

Aandacht voor gezondheid van werknemers biedt kansen voor diëtisten

Ondernemers investeren steeds vaker in de gezondheid van hun werknemers, want gezonde werknemers zijn energiever en productiever. Diëtisten kunnen hun diensten aanbieden als het gaat om begeleiding naar een betere leefstijl.

Vitale werknemers kunnen optimaal bijdragen aan een organisatie en zijn minder vaak ziek. Steeds meer werkgevers hebben oog voor de gezondheid en het welzijn van hun werknemers. Dit kan voortkomen uit de intentie om maatschappelijk verantwoord te ondernemen (MVO). Het uitgangspunt van MVO is het streven naar een balans tussen de drie P's: people (mensen), planet (milieu) en profit (economische winst). Daaronder valt ook 'duurzame inzetbaarheid'. Ondernemers krijgen de komende jaren in toenemende mate te maken met een vergrijzend personeelsbestand. Dat komt door het verouderen van de beroepsbevolking en doordat medewerkers langer blijven werken door de opschuivende pensioenleeftijd. Als gevolg hiervan krijgen werkgevers ook te maken met toenemende gezondheidsrisico's en ondersteuningsbehoefte voor de oudere werknemer. Tot op latere leeftijd vitaal en gezond kunnen blijven doorwerken, dat is waar duurzame inzetbaarheid in essentie om draait.

In de krappe arbeidsmarkt zijn er diverse manieren om de beste mensen aan het bedrijf te binden. Secundaire arbeidsvoorwaarden spelen daarin een steeds grotere rol. In het kader van gezondheid zijn het bieden van een gezonde lunch op kantoor, een fiets van het werk, of een abonnement op een sportschool belangrijke secundaire voorwaarden. Dit zijn zaken waarmee werkgevers zich kunnen onderscheiden en mensen aan zich kunnen binden.

Hoe kunnen werkgevers investeren in de gezondheid van hun werknemers? Bijvoorbeeld door trainingen en individuele coaching te organiseren over gezonde leefstijl en door een gezonder aanbod in het bedrijfsrestaurant.

Leefstijladvies in het bedrijf

'Een gezond bedrijf begint bij uw werknemers. Fysieke en mentale gezonde werknemers zijn energiever, productiever

en gelukkiger', staat er op de website van GezondBedrijfslijf, de website van het bedrijf van Eline Oppers. Haar doel is om werknemers gezonder te laten eten, meer te laten bewegen en in het algemeen beter voor zichzelf te laten zorgen én hiermee een positieve bijdrage te leveren aan de bedrijfsresultaten. Eline studeerde in 2013 af aan de opleiding Voeding en diëtetiek aan Hogeschool van Arnhem & Nijmegen. Tijdens haar studie toonde ze met haar onderzoek de positieve effecten van gezondheidsmanagement in het bedrijfsleven aan. Met dit onderzoek won ze de opleidingsprijs en werd ze genomineerd voor de HAN-Award.

"Tijdens mijn afstudeerstage heb ik onderzoek gedaan naar de effecten van leefstijlprogramma's bij werknemers van een sociale werkvoorziening. Een groot deel van deze werknemers met een lichte verstandelijke, lichamelijke of psychische beperking had overgewicht en een hoog ziekteverzuim. Dat was de reden waarom de directie meer aandacht aan voeding en leefstijl wilde besteden. Gedurende zes maanden kregen de werknemers voedings- en bewegingsworkshops en individuele coaching aangeboden. Er werd gestart met een nulmeting van gewicht, BMI en buikomvang. De gezondheidsbeleving werd



Eline Oppers (GezondBedrijfslijf) biedt bedrijven een breed pakket aan op het gebied van leefstijlverandering

bepaald op basis van een wetenschappelijk gevalideerde vragenlijst (RAND-36). Na afloop van het programma was de gemiddelde gezondheidsbeleving gestegen van cijfer 6,1 naar 8,1. De risicofactoren voor welvaartsziekten, zoals diabetes en hart- en vaatziekten, waren met 30% gedaald.”

Sindsdien heeft Eline zich ook op andere bedrijven gericht. Zij heeft bijvoorbeeld bij Dr. Oetker en Auping workshops georganiseerd en adviezen gegeven voor een gezonder aanbod in de bedrijfskantine. “Maar ik kijk breder dan alleen de voeding”, vertelt ze. “In samenwerking met andere aanbieders bied ik een breed pakket aan op het gebied van beweging, slapen en stoppen met roken. Door samen te werken met andere partijen kun je bedrijven een totaalpakket aanbieden en toch bij je eigen expertise blijven.”

Betutteling of vrije keuze?

Mag een werkgever zich wel of niet bemoeien met de persoonlijke leefstijl van zijn medewerkers? De meningen hierover zijn sterk verdeeld, zo blijkt uit het Vierde Nationaal Onderzoek over Duurzame Inzetbaarheid onder 6.300 deelnemers (2014). Een kleine meerderheid van 51% zegt niet op bemoeienis van de baas te wachten als het om gezond leven gaat. Toch vindt 49% advies op dat gebied wel gewenst. Hun argument? Een werknemer verwacht dat zijn baas het bedrijf gezond houdt door goed economisch beleid. Dan mag een werkgever ook

van zijn personeel toch ook vragen dat het gezond blijft en duurzaam inzetbaar is (Telegraaf, 8 maart 2014).

Het bemoeien met hun gezondheid kunnen werknemers ervaren als betutteling en inbreuk op de individuele vrijheid. In het rapport ‘Leefstijlbeïnvloeding: tussen betuttelen en verwaarlozen geschreven door het Centrum voor Ethiek en Gezondheid (2014)’ wordt dit dilemma verder uitgewerkt. Leefstijlbeïnvloeding door de overheid en werkgevers zou per definitie acceptabel moeten zijn, omdat burgers baat hebben bij een goede gezondheid. Maar het kan onacceptabel zijn, omdat het interfereert met de individuele vrijheid. Mensen hebben het recht om eigen keuzes te maken. Het bereiken van een goede gezondheid vraagt ook soms offers. Niet iedereen kent aan een gezonde leefstijl in het teken van deze offers evenveel prioriteit toe. Over wat een gezonde voeding is, bestaan bovendien verschillende opvattingen.

Richtlijnen voor gezondere kantines

Het Voedingscentrum heeft richtlijnen opgesteld voor onder andere bedrijfskantines waarmee het voor consumenten gemakkelijker wordt om gezondere keuzes te maken. Er wordt op twee manieren naar de kantine gekeken; op productniveau (Schijf van Vijf) en op het niveau van aanbod en totale uitstraling (zie kader). Deze richtlijnen zijn een basis voor bestuurders, kantinebeheerders, cateraars etc. die zich willen inzetten voor het gezonder maken van het aanbod. Ze zijn gestoeld op bevindingen uit wetenschappelijke literatuur dat mensen eerder eten van voedsel dat prominent in de omgeving aanwezig is en gemakkelijk te verkrijgen (Voedingscentrum, 2017).

Nudging

Nudging is een motivatietechniek waarbij mensen op een positieve manier worden gestimuleerd om de juiste keuze te maken zonder de keuzevrijheid weg te nemen. Door de omgeving iets aan te passen wordt de gezonde keuze aantrekkelijker gemaakt.

Liesbeth Velema deed gedurende twaalf weken onderzoek naar het effect van een gezondere kantine op het aankoopgedrag van werknemers (Venema, 2018). Dertig bedrijfskantines deden mee. Bij de helft paste ze nudging en sociale marketing technieken toe om te sturen naar de gezondere lunch. Zo werden bijvoorbeeld ongezonde opties zoals frituur niet weggehaald, maar duurder gemaakt en minder vaak aangeboden. Velema onderzocht zeven soorten voedingsmiddelen: belegde broodjes, salades, frituur- en bladerdeeg snacks, kaasbeleg, vleesbeleg, fruit en snoep. Van de gezondere belegde broodjes, 30+ kaas en het fruit werd relatief meer verkocht in de restaurants die deelnamen aan het gezonde bedrijfsrestaurant, dan in de controlerestaurants. Een aantal strategieën bleek goed te werken. Mensen kozen onbewust voor eten waar het meeste van beschikbaar was. Zo kun je sturen in de gewenste richting door in verhouding meer van het gezonde aan te bieden. Net als het aanbieden van gezondere producten vooraan

Criteria waar kantines aan moeten voldoen volgens de Richtlijnen Gezondere Kantines van het Voedingscentrum

De basis voor alle kantines:

Aanbod

- De kantine biedt in elke aangeboden productgroep minstens één betere keuze aan. Bijvoorbeeld in de productgroep zuivel naast volle melk ook halfvolle melk.

Basis-uitstralingspunten

- Elke kantine moet in elk geval aan drie basis-uitstralingspunten voldoen:
 1. Op de opvallende plaatsen bij het uitgestalde aanbod staan betere keuzes.
 2. Op de opvallende plaatsen in de automaten staan betere keuzes.
 3. Als je eten of drinken aanbiedt bij de kassa, staan daar alleen betere keuzes.
- De kantine stimuleert het drinken van water. Bijvoorbeeld met een watertappunt.
- De organisatie heeft schriftelijk in beleid vastgelegd dat de kantine voldoet aan de Richtlijnen Gezondere Kantines.

(Voedingscentrum, 2017)

op de route en het aanbieden van een gezond 'broodje van de dag'. Ook werd er meer fruit verkocht als dat in plaats van snoepgoed bij de kassa lag. Juist de combinatie van deze nudges werkt volgens Venema goed (Foodlog, 2018).

Motivatie

Binnen een bedrijf kan de motivatie voor een gezonde leefstijl tussen medewerkers sterk verschillen. "Een ongezonde leefstijl komt vaker voor bij mensen met een lage sociaal economische status", zegt Eline Oppers. "Zij worden meer beïnvloed door de obese omgeving en misleidende marketing door de voedingsindustrie. In bepaalde bedrijven zie je ook verschil tussen werknemers die in de productie (fabriek) werken en op kantoor. Werknemers in de productie staan minder open voor aanpassingen in hun leefstijl en gezonde voeding. Zij voelen het als betutteling wanneer ze niet meer mogen roken en op de fiets naar het werk moeten komen. Hoger opgeleiden staan meer open voor veranderingen. Het helpt als het management het goede voorbeeld geeft. Als de directeur elke dag een broodje kroket eet, maar wel van zijn werknemers verlangt om gezondere keuzes te maken, geeft hij het verkeerde signaal."

Gezonder aanbod in bedrijfskantine

Patricia ten Have, diëtist, runt al vele jaren haar eigen praktijk in Santpoort met de naam 'Lefnodig'. "Je hebt immers lef nodig om een leefstijl aan te pakken", vindt zij. Patricia begeleidt mensen met overgewicht naar een nieuwe leefstijl door niet alleen voedingsadviezen te geven maar ook beweegtrainingen en zelf met haar cliënten mee te wandelen. Een van haar klanten kwam met de vraag of zij het bedrijfsrestaurant van zijn mediabedrijf gezonder zou kunnen maken. Inmiddels verzorgt Patricia vier dagen in de week de lunch bij Zigt. Zij regelt de inkoop en bereidt dagelijks soepen en salades. "Het bedrijf heeft circa 60 vooral jonge werknemers in dienst. Zij hebben o.a. Wakker Dier als klant en willen zelf ook gezondheid uitdragen. Ik ben niet zo van 'nudging', maar meer van 'alles op de schop'. Het hele assortiment heb ik aangepakt; een groter aanbod van groente (soepen en salades) en fruit, volkorenbrood en gezonde vetten op brood en voor bakken en braden. Dus geen vette snacks. Een keer per twee weken dan staan er kroketten op het menu en dat is echt een traktatie. Ik kies vooral voor pure producten van het seizoen en het liefst biologisch. Geen water meer uit flesjes, maar uit de kraan. Dat is wel een heikel punt, want men wil 'bubbeltjes'. We gaan nu een experiment starten met op elke afdeling een kraan waar bubbels aan het water worden toegevoegd. Dat is een flinke financiële investering, maar ik heb met berekeningen aangetoond dat de kosten in twee jaar zijn terugverdiend. Bovendien is er geen afval meer van flesjes."

De medewerkers betalen € 50,- per maand voor de lunch. Op de vraag hoe de werknemers alle veranderingen hebben ervaren, antwoordt Ten Have: "Eerst moesten veel mensen

*Patricia ten Have
(Lefnodig) pakt
het aanbod van
bedrijfsrestaurants
aan*



wennen aan het nieuwe assortiment en andere smaken, maar het wende snel. Ook krijg ik veel vragen van mensen over voeding en dat stimuleert hen ook in hun keuzes. Leefstijl is meer dan alleen eten en het bedrijf heeft ook daarin nog meer stappen gezet. Alle medewerkers lunchen tegelijkertijd aan ronde tafels. In principe spreekt men tijdens de lunch niet over het werk en staan mobiele telefoons uit. Na het eten gaan mensen tafeltennissen of lunchwandelen. Daarmee wordt een goed signaal afgegeven door het management."

Kansen voor diëtisten

Als meer bedrijven zich richten op de gezondheid van hun werknemers biedt dat kansen voor diëtisten. Zij kunnen hun diensten aanbieden als het gaat om veranderingen in leefstijl en verbeteringen in het assortiment van het bedrijfsrestaurant. Dus profileer jezelf als diëtist, toon lef en overtuig bedrijven van het belang van een gezonde leefstijl van de medewerkers.

Majorie Former

Literatuur:

- Platform Over Duurzame Inzetbaarheid (2014), Vierde Nationaal Onderzoek over Duurzame Inzetbaarheid, www.pwnet.nl.
- Raad voor de Volksgezondheid en zorg (2014), Rapport Leefstijlbeïnvloeding: tussen betuttelen en verwaarlozen Signalering Ethiek en Gezondheid, 2014/1, Den Haag.
- Wevers C., P. Bongers (2013) Vitaal menselijk kapitaal, Vernieuwing in de relatie arbeid en gezondheid, TNO.
- Velema E. et al (2018). Nudging and social marketing techniques encourage employees to make healthier food choices: a randomized controlled trial in 30 worksite cafeterias in The Netherlands, *The American Journal of Clinical Nutrition*, 107(2)236–246.
- Voedingscentrum (2017), Factsheet Richtlijnen Gezondere Kantines, Den Haag.

**Werknemers verleiden tot
gezondere keuzes in het
bedrijfsrestaurant**