worden 'hij' en 'zij' door elkaar gebruikt. We hebben het tenslotte geschreven als mannen en vrouwen en we hebben met mannelijke en vrouwelijke generatiegenoten gesproken. Het zou dan ook raar zijn om over onze generatie en onze ervaringen alleen in de hij-vorm of alleen in de zij-vorm te schrijven.

Je leert ons al enigszins kennen door onze verhalen, maar als je nog meer wilt weten en ons wilt 'zien', kun je achterin terecht, waar wij – de auteurs van dit boek – onszelf kort voorstellen. De oplettende lezer zal daar echter geen vijftien, maar zeventien schrijvers zien staan. En dat heeft een goede reden.

We hebben dit boek namelijk met een groep van zeventien

schrijvers geschreven. Vijftien van ons, de millennials, leer je kennen via de persoonlijke verhalen waar onze namen boven staan. Twee schrijvers staan echter niet met naam en toenaam boven een stuk: Laura en Ingelien. Hun tekstuele bijdragen vormen een anoniem, maar onmisbaar en significant onderdeel van het boek. Sterker nog, we kunnen rustig zeggen dat zonder hen dit hele initiatief niet eens van de grond gekomen was.

We hebben dit boek met ontzettend veel plezier samen gemaakt. Maar het was niet gelukt zonder de hulp en ondersteuning van veel anderen. Die willen we dan ook graag bedanken.

Dank Claire, Elodie, Esther, H  l  ne, Joren, Jorien, Joost, Kevin, Leo, Mariël, Marten, Maxim, Tomas, Veronne en Wouter dat jullie naar onze verhalen wilden luisteren en met ons in gesprek wilden over jullie eigen zoektocht en inzichten wilden delen.

Dank Wessel voor de snelle actie toen we zo broodnodig een site nodig hadden. De site heeft ervoor gezorgd dat we de nodige euro's binnen hebben kunnen halen.

Dank Frankie, Joris, Mariette en Simon van DDK dat jullie vanaf het eerste contact enthousiast hebben meegedacht en meegewerkt aan de vormgeving en het tot stand komen van dit boek.

Dank Josephine voor het maken van de prachtige foto's, die we niet alleen in het boek maar ook op sociale media zo ontzettend goed konden gebruiken.

Dank Geerhard, Susan en Monique van Haystack voor jullie enthousiasme, betrokkenheid en hands-on steun.

En ten slotte dank aan alle ouders, familie, vrienden en bekenden die de gok hebben gewaagd om in dit boek te investeren. Zelfs toen het nog niet meer dan een wild idee was.

Inlei  
ding

**Millennials**, iedereen vindt er wat van. De een vindt de millennial lui en verwend, de ander ziet de millennial vooral als een agendahedonist die zijn leven helemaal vol plant. Hoe je ook naar de millennials kijkt, één ding valt op: in vergelijking met de generatie van hun ouders zien we bij millennials veel meer mentale **problemen**. Depressies, burn-outs en bore-outs zijn aan de orde van de dag (aldus cijfers van het CBS). **Hoe kan dat toch?** Waarom is onze generatie hier zoveel gevoeliger voor? Dat vroegen wij, de **vijftien schrijvers** van dit boek en zelf allemaal trotse millennials, ons af. En naarmate we er langer over nadachten, kwamen we tot een drietal conclusies:

1. We ervaren veel keuzestress.
2. We vergelijken onszelf voortdurend met anderen.
3. We zijn opgegroeid met het idee dat het leven maakbaar is.

# Keuzestress

Zodra de millennial het ouderlijk nest verlaat, komt hij terecht in een wereld die het uiterste van hem vraagt. Je moet namelijk zoveel keuzes maken. Zelfs de kleinste dagelijkse bezigheden zijn al een bron van stress. Alleen al wanneer je een koffietentje binnenloopt en de barista vraagt wat je wilt bestellen, word je geconfronteerd met eindeloze opties en variaties. Wil je koffie of cappuccino? Wat voor melk wil je, haver-, kokos- of sojamelk? Als je normale melk wilt, moet dit dan magere of volle melk zijn? Hoeveel shots koffie? Een americano, latte, cortado? Wil je er karamel bij? Welke maat koffie wil je? Deze mogelijkheden geven ons de vrijheid om ons leven precies zo in te richten als we willen. Dat lijkt mooi, maar het gevolg van al die mogelijkheden is dat je niet het gevoel hebt dat je mag kiezen, maar dat je de juiste keuze moet maken. En hier gaat het alleen nog maar om een bakkie koffie.

# Vergelijken met anderen

Wat ook niet helpt, is de ongelimiteerde toegang tot informatie via sociale media. Helaas zorgt die overdaad aan informatie ook voor onzekerheid. We zien de wereld en elkaar stelselmatig door een filter van succes en geluk. En daar gaan we onszelf mee vergelijken. We willen allemaal succesvol en gelukkig zijn in alle facetten van het leven. We verwachten van onszelf dat we bovengemiddeld afstuderen, de perfecte baan vinden en een geweldig sociaal leven hebben. Het liefst met tussendoor heel bijzondere reizen en vakanties. Want zo leven onze vrienden ook. Zo ontstaat er een grillige onderlinge concurrentiestrijd; we willen er allemaal koste wat het kost boventuit springen, want 'je bent wat je bereikt'.

# Het leven is maakbaar

Die boodschap, 'je bent wat je bereikt', hebben we van jongs af aan meegekregen. Op school lag de focus op competenties en resultaten. De boodschap was duidelijk: goed je best doen, want de wereld is maakbaar en jij bent zelf verantwoordelijk voor je eigen succes en geluk. Torenhoge verwachtingen van ouders, van vrienden, maar vooral van onszelf. En als het dan een keer niet lukt, niet meezit, je pech hebt, een tegenslag hebt in het leven, worden dat plotseling voorbeelden van persoonlijk falen: jij hebt iets niet goed gedaan, jij bent immers zelf verantwoordelijk voor geluk en succes. Dat voelt als zwakte en de paniek slaat toe. Gevoelens van schaamte en angst ontstaan: wat denkt de buitenwereld van me als ze hierachter komen? En individueel falen, daar hebben we het liever niet over, die gevoelens onderdrukken we graag. We zien tegenslag ook niet terug in onze omgeving, al helemaal niet op sociale media. En zo maken we onze eigen vicieuze cirkel waarin we met elkaar deze prestatiegerichte omgeving in stand houden. En waarin we alleen willen laten zien en laten horen dat alles goed gaat en geweldig is. We richten ons op de buitenwereld, en niet voldoen aan het ideale plaatje levert een strijd met onszelf op die we eenzaam en alleen proberen op te lossen. Niet gek dus dat millennials meer en meer bezwijken onder deze druk, met burn-outs tot gevolg. Een op de drie millennials krijgt te maken met burn-out of raakt overspannen.



# Honderd millennials

Voor het schrijven van dit boek hebben we met honderd generatiegenoten gesproken over het fenomeen 'millennial', op zoek naar ideeën en ervaringen. En wat een herkenning heeft dat opgeleverd. Het kwam allemaal aan de orde, met voorbeelden te over: de druk om zo snel mogelijk te voldoen aan alle verwachtingen, gericht zijn op erkenning van de buitenwereld, gericht zijn op presteren, weinig momenten van rust, volle agenda's, geen tijd om stil te staan bij ons eigen gevoel... Sterker nog, in deze gehaaide wereld vol prikkels staan we eigenlijk helemaal nooit stil. In de drukke stad, waar de millennials voor het overgrote deel wonen, brengen zij weinig tijd door met zichzelf. Activiteiten, sporten, vrienden zien, film, uit eten, cultuur, festivals... Moe of zelfs uitgeput zijn lijkt een statussymbool en productiviteit de maatstaf voor je eigenwaarde. Rust nemen, stilstaan, je een dag vervelen, een boek lezen of een aantal avonden alleen op de bank geeft een onrustig gevoel en dan ontstaat de druk om iets 'nuttigs' te gaan doen.

En juist dat, stilstaan en tijd nemen voor jezelf, bleek de grootste uitdaging voor de groep. We vinden het heel lastig om voor onszelf momenten te organiseren om stil te staan bij wat we ervaren, voor introspectie, voor onderzoek naar wensen en verlangens. Om jezelf te leren kennen, te onderzoeken wat je zelf wilt of juist helemaal niet wilt, waar je blij van wordt, waar je goed in bent, wat je eigenlijk vreselijk vindt en waar je misschien helemaal niet goed in bent.

# ‘Gevoelstaal’

Tijd nemen om stil te staan bij wat je denkt, vindt en voelt, is moeilijk, maar nog moeilijker vinden we het om er met anderen over in gesprek te gaan. En als we al durven te praten over onze ervaringen en gevoelens, dan hebben we er vaak de taal niet voor. We hebben weinig woorden om te beschrijven wat we ervaren en voelen, we missen een rijke en gevarieerde ‘gevoelstaal’.

En taal is zo belangrijk. Zonder taal, zonder woorden kun je niet vertellen wat je ervaart of voelt. Dus hebben we taal nodig; taal is cruciaal om onze innerlijke belevingswereld te doorgronden en te beschrijven. Wij missen de verbale handvatten om ons staande te houden in deze dynamische tijd. Wij hebben ervaren dat de beschikking over taal essentieel is om onze turbulente belevingswereld te kunnen ontwarren.

## Samenvatting

Wij zijn een groep van vijftien millennials en ervaren voortdurend druk in een prestatiegerichte omgeving. Door met elkaar het gesprek te voeren kwamen we erachter dat we allemaal torenhoge verwachtingen van onszelf hebben, en als we er niet aan kunnen voldoen, ervaren we dat als falen en maken we het niet bespreekbaar. Dit zorgt voor een eenzaam gevoel en weinig sympathie voor onszelf. We leggen de lat ongekend hoog omdat we geloven dat ons succes en ons geluk maakbaar zijn. Falen is geen optie. En als je al faalt, dan doe je dat in stilte. Wij willen het zo graag anders: met elkaar in gesprek over wat we meemaken, ervaren, voelen en denken. Onze droom is dat we makkelijker delen met elkaar en verbinding maken door onze gezamenlijke ‘gevoelstaal’. Daarom hebben we dit boek geschreven.

# Over millennials, hun ouders en opvoeding

Dit boek gaat over millennials, de grootste generatie tot nu toe, geboren tussen 1980 en 1996, met ouders van de babyboomgeneratie of zelfs generatie X. Over onze generatie wordt veel gezegd en geschreven en er worden veel verklaringen voor ons gedrag gegeven. Om iets te begrijpen van deze generatie gaan we eerst eens terug naar onze opvoeding en onze ouders.

# Onze ouders

Onze ouders, of ze nou babyboomers of van generatie X zijn, zijn opgegroeid in een tijd waarin vrijheid, authenticiteit en bevrijding centraal stonden. Het individu werd steeds belangrijker; het vanzelfsprekende gezag en de normerende invloed van Kerk, overheid, familie en de gemeenschap stonden steeds meer ter discussie en namen af. En waar het gezag nog wel overeind stond, zetten onze ouders zich er stevig tegen af. Het ging goed met de economie en de babyboomgeneratie kon flink carrière maken. Hard werken leverde de mogelijkheid om verder te komen en vermogen op te bouwen. De producten waren ruim beschikbaar en geld om die vervolgens ook aan te schaffen was er steeds meer.

Op deze trend speelden veel organisaties, adverteerders en marketeers gretig in. Er ontstond een cultuur van consumptie en productie waarbij producten niet alleen een dienende functie hadden, maar ook gingen bijdragen aan het imago van het individu. Een voorbeeld is de auto. Waar de auto eerst voornamelijk een functioneel belang had, werden er door veel mensen steeds meer status en aanzien aan verbonden. Hoe duurder en sneller de auto, hoe hoger het aanzien. Binnen deze wereld en maatschappelijke context nam het belang van het collectief steeds verder af, wat zorgde voor het ontstaan van een individualistische cultuur: voor jezelf zorgen, zelf verder komen en daar ook zelf de vruchten van plukken. Het motto was duidelijk: succes en geluk zijn maakbaar, maar je bent er zelf verantwoordelijk voor. Die verantwoordelijkheid werd dan ook gretig genomen. En met succes. Dat bleek wel uit de toenemende rijkdom in de samenleving. En stel, je ziet je inkomen in een periode flink stijgen, met wie wil je al die rijkdom dan delen? Juist, met je gezin, met je kinderen.

# Onze opvoeding

Onze ouders konden ons dus in veel voorspoed opvoeden, waardoor een groot deel van onze generatie alles kreeg wat ons hartje begeerde. Bovendien werden we vrij opgevoed, met minder regels en minder structuur. Onze ouders beschermden ons tegen negatieve gebeurtenissen en lieten ons in ons eigen ‘pretparkje’ opgroeien; we werden de ‘pretparkgeneratie’. Veel mooie momenten en ervaringen, geen verveling, altijd afleiding en alles voor het geluk van het kind. Rousseau en Kant, twee bekende filosofen, noemden al eeuwen geleden de schaduwzijde hiervan. Zij waren van mening dat het belangrijk is dat kinderen tegenslagen ervaren in hun jeugd om coping skills (manieren om met frustratie en tegenslag om te gaan) te ontwikkelen. Als altijd alles goed gaat, en tegenslag bij je wordt weggehouden, hoef je niet te leren omgaan met emoties als frustratie, verlies, boosheid en tegenslag. En dat is wel belangrijk om weerbaar te worden en om zelfvertrouwen te ontwikkelen, iets wat in het bijzonder gebeurt als je moeilijkheden weet te overwinnen.

Deze weerbaarheid en dit zelfvertrouwen zijn zeker in de huidige wereld, waarin alle ontwikkelingen elkaar razendsnel opvolgen en we via sociale media constant geconfronteerd worden met de successen van anderen, van groot belang. Wanneer je deze weerbaarheid niet (voldoende) ontwikkelt, loop je het risico om net als vele generatiegenoten tegen mentale problemen aan te lopen. Bovendien hebben onze ouders ons meegegeven dat succes en geluk maakbaar zijn, net zoals dat voor hen gold. Als je maar wilt, kan alles. Oftewel: je hebt je leven helemaal zelf in de hand. Zolang je maar goed je best doet, ligt de wereld aan je voeten. Helaas merken wij nu dat dit niet altijd opgaat. Soms lukt iets niet of gaat iets niet zoals verwacht, terwijl je wel je best hebt gedaan. Dit kan er hard inhakken en doet ons twijfelen aan onszelf en onze inzet.



# Is **brak** een gevoel?

Is brak een gevoel? En zo ja, wat voel je dan precies? Dat is verrekke lastig om onder woorden te brengen. En iedereen voelt iets anders. Wij millennials gebruiken daarom nietszeggende zinnen als 'voel me prima' en 'heb het heel druk', maar hoe we ons echt voelen, kunnen we niet zeggen. Herkenbaar?

Voor ons wel. En omdat wij zelf regelmatig worstelen met het uitdrukken van ons gevoel, besloten wij, ondernemende millennials als we zijn, om hier naast onze veertigjarige werkweek een boek over te schrijven. Typisch...

Maar toch: het is gelukt. Je hebt het nu in je handen. Het is een persoonlijk en oprecht boek geworden. Geen boek met zweverige teksten, of een boek geschreven door niet-millennials die denken millennials te begrijpen. Het is een boek met vijftien persoonlijke verhalen over worstelingen, over kwetsbaarheid en over wat we ervaren, denken en voelen. Over onderwerpen waar we niet snel met elkaar over in gesprek gaan, ook omdat we er de juiste woorden niet voor kunnen vinden.

Dus, veel te drukke millennial, laat je social-mediafeeds even voor wat ze zijn, veeg je agenda leeg en neem de tijd om dit boek te lezen. Het zal je helpen!

