

Netwerkbijeenkomst
Aanbieders in Beweging, 28 juni 2007
Denktank Sport, Bewegen en Arbeid



Verslag door Tamara Raaijmakers, Peter-Jan Mol, Maaïke Ribbens NISB

1. Inleiding

Gestimuleerd door het ministerie van VWS, bundelen NISB, NIGZ-Werk en TNO Kwaliteit van Leven hun krachten binnen de Denktank Sport, Bewegen en Arbeid. Een belangrijke taak van de denktank is het volgen van de ontwikkelingen binnen bedrijven (de vraagkant) en bij de aanbieders van sport- en beweegactiviteiten (aanbodzijde). Deze kennis wordt gebruikt om activiteiten en instrumenten binnen het Nationaal Actieplan Sport en Bewegen (NASB) beter aan te laten sluiten op de behoeften en wensen uit de praktijk.

2. Doel bijeenkomst

Om dit op een goede manier te kunnen doen, is deze netwerkbijeenkomst voor aanbieders georganiseerd met de volgende doelen:

- toekomstgericht denken over bewegingsstimulering binnen bedrijven;
- uitwisseling van ervaringen en ontwikkelingen op de aanbodmarkt van bewegingsstimulering;
- inzicht geven in de laatste stand van zaken van onderzoek op het gebied van sport en bewegen binnen bedrijven;
- het uitreiken van ondersteunend materiaal waarmee aanbieders binnen bedrijven verder aan de slag kunnen.

3. Methode

De denktank heeft gekozen voor een dynamische methode die aansluit bij de inhoud van de bijeenkomst. Bij de kennismaking beeldde een ieder uit wat zijn of haar favoriete sport of vorm van bewegen is. De nodige hardlopers, fietsers, voetballers werden afgewisseld met triatleten, hockeyers en zwemmers.

Vincent Hildebrandt, TNO Kwaliteit van Leven verzorgde een plenaire presentatie van de wetenschappelijke stand van zaken. Na de presentatie, gingen de deelnemers aan de slag in een *open space* discussie. Deze vorm van discussiëren gebeurt in een open ruimte waarin flip overs met stellingen, vragen en items zijn opgesteld. Deelnemers worden uitgenodigd bij de borden te discussiëren en opvallende punten, visies, opmerkingen te noteren (met hun naam erbij). Dit gebeurt onder begeleiding van een moderator. Deelnemers zoeken zelf de discussie op waar ze het meest voor voelen. Wel wordt gestimuleerd dat deelnemers rouleren over de borden, om zoveel mogelijk verschillende visies op de gestelde items te krijgen. De items op de borden waren:

1. Waar heeft u als aanbieder behoefte aan om bewegen binnen bedrijven meer te stimuleren?
2. Hoe kunnen aanbieders de niet/weinig actieve werknemers tot bewegen aanzetten?
3. Bewegen is nu vaak iets extra's binnen bedrijven. Welke rol kunnen aanbieders hebben om bewegen meer onderdeel van het werk te laten zijn?

4. Bedrijven hebben behoefte aan differentiëring: binnen functie, leeftijd, ploegendienst etc. Aanbieders springen daar nog onvoldoende op in
5. Wat zou de minimale deelname frequentie aan bedrijfsbewegingsprogramma's moeten zijn? En hoe bereiken we dat?

Bij het opstellen van de items is gebruik gemaakt van de resultaten uit een vergelijkbare bijeenkomst met vertegenwoordigers uit het bedrijfsleven op 20 juni 2007.

In de pauze was er de mogelijkheid tot een partijtje lasersquash.

De opzet van de bijeenkomst droeg bij aan het behalen van de Nederlandse Norm Gezond Bewegen van 30 minuten matig intensief bewegen per dag. Op de uitgereikte stappentellers haalde een van de deelnemers tijdens de bijeenkomst ruim 1.000 van de 10.000 aanbevolen stappen per dag.

4. Resultaten

4.1 Deelname stimuleren

Een van de redenen om vanuit VWS sport en bewegen te stimuleren, is de mate van inactiviteit van Nederlandse werknemers: 56% van de werknemers voldoet aan de combinorm. Uit de Monitor Bewegen en Gezondheid van TNO komt naar voren dat 75 plussers nog meer bewegen dan werknemers in sommige branches, zoals in beleid (33%) en administratie (38%).

De mate van activiteit is wel toegenomen over de jaren. De veronderstelling op dit moment is dat dit deels een daadwerkelijke stijging is, en deels sociaal wenselijk invulling door meer bekendheid met de norm. Bij de aanwezige aanbieders worden in de *service level agreements* met bedrijven deelname percentages tussen de 15-30% afgesproken. Reden om na te gaan hoe de participatie aan beweegprogramma's verhoogd kan worden.

Herhaalde aandacht

Om deelname te stimuleren komt het *herhaaldelijk* aandacht vragen voor bewegen naar voren. Dit kan ingezet worden met over het jaar verspreide acties. Zoals een sportief bedrijfsuitje, het organiseren van een sportdag of gezondheidsdagen. Ook het stimuleren van deelname aan evenementen is een mogelijkheid. In combinatie met sponsoring van deelnamekosten en kleding zijn hiermee goede ervaringen opgebouwd. Zoals bedrijfsteams die deelnemen aan hardloophwedstrijden. Door de acties verspreid over de tijd, ontstaat er een golfbeweging: er wordt van het ene naar het andere evenement "gewerkt".

Dergelijke acties brengt in de praktijk met zich mee, dat vaak de toch al actieve mensen hieraan deelnemen. Dit is voor een deel te ondervangen door deelname aan evenementen te ondersteunen met gezamenlijke trainingen vanuit het bedrijf. Het enthousiasme van mensen die hiervoor willen gaan, steken vaak andere (nog niet zo sportieve) collega's aan om mee te doen (sociale druk).

De meest lastige groep blijft de doelgroep die het meeste baat bij bewegen kan hebben: de semi- en inactieve werknemers. Hierover was een levendige discussie, vanuit twee standpunten: dwingen, confronteren versus verleiden en belonen.

Confronteren en verplichten

Een aantal aanbieders is voorstander van de confrontatie. Testen en dan met name de testuitslagen worden hierbij als instrument ingezet.

Dennis Lindeboom, LifeGuard: 'Iemand vergelijkt zich graag met anderen. Als een collega die als sportief en gezond levend bekend staat, een hoge bloeddruk heeft, is een schrikreactie vaak het gevolg: 'Hoe moet het dan bij mij wel niet zijn?!'.'

Stijn Kanters, PreVita Gezondheidsmanagement: 'Het aanbieden van een weegschaal werkt vaak al confronterend genoeg.'

Ook zijn er enkele ervaringen met het inbedden van aandacht voor leefstijl/bewegen in jaar- en functioneringsgesprekken. Dit betreft functies waarin een goede conditie vereist is voor het uitvoeren van de werkzaamheden zoals bij de politie. Met als belangrijkste vraag: Hoe vitaal wil je zijn om dit werk nog te kunnen uitvoeren? Over een jaar, en over tien jaar?

Een aantal deelnemers ging nog een stapje verder richting verplichting:

Hans Oosting, CIR: 'Bewegen is niet vrijblijvend. Het moet! Om je werk goed te kunnen uitvoeren. Sociale partners moeten lobbyen om dit in de CAO's te krijgen. Vergelijkbaar met de aandacht die er is om mensen met een arbeidshandicap in dienst te nemen'

Kees der Weduwe, FitForm: 'Het mooiste zou zijn als de TNO richtlijn bewegen verplicht wordt voor bedrijven: niet bewegen is een arbeidsrisico en hoort tijdens in de risico-inventarisatie en evaluatie (RI&E). Schets als aanbieder de risico's van niet bewegen voor werkgevers en werknemers. En ondersteun hen in het omvormen van de richtlijn naar activiteiten, beleid en een bedrijfscultuur met brede aandacht voor gezondheid'.

In deze discussie komt ook de nog steeds ervaren gevoeligheid tussen werk en privé naar voren. Wanneer spreek je een werknemer aan op zijn gedrag? Naast de verplichte RI&E, bestaat er de mogelijkheid van een PMO (preventief medisch onderzoek) en zijn bedrijven er ook aan gehouden medewerkers toegang te geven tot een bedrijfsarts. Via het PMO en de bedrijfsarts kunnen werknemers aangesproken worden op hun (werk)gedrag en advies krijgen over hun leefstijl en gestimuleerd worden meer te bewegen.

Verleiden en belonen

De andere tactiek is verleiden en belonen. Met als centraal uitgangspunt dat bewegen leuk is.

Rudy Reinders, Pim Mulier: 'Als het leuk is, dan heb je al 50% van de mensen bereikt.'

Om inactieve werknemers te "verleiden" is het van belang een breed aanbod binnen bedrijven te hebben, dat ook laagdrempelige activiteiten biedt en passend is bij het dagelijks leefpatroon en dagelijkse werkzaamheden van werknemers. Dit maakt het mogelijk dat bewegen gecombineerd

kan worden met andere interessegebieden. Dit vergroot de kans op deelname én het volhouden van het beweegpatroon. In dit kader worden lunchwandelen en fietsen naar het werk genoemd. Het bredere aanbod biedt ook mogelijkheden activiteiten aan te bieden die aansluiten op diverse niveaus van sportiviteit van werknemers.

Als het management en direct leidinggevenden het goede voorbeeld geven door bewegen te stimuleren en dit zelf ook te doen, heeft dit een positief effect op deelname aan activiteiten binnen een organisatie. Het gebruik van goede voorbeelden werkt ook versterkend. Zoals onsportieve collega's die door deelname zich veel lekkerder in hun vel voelen zitten, zijn afgevallen en dit ook merken in het werk zelf.

Een andere stimulans kan financieel van aard zijn. De helft van de aanwezige aanbieders rekent bedrijven een kosten-baten plaatje voor. Waarbij besparingen door verminderd verzuim vaak aanknopingspunten zijn. De kosten-baten instrumenten van TNO (ROI Fit) en Erasmus Universiteit zijn minder bekend.

Rike Oonk, Nationale Fietsprojecten: 'Een fietsplan kost niets, heeft fiscale voordelen, voor werkgever én werknemer. En het levert het bedrijf zelfs op.'

Jan Koeman, Fietsen Scoort: 'In plaats van het bouwen van een nieuwe parkeergarage, kregen werknemers een vergoeding van 5 euro per dag voor het komen met de fiets. Dit bleek voor desbetreffend bedrijf financieel gunstiger te zijn.'

In lijn van de financiële stimulans, is ook de optie van een persoonsgebonden "potje" voor gezondheid genoemd, vergelijkbaar met een opleidingsbudget.

Ronald Kramer, NIGZ-Werk: 'Een zorginstelling heeft iedere medewerker 200 euro gegeven. Met de opdracht dit geld te besteden aan de eigen gezondheid. Na een half jaar werd deze besteding in het functioneringsgesprek besproken. Wanneer verdere gezondheidsstimulering nodig was, werd individuele coaching geboden.'

4.2 Gedifferentieerd beweegaanbod met name vanuit functionele redenen

Naast een breed aanbod, is er de mogelijkheid van gedifferentieerd aanbod. Uit een vergelijkbare netwerkbijeenkomst met bedrijfsvertegenwoordigers, kwam naar voren dat bedrijven behoefte hebben aan een aanbod van beweegprogramma's dat rekening houdt met verschillen in bijvoorbeeld functie, leeftijd en aspecten als het draaien van ploegendienst.

Aanbieders denken hierover uiteenlopend. Degenen die wel onderscheid maken in hun aanbod, doen dit als het functioneel bijdraagt. Zoals in geval van begeleiding op medische gronden, revalidatie of voor mensen met extreem overgewicht. En bijvoorbeeld wanneer een afdeling of team met elkaar kan sporten al dan niet gecombineerd met een op de functie gericht

beweegprogramma. Een andere overweging om beweegprogramma's gedifferentieerd aan te bieden, is het verlagen van de deelnamedrempel:

Maurits de Ruiter, Stichting Bewegen: 'Ik bied bewust workshops aan voor diverse groepen werknemers, op basis van levensfase of mate van sportiviteit. De herkenning verlaagt de drempel tot deelname en de overeenkomsten scheidt een band. Zoets als lotgenoten onder elkaar.'

Een enkele aanbieder krijgt op dit moment de expliciete vraag voor een beweegprogramma voor semi- en inactieve werknemers.

Als tegenhanger, zijn de voordelen van een bedrijfsbreed aanbod dat dit samenwerking en communicatie binnen het bedrijf bevordert. Mensen die elkaar anders niet treffen, komen met elkaar in contact via beweegactiviteiten. Uit de discussie blijkt ook dat je het één kunt doen, en het ander niet hoeft te laten: binnen een breed beweegbeleid kan aandacht bestaan voor specifieke doelgroepen.

4.3 Bewegen in het werk: eye opener en kansrijke mogelijkheid

Het meeste beweegaanbod is additioneel. Een enkele aanbieder experimenteert met het inbedden van bewegen in het werk zelf. Dit varieert van kleine omgevingsveranderingen - zoals de printer en het koffieapparaat op de gang - , tot redesign van de werkplek en taakrotatie. Bij dit laatste punt van afwisselende taken blijft de vraag of dit productiever en effectiever is voor de bedrijfsvoering een vraag.

Ook wordt gestimuleerd dat werknemers naar collega's toegaan in plaats van e-mailen, de trap gebruiken en dat er staand of wandelend overlegd wordt.

Het kan voor bedrijven als eye opener werken: in plaats van dure fitness (buitenshuis), gebruik maken van de werktijd en de werkplek zelf. De aanbieders geven aan dat dit een trend voor de toekomst kan worden. Niet iedere aanbieder heeft hiervoor al de nodige expertise in huis. Zowel bijscholing als het meer samenwerken op dit terrein worden genoemd, waarbij er meer animo voor het eerste is.

5. Bevindingen en aanbevelingen

Uit de bijeenkomst komt naar voren dat over het algemeen aanbieders de voorkeur hebben voor het breed aanbieden van beweegprogramma's, waarbij commitment van het management, herhaling in de activiteiten, het uitdragen van goede voorbeelden en belonen op dit moment belangrijke uitgangspunten zijn.

Het meer inbedden van bewegen in het werk zelf, wordt als kansrijke toekomstontwikkeling gezien. Wel is van belang hierbij wat de kosten-baten voor het bedrijf zijn. Zo is taakrotatie wel in het voordeel van meer bewegen, maar hoeft dit niet per se gunstig te zijn voor de bedrijfsvoering.

Veel aanbieders lopen tegen dezelfde soort zaken aan, zoals: Hoe krijg ik commitment binnen het bedrijf? Op welke manier wordt het bereik van mijn aanbod verhoogd? Wat is een goed kosten-baten instrument? In dit verband oppert een van de aanwezigen een gezamenlijk platform. Om kennis en kunde te delen, om zich gezamenlijk te kunnen profileren richting bedrijven, voor agendasetting en een lobby richting bijvoorbeeld vakbonden en brancheorganisaties. Het gebruikmaken van bedrijven die hun goede verhalen vertellen wordt daarbij als een aantrekkelijke strategie gezien. Uit de reacties van de overige deelnemers komt naar voren, dat het voor een gezamenlijk platform van aanbieders nog te vroeg is.

De denktank Sport, Bewegen en Arbeid en ook het NASB (Nationaal Actieplan Sport en Bewegen) worden gezien als overkoepelende initiatieven. De suggestie is gedaan dat de denktank jaarlijks of regelmatig een advies afgeeft richting zowel bedrijven als aanbieders. Een advies dat afgeleid is vanuit het trendrapport. En dat gekoppeld wordt aan het belang van de richtlijn bewegen.

6. Meer informatie en ondersteuning

Peter-Jan Mol, NISB: peter-jan.mol@nisb.nl
Maaïke Ribbens, NISB: maaike.ribbens@nisb.nl
Vincent Hildebrandt: vincent.hildebrandt@tno.nl
Ronald Kramer NIGZ-Werk: rkramer@nigz.nl
Maurice Wolters NIGZ-Werk: mwolters@nigz.nl

www.30minutenbewegen.nl > werk > professionals

NISB

- campagne materiaal
- instrumenten voor beweegbeleid
- keuzelijst voor bepalen welk bewegingsprogramma het best past binnen een bedrijf
- achtergrond informatie uit onderzoek

www.wateetenbeweegik.nl

NISB en Voedingscentrum

- informatie over energiebalans
- beweeg- en voedingstest
- als onderdeel van de 30 minuten campagne, rijdt er vanaf september 2007 een bus door Nederland die aandacht besteedt aan de energiebalans. De bus kunt u voor klantbedrijven boeken via deze site en inzetten ter ondersteuning van lokale activiteiten op het gebied van bewegen, voeding en overgewicht.

www.nisb.nl

- expertise- en kenniscentrum op het terrein van sport, bewegen en werk

www.tno.nl/bewegen

TNO Kwaliteit van Leven

- publicaties, onderzoeksinformatie
- kosten en baten instrument ROI-Fit
- leefstijl scan

- drie fasen model invoeren gezondheidsmanagement
- opbrengsten
- goede praktijkvoorbeelden
- publicaties en presentaties

Deelnemers netwerkbijeenkomst Aanbieders in Beweging, 28 juni 2007

Careen Dankers	Commerciële Ontwikkeling & Innovatie Achmea Zorg
Bertina van Dort	ergonoom/adviseur KLM Health Services, Consultancy Group
Jos Gelling	directeur Active Living
Albert Groen	Medisch adviseur Colland/Stigas
Ingrid Hendriksen	onderzoeker/adviseur TNO Kwaliteit van Leven
Vincent Hildebrandt	teamleider Bewegen & Arbeid TNO Kwaliteit van Leven
Rogier van Hoorn	directeur H&C Health Promotion
Stephan Huizer	oprichter/directeur PreVita Gezondheidsmanagement
Stijn Kanters	mede eigenaar/directeur PreVita Gezondheidsmanagement
Rob Koelewijn	ergonoom/adviseur KLM Health Services, Consultancy Group
Jan Koeman	Fietsen Scoort
Ronald Kramer	programma manager NIGZ-Werk
Dennis Lindeboom	adviseur LifeGuard
Peter-Jan Mol	coördinator setting werk NISB
Rike Oonk	Nationale Fietsprojecten/Trappers
Hans Oosting	directeur CIR, bestuurslid BoaBorea
Philip Pijpers	projectmanager High Five Health Promotion
Tamara Raaijmakers	projectmanager/adviseur Baart en Raaijmakers
Rudy Reinders	projectmanager Pim Mulier organisatie
Maaïke Ribbens	projectmedewerker setting werk NISB
Wim van Rosmalen	manager Vitaliteit & Gezondheid KeurCompany
Maurits de Ruiter	directeur Stichting Bewegen
Gerolf Slagter	manager operationele zaken High Five Health Promotion
Sonja Smits	gezondheidsmanager Albron
Anita Vlasveld	programma manager NISB
Kees der Weduwe	algemeen manager bedrijfsfitness FitForm/ErgoControl
Maurice Wolters	projectcoördinator Sport, Arbeid en Gezondheid NIGZ-Werk
Mieke Zijl	sportconsulent Sportdrenthe