

Vitaliteit beleid op het werk

Aandacht voor een gezonde leefstijl op de werkvloer kan veel opleveren; fitte en vitale medewerkers zijn energiever, alerter én hebben meer arbeidsvreugde. Dit komt de duurzame inzetbaarheid op langere termijn ten goede.

Af en toe een losse activiteit organiseren is mooi, maar heeft niet veel effect op de lange termijn. Daar is meer voor nodig: een samenhangende en gestructureerde aanpak vastgelegd in een vitaliteit beleid. Creëer stap voor stap een omgeving die een gezonde leefstijl onder werknemers stimuleert en vergemakkelijkt.

Hoe ziet een goed vitaliteit beleid eruit?

Een vitaliteit beleid is een beleid dat:

- werknemers aanzet tot een gezonde(re) leefstijl.
- zowel individueel als via de werkomgeving een gezonde leefstijl bevordert.
- een goede mix van activiteiten en acties omvat.
- de nadruk legt op het motiveren en/of ondersteunen van medewerkers.
- de individuele keuzevrijheid van werknemers respecteert.
- ervoor zorgt dat werknemers voldoende bewegen, evenwichtig eten, stoppen met roken, alcoholgebruik beperken en zich goed in hun vel voelen op het werk en daarbuiten.
- aandacht heeft voor werknemers met specifieke noden en behoeften.
- gericht is op de lange termijn en aansluit bij de strategische bedrijfsdoelstellingen.

Vitaliteit Stappenplan

Een vitaliteit beleid opstellen en uitvoeren hoeft niet moeilijk te zijn of veel geld te kosten. Het Vitaliteit Stappenplan helpt u hierbij. Het is een leidraad om de verschillende fases te doorlopen, van draagvlak creëren tot evalueren. Op pagina 3 tot en met 15 worden de 7 stappen beschreven.

Vitaliteit Matrix

Ook de Vitaliteit Matrix is een handig houvast: dit instrument helpt u om bij stap 4 van het Vitaliteit Stappenplan een goede mix van activiteiten te kiezen voor het thema waarmee u aan de slag wilt gaan. Dan heeft u meer kans om op de lange termijn resultaat te boeken. Zie hiervoor stap 4 en pagina 16 tot en met 18.

Invul-format

Op de website www.nogfitterenvitaler.nl kunt u een invul-format voor uw vitaliteit beleid downloaden, gebaseerd op het Vitaliteit Stappenplan en de Vitaliteit Matrix. U kunt dit format invullen op basis van de stappen die u zet en de keuzes die u maakt.

Gezonde Werkvloer Adviseur

Bij het opstellen, uitvoeren en borgen van het vitaliteit beleid kan de Gezonde Werkvloer Adviseur van NOG Fitter en Vitaler u ondersteunen. Stuur dan een mail naar gwa@nogfitterenvitaler.nl.

Certificaat NOG Fitter en Vitaler

Is uw organisatie ook NOG Fitter en Vitaler: behaal het NOG Fitter en Vitaler certificaat!

Het NOG Fitter en Vitaler certificaat is er voor organisaties die werken aan het verbeteren van de gezondheid van hun werknemers. Na het behalen van het certificaat mag uw organisatie zich gedurende vier jaar een 'NOG Fittere en Vitalere organisatie' noemen. De criteria zijn gebaseerd op de vier pijlers van de Gezonde Werkvloer Aanpak: beleid, onderzoek, kennis en omgeving.

Wilt u het NOG Fitter en Vitaler certificaat aanvragen?

Stappenplan

1. Controleer of u aan de 5 criteria voldoet (zie hieronder);
2. Vul de vragenlijst van het certificaat in en mail het naar info@nogfitterenvitaler.nl;
3. Lever de benodigde documenten ter bewijslast in;
4. De beoordeling en productie van een certificaat nemen gemiddeld 4 weken in beslag.

Criteria

U verdient het "NOG Fitter en Vitaler certificaat" als u:

1. Partner bent van NOG Fitter en Vitaler;
2. Een meerjarig beleid heeft gericht op vitale medewerkers;
3. Onderzoekt hoe de vitaliteit van uw medewerkers is;
4. Aandacht heeft voor een gezonde werkomgeving;
5. Een gezonde leefstijl in kennis en gedrag bij uw medewerkers promoot.

Kosten

U betaalt €50,- voor het certificaat. Deze kosten zijn voor de productie en verzendkosten van het certificaat. U betaalt alleen wanneer de aanvraag is goedgekeurd, als uw aanvraag is afgekeurd betaalt u niets.

Heeft u eerder een certificaat behaald en is de termijn van vier jaar verlopen? Dan kunt u opnieuw een aanvraag indienen. Wij beoordelen deze dan opnieuw waarna u (bij positief resultaat) een nieuw certificaat krijgt toegestuurd. U moet de productie en verzendkosten dan opnieuw betalen.

Neem contact met ons op als u het certificaat wil aanvragen.

Vitaliteit Stappenplan

U kunt het Vitaliteit Stappenplan gebruiken om een werkomgeving te creëren die een gezonde levensstijl onder medewerkers stimuleert. Gebruik het stappenplan om een beleid uit te werken voor (een van) de leefstijl thema's; bewegen, roken, alcohol, voeding en mentale gezondheid.

Het stappenplan is chronologisch opgesteld, maar de realiteit is vaak anders. Als u een stap hebt voltooid, betekent dat dus niet dat de vorige stappen geen aandacht meer verdienen. Spring gerust vooruit en achteruit.



Stap 1: Draagvlak

Wanneer het vitaliteit beleid wordt gesteund door een grote groep medewerkers, heeft het meer kans van slagen.

Het belang van draagvlak

Een breed draagvlak zorgt ervoor dat:

- uw medewerkers zich gehoord en betrokken voelen;
- uw medewerkers gemotiveerder zijn om te deel te nemen aan de activiteiten;
- sleutelfiguren bereid zijn om het beleid mee uit te rollen;
- besluitvormers bereid zijn om middelen vrij te maken;
- het project een vaste plaats krijgt in de organisatie en echt 'leeft' bij uw medewerkers.

Hoe creëert u draagvlak?

Om een sterk draagvlak te creëren, moet u een aantal belangrijke personen in de organisatie meekrijgen. Maar wie zijn die sleutelfiguren? Denk onder meer aan:

- leden van de ondernemingsraad of raad van bestuur;
- leidinggevendenden;
- werknemers of werknemersvertegenwoordigers;
- HR-management of de personeelsdienst;
- Bedrijfsgezondheidsdienst;
- Preventiemedewerker;
- Vakbonden.

Bedenk bij elk sleutelfiguur hoe u die persoon het beste kunt bereiken? En hoe u hem of haar kan overtuigen van de meerwaarde van een vitaliteit beleid; what's in it for him/her?

Communiceer vanaf het begin regelmatig met alle sleutelfiguren en blijf dit doen in elke fase van het proces. Geef iedereen regelmatig updates over de vooruitgang. Zo behoudt u het draagvlak en blijft u ook zelf gemotiveerd.

Stel een werkgroep samen

Vorm een werkgroep, bij voorkeur bestaande uit personen met diverse functies en uit verschillende afdelingen en niveaus van de onderneming. Dat kan een nieuwe werkgroep zijn, maar u kunt ook aansluiten bij een bestaande werkgroep.

Een projectgroep is belangrijk om:

- de invoering van het nieuwe beleid, na de officiële 'go', verder vorm te geven;
- de inbreng van alle afdelingen van het bedrijf te waarborgen, wat de kwaliteit ten goede brengt;
- de rest van het bedrijf te informeren en te motiveren;
- de taken te verdelen over diverse deskundigen;
- het onderwerp op de agenda te houden.

Deze vragen helpen u om een goede werkgroep samen te stellen:

- Zijn er enthousiaste collega's die al eens vitaliteit initiatieven hebben genomen in het verleden? Of die in hun vrije tijd veel bezig zijn met gezondheid?
- Zijn er collega's die goed zijn in overtuigend communiceren en anderen kunnen meekrijgen?
- Zijn er collega's met expertise op vlak van vitaliteit, welzijn of preventie?
- Zijn er collega's met sterke leiderschaps capaciteiten?
- Welke leidinggevenden of besluitvormers zijn belangrijk om te betrekken?

Wanneer er te veel projectleden aan tafel zitten, bestaat het gevaar dat er geen besluit wordt gevormd. Eén projectgroep bestaat daarom uit maximaal 10 personen. Nodig collega's uit met een duidelijke meerwaarde voor de werkgroep. Probeer een aantal vaste leden te strikken; anderen kunnen altijd aansluiten voor specifieke agendapunten. Zorg na elk overleg voor een goede taakverdeling op basis van de competenties van de leden.

Sterke communicatie

Alleen met duidelijke communicatie kunt u mensen motiveren en aanzetten tot actie. Communiceer vanuit de werkgroep regelmatig over de opzet, acties en resultaten van het vitaliteit beleid, en blijf dit doen doorheen het hele proces. Gebruik daarvoor bestaande communicatiekanalen, zoals bijvoorbeeld de interne nieuwsbrief of het intranet, en bespreek de vorderingen van het beleid tijdens algemene overlegmomenten.

Eensgezindheid binnen de werkgroep is cruciaal. Spreek af op welke manier u gaat communiceren. Overweeg om uw vitaliteit beleid een naam en een logo te geven.

Vraag feedback aan alle betrokkenen, óók aan zij die weerstand bieden. Het geeft u nuttige inzichten om het leefstijl beleid bij te sturen waar nodig. Bovendien creëert zo'n feedbackmoment een gevoel van betrokkenheid.

Neem de tijd

Draagvlak creëren doet u niet op één dag. U zult mogelijk weerstand ondervinden, maar dat is absoluut geen reden om op te geven. Neem de tijd die u nodig heeft om het management en de medewerkers te overtuigen.

Stap 2: Beginsituatie

Begin met het in kaart brengen van beginsituatie; wat zijn de wensen, behoeften en mogelijkheden?

Het belang van een situatieschets

Een analyse maken is belangrijk in elk veranderingsproces en dus ook voor het vitaliteit beleid. Een situatieschets helpt u om:

- gerichte acties te plannen en resultaten te boeken.
- het draagvlak te versterken en de participatie te verhogen.
- een evaluatie van de impact van het gezondheidsbeleid mogelijk te maken.
- de acties haalbaar te houden.

Met de [BRAVO Company Check](#) van het Kenniscentrum Sport krijgt u inzicht in de stand van zaken in uw bedrijf ten aanzien van de 5 thema's; voldoende Bewegen, niet Roken, matig met Alcohol, gezonde Voeding en voldoende Ontspanning, oftewel BRAVO. Door het invullen van deze BRAVO Company check krijgt u in beeld welke thema's al voldoende aandacht krijgen en voor welke thema's nog aandacht nodig is.

De Gelderse Sport Federatie kan voor uw bedrijf een digitale [vragenlijst](#) op maat samenstellen waarbij diverse thema's zoals bijvoorbeeld werkbeleving, gezondheid, werkvermogen van uw werknemers in kaart gebracht worden. Zijn medewerkers tevreden? Liggen er gezondheidsrisico's op de loer? Ook kan de Gelderse Sport Federatie voor uw bedrijf een [health check](#) op locatie aanbieden om de gezondheid van uw werknemers te testen.

Een andere optie is het laten uitvoeren van een [Preventief Medisch Onderzoek](#) (PMO) door de ArboUnie. Dit onderzoek op maat biedt inzicht in het werkvermogen, mentale veerkracht, eventuele gezondheidsrisico's en leefstijl van uw medewerkers. De uitkomsten van het onderzoek helpen bij het stimuleren van gezond gedrag.

Welke acties zijn al ondernomen?

De kans is groot dat er binnen uw organisatie al aandacht is voor de bevordering van de vitaliteit van medewerkers. Sluit hierbij aan en probeer deze verder uit te bouwen en aan te vullen.

Inventariseer welke voorzieningen in uw organisatie vitaliteit kunnen stimuleren, zoals:

- Stimuleert het voedings- en drankenaanbod gezond gedrag? Hebben leveranciers of externe partners daar een invloed op?
- Zijn er bepaalde regels of afspraken die een invloed hebben op vitaliteit?
- Hoe verloopt het woon-werkverkeer? Stimuleert de organisatie actief transport?

Neem eventueel bestaande gegevens van de organisatie erbij, zoals demografische gegevens van werknemers, verzuimcijfers of resultaten van een werktevredenheidsonderzoek.

Luister naar uw collega's!

Pols de behoeften van de medewerkers en leidinggevenden. Vraag hen welke thema's zij interessant vinden en aan welke acties zij behoefte hebben.

Maak eventueel gebruik van bestaande vragenlijsten en stem deze af op uw bedrijf. Worden er wel vaker enquêtes afgenomen op het werk? Ga dan na of er in een van die vragenlijsten ruimte is voor enkele vragen over vitaliteit. Maar ook tijdens informele gesprekken – tijdens de lunchpauze, bijvoorbeeld – kunt u interessante informatie inwinnen.

De wensen en behoeften van uw medewerkers met betrekking tot leefstijl activiteiten kunt u met deze [vragenlijst](#) van het Kenniscentrum Sport in kaart brengen. Deze vragenlijst kunt u op maat (laten) maken voor uw eigen bedrijf.

Als u de inventarisatie zelf uitvoert, moet u rekening mee houden dat u vanwege de privacy wet geen persoonlijke resultaten mag inzien. Dit is wel mogelijk op organisatie/afdeling niveau, waarbij de resultaten niet te herleiden zijn naar een persoon. Ga daarvoor uit van een groep van minimaal 15 personen.

U kunt de inventarisatie ook door NOG Fitter en Vitaler laten uitvoeren. Neem hiervoor contact op met de [Gezonde Werkvloer Adviseur](#).

Ontdek de mogelijkheden van de werkomgeving

Analyseer de omgeving van de onderneming. Zowel de fysieke als de sociale omgeving van de organisatie kunnen een meerwaarde betekenen voor het vitaliteit beleid. Stel uzelf volgende vragen:

- Welke infrastructuur is er binnen en buiten de organisatie beschikbaar?
- Zijn er douche- of omkleedmogelijkheden op het werk?
- Hoe ziet de fysieke omgeving van de organisatie eruit? Is er misschien een park in de buurt?
- Zijn er mensen op het werk met specifieke vaardigheden? Zijn er bijvoorbeeld collega's die in hun vrije tijd sportlessen geven?
- Op welke personen en partners kunt u rekenen voor (financiële) steun?

Een verslag met inzichten

Breng alle inzichten samen: de analyse van eerdere acties, de behoeften van medewerkers en de omgevingsmogelijkheden. Interpreteer de resultaten en giet ze in een overzichtelijk verslag. Gebruik dit verslag om in de volgende stap acties te bedenken en te toetsen.

Stap 3: Doelstellingen

Als de wensen, behoeften en mogelijkheden in kaart zijn gebracht, is het tijd om de prioriteiten te bepalen en doelstellingen te formuleren.

Wat wilt u bereiken met uw vitaliteit beleid?

Formuleer één concreet overall doel voor uw vitaliteit beleid.

Houd de visie van de organisatie in het achterhoofd wanneer u dit overall doel formuleert. Probeer aansluiting te vinden bij de algemene doelstellingen van uw organisatie.

Bijvoorbeeld

Wij willen de gezondheid van onze medewerkers bevorderen door activiteiten op de werkvloer aan te bieden en de fysieke en sociale werkomgeving gezonder in te richten.

Welke thema's krijgen prioriteit?

Bepaal aan de hand van de behoefte inventarisatie en de analyse van de beginsituatie welke thema's prioriteit krijgen en als eerste aangepakt gaan worden. Het is raadzaam om niet te veel thema's tegelijkertijd aan te pakken.

Ga liever met slechts 1 of hoogstens 2 thema's intensief aan de slag; dat maakt de uitvoering beter hanteerbaar en is voor uw medewerkers ook overzichtelijker en duidelijker. Als deze thema's goed zijn ingebed, kunt u eventueel een nieuw thema aanpakken.

Voor de geprioriteerde thema's werkt u stap 4 en 5 van het Vitaliteit Stappenplan verder uit.

Stap 4: Actieplan

De prioriteiten bepaald? Op naar de volgende stap: bedenk hoe u de geprioriteerde thema's gaat aanpakken en hoe u uw actieplan gaat invullen. Hiervoor kunt u de Vitaliteit Matrix gebruiken, zie pagina 16 tot en met 18.

Wat wilt u met de aanpak van het geprioriteerde thema bereiken?

Formuleer voor elk van de geprioriteerde thema's concrete doelstellingen.

Houd hierbij ook rekening met de aansluiting bij de algemene doelstellingen van uw organisatie en het overall doel van uw vitaliteit beleid.

Doe zo nodig aanvullend onderzoek

Het kan zijn dat het nodig/wenselijk is om aanvullend onderzoek te doen binnen de organisatie met betrekking tot de geprioriteerde thema's. Ga hiervoor zo nodig terug naar stap 2.

Bedenk zoveel mogelijk acties

Nu is het tijd om met acties voor de dag te komen. Bedenk er in eerste instantie zoveel mogelijk. Let daarbij nog niet te veel op de aansluiting bij de visie en/of de haalbaarheid. Brainstorm er maar op los! Het doel is om hele diverse acties te bedenken.

Op de website www.nogfitterenvitaler.nl kunt u ter inspiratie een lijst met tips downloaden die werkgevers en werknemers per thema kunnen toepassen.

Gebruik de Vitaliteit Matrix om alle ideeën te ordenen. Zo krijgt u zich op de strategieën en/of niveaus waarvoor eventueel nog ideeën ontbreken.

Een goede selectie

Maak uit alle geopperde acties een selectie op basis van enkele vragen:

- Sluit de actie aan bij de behoeftes van de werknemers?
- Sluit de actie aan bij de doelstellingen van het vitaliteit beleid?
- Past de actie binnen de omgevingsmogelijkheden van het bedrijf?
- Spreekt de actie ook de meer kwetsbare werknemers aan?
- Is de actie eenvoudig te verwezenlijken of vraagt het een grotere inspanning?
- Kan de actie op de korte of de lange termijn uitgewerkt worden?

Probeer acties te selecteren die gezamenlijk zoveel mogelijk strategieën en niveaus van de Vitaliteit Matrix bestrijken. Dan is de kans groter dat u duurzame resultaten boekt en uw vitaliteit beleid een succes wordt.

Probeer daarnaast zoveel mogelijk te variëren in het soort acties die u kiest: eenvoudige en minder eenvoudige, korte en lange termijn, ... Maar vooral: gooi niets weg! De acties die de selectie niet hebben gehaald, kunnen later misschien nog dienstdoen.

Stel een actieplan op

Stel een actieplan met daarin de geselecteerde acties. Het actieplan is uw wegbeschrijving, dus wees concreet genoeg. Enkele details die u kunt opnemen in het plan, met name voor de grotere acties:

- een concrete titel;
- de verantwoordelijke;
- een afgebakende timing en taakverdeling;
- de doelstelling en de doelgroep;
- de verschillende communicatiekanalen;
- de evaluatiecriteria (zie ook stap 6);
- mogelijke manieren om bij te sturen wanneer iets niet vlot loopt;
- mogelijke inkomsten en uitgaven.

Leg het actieplan voor aan het management en vraag feedback. Vraag het management om de nodige financiële middelen en personeel vrij te maken en de plannen openlijk te ondersteunen.

Stap 5: Uitvoering

Na een lange voorbereiding wordt het tijd om acties te gaan uitvoeren. Een gezonde leefstijl zal nu echt gaan leven bij u op het werk.

Medewerkers mee krijgen

Om uw medewerkers aan te zetten tot actie is het belangrijk om hen de voordelen van vitaliteit beleid te laten inzien.

Acties zijn belangrijk om:

- iedereen mee te laten doen aan verschillende activiteiten;
- informatie te geven over een gezonde leefstijl en vaardigheden aan te leren zodat werknemers hun gedrag kunnen aanpassen;
- te laten zien dat aandacht voor vitaliteit op en rond het werk gezond, leuk en prettig is;
- met concrete activiteiten aandacht te krijgen voor het achterliggende gezondheidsbeleid;
- iedereen in het bedrijf in gesprek te krijgen over gezondheidsbevordering op de werkvloer.

Maak het medewerkers makkelijk om te reageren om en/of deel te nemen aan de geplande activiteiten. Probeer bovendien collega's met diverse functies en achtergronden bij de activiteiten te betrekken. Lopen de acties vlot? Geen betere manier om dat te weten te komen dan door regelmatig feedback te vragen aan alle betrokkenen.

Zoek aanjagers

Het is handig om binnen uw organisatie op zoek te gaan naar 'aanjagers' of 'ambassadeurs'. Dit zijn spontane, extraverte collega's die:

- een voortrekkersrol hebben bij de vitaliteit activiteiten;
- collega's kunnen enthousiasmeren;
- goed bekend zijn in de organisatie en veel collega's kennen;
- afspraken maken met collega's over wanneer, waar en hoe;
- een rondje over de afdeling lopen om collega's mee te krijgen;
- het een uitdaging vinden zoveel mogelijk collega's in actie te krijgen;
- en daarin volhoudend zijn.

In deze [brochure](#) van het Kenniscentrum Sport wordt weergegeven wordt hoe aanjagers andere collega's kunnen motiveren om in beweging te komen. Het is een oude brochure waardoor de verwijzingen naar enkele websites helaas niet meer kloppen.

Zorg voor een flitsende start

Zorg voor een flitsende start om het vitaliteit beleid onder de aandacht te brengen. Laat bijvoorbeeld de directeur of een bekende sporter de aftrap geven. Organiseer in de eerste week een groot evenement om het programma voor de komende periode aan te kondigen. Zo weet iedereen dat de campagne gestart is.

Kies voor de start eventueel een specifieke datum, zoals Werelddag voor veiligheid en gezondheid op het werk (28 april), Wereldgezondheidsdag (7 april) of World No Tobacco Day (31 mei).

Implementeren kost tijd. Medewerkers willen vaak niet overdonderd worden met een hoeveelheid aan activiteiten. Een maandelijkse activiteit of één per seizoen is al meer dan genoeg.

Practice what you preach

Laat bestuur, management en leidinggevenden het goede voorbeeld geven. Goed voorbeeld doet volgen. Door de top van het bedrijf te laten deelnemen aan de vitaliteit activiteiten laat de organisatie het belang ervan zien. Werknemers worden dan gestimuleerd om mee te doen, want leiders zijn vaak een inspiratiebron.

Heldere communicatie

In deze stap is heldere en wervende communicatie cruciaal. Alleen met duidelijke communicatie kunt u mensen motiveren en aanzetten tot actie. Maak een duidelijke presentatie over het actieplan en presenteer jullie ideeën op een enthousiaste manier.

Leg het plan in detail uit: wat is het plan? Hoe kwam het tot stand? Wie werkte eraan mee? Welke activiteiten staan op de agenda? Communiceer via verscheidene kanalen over de locatie en het tijdstip van de acties. Maak bij voorkeur een kalender die alle activiteiten bundelt en de medewerkers een duidelijk overzicht geeft. Communiceer over de actie aan de hand van posters, flyers of filmpjes.

Eensgezindheid binnen de werkgroep is cruciaal. Spreek af op welke manier jullie zullen communiceren. Het beleid een leuke naam en logo geven, is hier ook absoluut een meerwaarde.

Stuur bij waar nodig

Grijp regelmatig terug naar het actieplan om te kijken of alles loopt zoals het moet. Als u bijvoorbeeld merkt dat de actie zijn doel niet bereikt, vraag u dan af of het nodig is om ze bij te sturen. Waarschijnlijk komt u onderweg weleens hindernissen tegen, zoals:

- onvoldoende tijd en middelen
- lage participatie
- onvoldoende steun van de sleutelfiguren
- verminderde motivatie in de werkgroep
- gebrek aan monitoring van de uitvoering

Bepaalde groepen voelen zich altijd minder aangesproken en nemen misschien minder snel deel aan activiteiten. Voelt u dat u niet iedereen bereikt? Probeer dan eens een laagdrempelige actie uit, zoals een infoavond of een workshop.

Stap 6: Evaluatie

Als een aantal acties is uitgevoerd, is het tijd om deze te evalueren en zo nodig bij te sturen.

Waarom evalueren?

Meten is weten. Een evaluatie lijkt logisch, maar ontsnapt toch vaak aan de aandacht. Evalueren is belangrijk om:

- na te gaan of de vooraf gestelde doelen behaald worden;
- te meten of de geplande activiteiten het gewenste effect hebben;
- te meten of er voldoende deelname is aan de activiteiten;
- bij te sturen daar waar dingen niet goed gaan;
- succesvolle activiteiten te verlengen en minder succesvolle activiteiten te staken of te veranderen;
- verantwoording af leggen aan het management en werknemers over de zin en effectiviteit van het beleid.

Er zijn meerdere mogelijkheden om een goede evaluatie uit te voeren. Naast een aparte evaluatie kunt u de evaluatie ook meenemen in bestaande onderzoeken zoals PAGO, RI&E of medewerkerstevredenheidsonderzoek.

Hoe evalueren?

Bepaal de evaluatiecriteria op basis van de visie en doelstellingen van uw vitaliteit beleid. Kijk daarvoor ook even terug naar stap 2 van dit stappenplan. De instrumenten die gebruikt zijn om de wensen en behoeften in kaart te brengen, kunnen ook richting geven aan de evaluatie.

Evalueer zowel de samenwerking in de werkgroep als de uitwerking van het vitaliteit beleid en de acties zelf. Evalueer het beleid op basis van 5 invalshoeken:

- de tevredenheid: hoe hebben de medewerkers het project beleefd en ervaren?
- het proces: wat is er gebeurd, hoe is het verlopen en waarom liep het zo?
- het effect: zijn de doelstellingen bereikt?
- de kennis, het gedrag, de vaardigheden en de leefstijl van de werknemers.
- de productiviteit, het verzuim en teamsfeer binnen de organisatie.

Wilt u feedback vanuit de werknemers krijgen? Stel dan duidelijke en concrete vragen en houd het aantal beperkt. Evalueer ook altijd specifieke onderdelen in plaats van (alleen) het project in zijn geheel.

Zo nodig kunnen we vanuit NOG Fitter en Vitaler hierbij ondersteuning bieden. Neem daarvoor contact op met de Gezonde Werkvloer Adviseur door een mail te sturen naar gwa@nogfitterenvitaler.nl.

Maak een evaluatieverslag

Breng alle informatie samen in een evaluatieverslag. Geef aan welke doelstellingen al bereikt zijn en hoe elke actie heeft bijgedragen tot de algemene doelstelling van het vitaliteit beleid. Wat

waren de belangrijkste drempels en wat waren succesfactoren? Wat liep goed en wat minder goed? Het zijn stuk voor stuk leerpunten voor toekomstige acties.

Presenteer en bespreek het verslag binnen de werkgroep. Communiceer later ook de resultaten en aanpassingen naar de sleutelfiguren en de werknemers.

Stap 7: Verankering

De leefstijl van medewerkers bevorderen is een continu proces en vraagt continue inspanning. Probeer daarom het vitaliteit beleid te integreren in de dagelijkse routine van het bedrijf.

Stuur het vitaliteit beleid bij

Schaaf de acties voortdurend waar nodig bij. Zet het beleid regelmatig op de agenda, of maak er een vast agendapunt van. Maar voer ook de nodige aanpassingen in de werkgroep door. Hoe kan nóg beter samengewerkt worden?

Verandering van spijs doet eten. Zet daarom regelmatig nieuwe acties op. Kijk nog eens naar de acties uit stap 4 die nog niet in het actieplan zijn opgenomen: zit er nog iets interessants bij? Als u besluit nieuwe acties te organiseren, blijf ze dan heel concreet plannen: wie, wat, waar, wanneer, hoe? Voel ook aan wanneer het tijd is voor een nieuwe behoeftepeiling onder de werknemers.

Verankering

Verankering is belangrijk om:

- het vitaliteit beleid een structurele plek te geven in de organisatie;
- beleid te behouden voor de organisatie en niet te laten verdwijnen met bijvoorbeeld het vertrek van een enthousiaste persoon;
- de activiteiten zoveel mogelijk te laten aansluiten bij en in te bedden in het dagelijks handelen.

Probeer het vitaliteit beleid zo diep mogelijk te verankeren in de structuur van uw organisatie. Verankering gebeurt in elk organisatie op een andere manier. Enkele voorbeelden:

- Besteed een vaste rubriek van het personeelsblad aan vitaliteit en gezondheid.
- Geef elke nieuwe medewerker een informatiepakket ontvangt over het vitaliteit beleid binnen uw organisatie.
- Besteed in het jaarlijkse functioneringsgesprek aandacht aan alle leefstijl thema's.
- Neem het vitaliteit beleid op in de plannings- en controlecyclus van het bedrijf.
- Neem het vitaliteit beleid op als onderdeel van personeelsbeleid, Arbobeleid en bedrijfsvoering.
- Moedig het management aan zich bij te scholen in gezondheidsbevordering.

Blijf ten slotte regelmatig en enthousiast communiceren over vitaliteit en gezondheid. Zo behoudt en versterkt u het draagvlak. Communiceer over alle veranderingen in het beleid en experimenteer ook eens met nieuwe communicatiekanalen.

Vitaliteit Matrix

Als u vitaliteit acties aanbiedt, wilt u uiteraard dat die iets opleveren. Uw kans op succes is een groter wanneer u een goede mix van acties opzet met verschillende pijlers en voor verschillende niveaus. De Vitaliteit Matrix helpt u hierbij.

Pijlers

Iedereen is verschillend. Het is dan ook logisch dat u niet iedereen met dezelfde acties kunt overtuigen om gezonder te leven. Door bij de keuze en uitwerking van uw acties rekening te houden met verschillende pijlers, kunt u een diverse groep medewerkers warm maken.

In de Vitaliteit Matrix worden 4 verschillende pijlers onderscheiden die u kunt toepassen in uw acties. Ga voor uw organisatie na welke pijlers al genoeg aandacht krijgen en welke nog te weinig.

Kennis

Het is belangrijk dat uw medewerkers voldoende kennis hebben over gezond gedrag en de juiste vaardigheden hebben om hiermee aan de slag te gaan. U kunt bijvoorbeeld:

- uw medewerkers via workshops informeren;
- hun vaardigheden en gewoontes trainen via programma's die u aanbiedt.

Op de website www.nogfitterenvitaler.nl worden op de pagina's voor werkgevers en de pagina's voor werknemers voor elk vitaliteit thema geschikte programma's en apps beschreven die u kunt inzetten. Daarnaast kunt u op www.nogfitterenvitaler.nl ter inspiratie een lijst met tips downloaden die werkgevers en werknemers per thema kunnen toepassen.

Omgeving

Het is belangrijk dat de werkomgeving uw medewerkers aanmoedigt en ondersteunt om het gezonde gedrag te vertonen. Met omgevingsinterventies pakt u de inrichting van de omgeving van uw organisatie aan. Bijvoorbeeld door het aanbod in het bedrijfsrestaurant / de kantine aan te passen of door dynamisch kantoormeubilair te plaatsen.

Zorg en begeleiding

De pijler zorg en begeleiding omvat:

- de organisatie van de begeleidingstrajecten met externe partners en de verwijzing naar specifieke zorg, zoals de begeleiding van werknemers met depressie of externe rookstopondersteuning.
- vroegtijdige signalering van gezondheidsproblemen bij medewerkers, zoals de signaalfunctie van leidinggevenden bij verslavingsproblemen.

Beleid

Beleid met daarin duidelijke afspraken en regels met betrekking tot de vitaliteit thema's waarmee u aan de slag gaat, is onmisbaar als u gezond gedrag wilt aanmoedigen en ongezond gedrag wilt afraden. Vervolgens is het belangrijk om dit beleid kenbaar te maken binnen de organisatie en om het beleid te verankeren in de organisatie.

Niveaus

Een bedrijf bestaat uit verschillende niveaus. Door uw acties over die niveaus te spreiden, geeft u iedereen voldoende aandacht en benut u alle mogelijkheden. In de Leefstijl Matrix vindt u vier verschillende niveaus van een organisatie terug.

Werknemer

Maak onderscheid tussen acties voor individuele werknemers, prioritaire doelgroepen en kwetsbare doelgroepen. Houd rekening met hun verschillende behoeften en wensen.

Team of afdeling

Op het niveau van het team of de afdeling staat kennis centraal. De leefstijl thema's komen aan bod via informatiesessies of workshops. Houd hierbij vooral rekening met organisatorische en ruimtelijke aspecten die betrekking hebben op teams of afdelingen.

Bedrijf of organisatie

Dit niveau omvat alle werknemers en hun leefomgeving binnen de werkcontext. De aandacht gaat onder meer naar:

- de organisatie van de kennisvermeerdering over de afdelingen heen;
- de organisatie van bedrijfsactiviteiten;
- de sociale normen binnen de organisatie en een gezondheid bevorderend bedrijfsklimaat;
- de uitwerking van een bedrijfsvisie;
- de uitbouw van een gezonde werkomgeving;
- regels en afspraken rond vitaliteit (bv. in het arbeidsreglement);
- de begeleiding van werknemers.

Omgeving buiten de organisatie

Met de omgeving buiten de organisatie bedoelen we bijvoorbeeld de gezinnen van werknemers, leveranciers, buurbedrijven, het gemeentebestuur, fietspaden en sectorgerichte acties. Een organisatie staat niet op zich. Ze maakt deel uit van de fysieke en sociale omgeving buiten de organisatie die een invloed heeft op het vitaliteit beleid.

Zo beïnvloeden de beslissingen van het gemeentebestuur bijvoorbeeld de verkeersinfrastructuur rond uw organisatie. Of kunnen problemen in het privéleven van een werknemer een invloed hebben op zijn of haar welzijn en functioneren op het werk.

	Werknemer	Team of afdeling	Bedrijf	Omgeving buiten het bedrijf
Kennis	... [actie] [actie] [actie] [actie] ...
	... [actie] [actie] [actie] [actie] ...
	... [actie] [actie] [actie] [actie] ...

Omgeving	... [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] ...
Zorg en begeleiding	... [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] ...
Beleid	... [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] [actie] ...