





De uitdaging voor beweegspecialisten

Bewegen stimuleren bij bedrijven

Tekst: **Caroline Magnus**

Ondanks fiscaal aantrekkelijke voorwaarden van de overheid, blijkt dat slechts een beperkte groep werknemers gebruik maakt van de mogelijkheden om vanuit het bedrijf te bewegen. Bezuinigingen hebben ook hun effect op het gebied van bewegingsstimulering. Daarbij heeft bedrijfsfitness in het verleden niet de effecten opgeleverd die er verwacht werden. Dit is jammer, omdat bewegingsstimulering bij bedrijven zowel gezondheidseffecten als economische voordelen voor zowel medewerkers als bedrijven met zich meebrengt. Het vergt een andere aanpak om bewegen binnen bedrijven weer te stimuleren. Een aanpak die ook mogelijkheden biedt voor ondernemers in beweging.

Dat voldoende bewegen heel goed is voor de gezondheid is inmiddels breed bekend. Maar ook vanuit het bedrijfs-perspectief is stimuleren van bewegen van werknemers heel aantrekkelijk. De positieve effecten van veranderingen in leefstijl gesteund door deelname aan beweeg- en gezondheidsprogramma's zijn groot, met name het preventieve effect op cardiovasculaire ziekten, kanker, beroerte, burn-out en andere chronische ziekten. Ook is aangetoond dat door meer beweging de gezondheidsgerelateerde fitheid toeneemt en risicovol gedrag gereduceerd wordt. Door regelmatige fysieke inspanning voelen

mensen zich beter. Dit uit zich in een vermindering van medische klachten. Doorvertaald naar het bedrijfsleven betekent dit gezonder, fitter en productiever personeel. Het leidt tot een daling van het ziekteverzuim en het voorkomen van productiviteitsdaling. Uit studie blijkt dat regelmatig bewegen (twee maal per week) tot een significante daling van de ziektekosten leidde ten aanzien van werknemers die niet bewogen. Ook zullen er minder opleidingskosten gemaakt worden en draagt bewegen bij bedrijven bij aan meer werkplezier en meer tevreden personeel. Op langere termijn betekent dit minder verloop, door grotere



binding van de medewerkers met het bedrijf. Bewegen via het werk biedt ook de mogelijkheid om medewerkers en leidinggevenden in een informele sfeer in contact met elkaar te komen. Bovendien draagt het sociale contact van de medewerkers onderling tijdens de activiteiten

en de verwachting is dat de rest 'vanzelf' zal gaan. Dit zal in het begin nog wel lukken: gemiddeld 30% van de werknemers komt vol goede voornemens en enthousiasme in beweging. Na zes maanden is dit echter nog maar 20%, na een jaar 15% en na twee jaar nog slechts 10%.

Het blijft een uitdaging om de inactieven in beweging te krijgen en vervolgens te houden

bij tot een positieve sfeer op de werkplek zelf en kan het integratie van de afdelingen bevorderen. Tot slot blijken beweeg- en gezondheidsprogramma's een goede stap voor het verbeteren van het bedrijfsimago te zijn. Een organisatie laat zien dat het investeert in mensen. Uit bovenstaande blijkt dat bewegingsstimulering bij bedrijven naast gezondheidseffecten van de medewerkers ook economische voordelen voor de bedrijven oplevert.

Kritische kanttekeningen

Naast positieve effecten dienen er ook kritische kanttekeningen gemaakt te worden bij de inzet van de beweegprogramma's binnen bedrijven. De resultaten van de onderzoeken naar de effecten van bewegingsstimulering binnen bedrijven zijn niet altijd significant, mede doordat de doelgroep zich beperkt tot de reeds actieve medewerkers. Het blijft een uitdaging om de inactieven in beweging te krijgen en vervolgens te houden. Dan gaat het veel meer over gedragsverandering in plaats van enkel bewegingsstimulering.

Wanneer bedrijven bewegen bij hun werknemers willen stimuleren, denk je al snel aan bedrijfsfitness. Binnen het bedrijf wordt een ruimte ingericht met apparatuur, gespecialiseerde begeleiding

Vaak is dit ook de groep die al aan sport doet. Het is een verplaatsing van de fitnessclub naar de bedrijfsfitness club. Het effect op verzuim en productiviteit blijkt dus marginaal en de exploitatie is zeer kostbaar, waardoor veel bedrijven hiermee stoppen. Grote bedrijven zoals Du Pont, Corus, Coca Cola, ABN-AMRO, ING en de meeste ministeries zijn al afgestapt van een bedrijfsfitnesscentrum. De trend heeft zich al verplaatst naar het organiseren van bedrijfsfitness, maar dan bij het dichtstbijzijnde fitnesscentrum of voor grote landelijke bedrijven via de fitnessketens of speciaal opgerichte netwerken. Ook dit blijkt niet het gewenste resultaat te hebben: het is vooral aantrekkelijk voor actieve werknemers en de inactieve doelgroep, waarvoor je het vooral doet, voelt zich onvoldoende aangesproken. En houdt het ook niet vol omdat de begeleiding onvoldoende specifiek en deskundig is.

Haalbare doelstellingen

Waarom werkt bovengenoemde aanpak niet? Met bedrijfsfitness wordt maar een beperkte groep aangesproken. Lang niet iedereen vindt fitness leuk en er wordt te snel de associatie met sport gelegd. Voldoende bewegen geeft een ruimere context aan en kan dus ook worden ingevuld met wandelen of zwemmen. Het

gaat om de juiste begeleiding binnen de individuele wensen van de medewerkers. Maar ook zal het criterium 'de Norm van Gezond Bewegen' (vijf keer per week 30 minuten matig intensief bewegen) moeten zijn. Werknemers moeten worden gemotiveerd om te bewegen met de norm als uitgangspunt. Maar, de norm zegt het al, je wordt wel gezonder, maar niet fitter. Daarvoor zal je drie maal per week 20 minuten intensief moeten bewegen, je in het zweet moeten werken, buiten adem raken. Dat kan alleen op een manier die bij je past en waar je interesse ligt, want dat motiveert. De laatste jaren is hardlopen heel populair geworden. Het aantal deelnemers aan bekende hardloopwedstrijden groeit jaarlijks, want trainen voor een doel houdt je gemotiveerd. Dit zie je ook bij wielrennen. Gezamenlijk de Mont Ventoux beklimmen of een (goed) doel nastreven, zoals bij Alpe d'HuZes neemt in populariteit toe. Het gaat niet altijd om

De effecten van deze programma's zijn immers het grootst wanneer de gewenste doelgroep bereikt. Wanneer bewegen daarnaast blijvend wordt gemotiveerd, gedragen door het management en met zichtbare resultaten, leidt het tot succes.

Hoe moeten bedrijven dit aan de medewerkers aanbieden en hoe kunnen ze hierbij worden geholpen? Een bedrijfsintern fitnesscentrum is niet afdoende, evenals een kortingsabonnement voor een sportcentrum in de buurt. Als bedrijf heb je weinig controle en de effecten zijn nagenoeg niet meetbaar. Beweging moet worden gestimuleerd met afstemming op zowel het bedrijf als de medewerkers en is ook afhankelijk van het budget. Het uitgangspunt moet zijn dat er een individueel en op maat gemaakt beweegplan kan worden samengesteld op basis van een terugkerende test, waarbij elke deelnemer op zijn of haar niveau kan

Het gaat erom dat medewerkers gezonde en haalbare doelstellingen krijgen die bij de persoon passen

grote prestaties die men moet leveren om fitter te worden. Teveel bewegen brengt zelfs risico's met zich mee. Het gaat erom dat medewerkers gezonde en haalbare doelstellingen krijgen die bij de persoon passen. Dit zal uiteindelijk bijdragen aan het succes.

Voorwaarden voor succes

Bewegen en bewegingsstimulering binnen bedrijven leidt tot succes, mits de aanpak en introductie voldoet aan een aantal voorwaarden. Bewegen dient namelijk vanuit een breder perspectief te worden gezien dan alleen fitness en dient voor iedereen toegankelijk te zijn.

bewegen. Dit programma dient voor ieder individu geschikt te zijn. Bovendien dienen de deelnemers zelf te kunnen kiezen waar ze bewegen; thuis, buiten of bij een club. Een bedrijf moet vervolgens een afweging maken in hoeverre een beweegconcept wordt geïmplementeerd in de organisatie.

Keuzemogelijkheden

Deels uit deskresearch en deels uit de ervaringen van voormalige bedrijfsfitness aanbieders, zijn er verschillende mogelijkheden om bewegen binnen bedrijven te stimuleren. ProFit People bijvoorbeeld kiest voor een duidelijke positionering





met het MyFitplan concept. Deze formule wordt door veel ondernemers in beweging gebruikt en kan een mooie basis zijn om bedrijven in beweging te krijgen.

Men kan kiezen uit drie concepten die aansluiten bij de behoefte van werkgevers en rekening houden met de wensen van werknemers. Het doel is om alle medewerkers in beweging te krijgen en te houden.

1. Gericht op beweegadviezen

Een bedrijf kiest voor een testunit (een vaste testunit in het bedrijf zelf of een

gen: thuis, buiten of bij een club. De beweegspecialist komt elk kwartaal de testen afnemen en geeft als beweegspecialist gedegen advies. De coaching kan op afstand plaatsvinden door online mogelijkheden inclusief een App.

2. Gericht op beweegalternatieven

Een bedrijf kiest voor een testunit inclusief een aantal extra cardio-apparaten zodat medewerkers in het bedrijf (bij slecht weer) kunnen bewegen. Daarnaast verzorgt de beweegspecialist een aantal

menlijke activiteiten georganiseerd zoals samen wandelen tijdens de lunch of joggen na het werk. Ook binnen het bedrijf worden alternatieven aangeboden om sneller in beweging te komen door bijvoorbeeld de toegang tot de lift te beperken of de printer een eindje verderop te zetten.

3. Gericht op beweegactiviteiten

Het bedrijf kiest voor een beweegclub in het bedrijf waar allerlei lessen gegeven kunnen worden aan medewerkers. Deze beweegclub is het 'centrum voor gezondheid en vitaliteit'. Daar worden dus niet alleen beweegprogramma's aangeboden maar allerlei activiteiten gericht op gezondheidsmanagement. Dit centrum is niet alleen toegankelijk voor medewerkers, maar bijvoorbeeld ook voor partners en kinderen. Dit blijkt namelijk ook heel stimulerend te werken en geeft het bedrijf (de werkgever) een heel andere en positievere plaats in de beleving van

De beloning voor de werkgever is vele malen groter: betere prestaties, fitte en gezonde werknemers

mobiele testunit) waarbij alle medewerkers ieder kwartaal een fittest en een beweegplan krijgen voor 12 weken. Deelnemers kunnen overal gaan bewe-

extra begeleidingsuren zodat deelnemers kennis maken met de juiste alternatieven voor sport en dus ook leren bewegen. Binnen dit concept worden er ook geza-

het gezin. Het is zelfs mogelijk om de beweegclub open te stellen voor de directe omgeving. Op die manier blijft deze ook betaalbaar door een bijdrage van externe gebruikers. Het kan ook vanuit sociaal/maatschappelijk oogpunt een doelstelling zijn om de buurt bijvoorbeeld te compenseren voor de overlast of vanuit het perspectief van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Succesvolle projecten

MyFitplan is bij verschillende bedrijven en ministeries ingezet als het bewegingsstimulerende programma met succesvolle resultaten: bij bijvoorbeeld het grote bouwbedrijf Vorm Bouw heeft men met behulp van MyFitplan 75% van de medewerkers actief gekregen. Ook bij het ministerie van VROM heeft het gezorgd voor meer enthousiaste en gemotiveerde deelnemers, die ook na 2 jaar in beweging blijven. MyFitplan is ook succesvol ingezet DELA. Met een mobiele testunit zijn alle vestigingen van DELA bezocht en zijn alle medewerkers getest en voorzien van een persoonlijk bewegeadvies. De deelnemers konden zelf hun persoonlijke bewegingprogramma uitvoeren en werden geadviseerd en online ondersteund.

Kansen voor ondernemers in beweging

De werkgever verwacht dat werknemers iedere dag weer presteren, fit zijn voor hun werk, targets halen, maar ook dat ze tevreden zijn en dit uitstralen richting klanten. Zelfs in tijden van crisis moet men stressbestendig zijn en loyaliteit tonen. Daarentegen is er de ontwikkeling dat werknemers steeds minder op het bedrijf komen, meer vanuit huis of de auto werken (veel zittend werk), waardoor de sociale contacten op de werkvloer minder worden. De eerste negatieve

effecten van Het Nieuwe Werken zijn al bekend: productiviteitsverlies, verhoging van verzuim, minder betrokkenheid en meer stress. Ook om die reden zou het goed zijn om bewegen in te zetten vanuit een sociaal perspectief.

Het is voor alle beweegspecialisten in Nederland de uitdaging om werknemers uit die (vracht)auto, die luxe kantoorstoel, de file, de thuiswerkplek en vooral uit die mindset te krijgen. Om vanuit die passieve houding en mindset werknemers te stimuleren vaker actief te zijn door (matig) intensief te bewegen en/of af en toe te sporten. Dat kan worden gestimuleerd door de juiste dosis beweging aan te bieden en de deelnemers daar ook nog voor te belonen met FIT-punten die weer ingewisseld kunnen worden voor gezonde en leuke dingen of zelfs een ontspannen reisje.

De beloning voor de werkgever is vele malen groter: betere prestaties, fitte en gezonde werknemers die minder snel ziek zijn, sneller herstellen en duurzamer inzetbaar zijn.

Kortom, volop kansen voor ondernemers in beweging om zaken te doen met bedrijven die in beweging willen komen. □



Effecten van bewegen binnen bedrijf

- Daling ziekteverzuim
- Verhoging productiviteit
- Vermindering personeelsverloop
- Meer ontspannen en minder gestresst personeel
- Meer tevreden personeel
- Gezonder, fitter, productiever personeel
- Vergroting werkplezier
- Vergroting betrokkenheid
- Meer communicatie
- Aantrekkelijke secundaire voorwaarden
- Verlaging ziektekosten
- Positief bedrijfsimago