



Gezonde voeding stimuleren
bij medewerkers

Het kan!

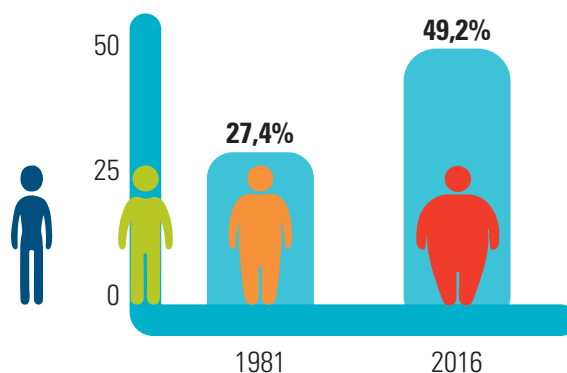
- De cijfers en de feiten
- Het geheim van de 'blue zones'
- 10 inzichten uit de gedragspsychologie
- 5 do's en 5 don'ts

Samenvatting

Geen onderwerp is zo veelbesproken als voeding. Tegelijk is het misschien wel het meest lastige onderwerp voor een werkgever om in de eigen organisatie aan de orde te stellen. In elk geval is het belangrijk, want overgewicht en obesitas bij volwassenen nemen toe, met gevolgen voor productiviteit en inzetbaarheid. Wat ook is toegenomen, is het inzicht dat het omgekeerde ook geldt: voeding als medicijn. De vraag is wat medewerkers zelf vinden en hoe 'gezondheidspromotie' het best kan plaatsvinden. De inzichten uit de gedragspsychologie zijn hierbij bijzonder nuttig. Deze whitepaper reikt 10 van deze inzichten aan en noemt 5 don'ts en 5 do's. Want gezonde voeding stimuleren bij medewerkers, het kan!

Geen onderwerp is zo veelbesproken als voeding. Tegelijk is het misschien wel het meest lastige onderwerp voor een werkgever om in de eigen organisatie aan de orde te stellen. In elk geval is het belangrijk. Overgewicht neemt bij volwassenen in Nederland jaar in jaar uit toe en heeft een relatie met verschillende aandoeningen – en dus met duurzame inzetbaarheid van uw medewerkers.

Het goede nieuws is dat het wel degelijk mogelijk is om gezonde voeding bij medewerkers te stimuleren!



De cijfers en de feiten

CBS houdt sinds 1981 het overgewicht van de Nederlanders bij. In het beginjaar was dat 27,4%, in 2016 had bijna de helft (49,2%) van de Nederlanders van 18 jaar en ouder overgewicht (een Body Mass Index (BMI) groter dan 25). In totaal heeft 14,2% van de Nederlanders van 18 jaar en ouder obesitas, dus ernstig overgewicht. Een verhoogd lichaamsgewicht is een belangrijke factor in de toename van verschillende aandoeningen, zoals diabetes en kanker. Dit is dus een risicofactor als het gaat om verzuim en arbeidsongeschiktheid. Van obesitas is bekend dat dit leidt tot een twee keer zo hoog productiviteitsverlies als iemand met een normaal gewicht. Alle reden dus om hieraan als maatschappij én als werkgever aandacht te besteden.

Goed voor elkaar

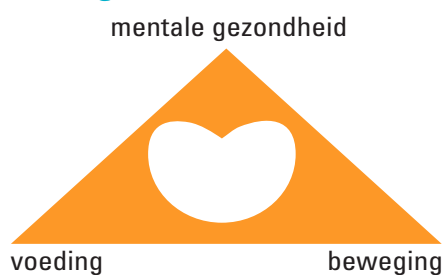


Inzicht: voeding als medicijn

Gelukkig neemt ook de aandacht toe voor het omgekeerde, voor afvallen en gezonder eten als manier om klachten te verminderen en zelfs voor 'voeding als medicijn'. Volgens de Vereniging Arts en Voeding is juiste voeding niet alleen van belang voor preventie, maar kan het in sommige gevallen als behandeloptie worden ingezet. Uit onderzoek van het Leids Universitair Medisch Centrum (LUMC), TNO en Coöperatie VGZ blijkt dat 40% van de mensen met diabetes type 2 hier helemaal vanaf komt als zij hun leefstijl veranderen. Besparing voor de samenleving: € 2,7 miljard per jaar. Om die reden won het betreffende programma, 'Keer diabetes om', in 2016 de Zinnige Zorg Award van Coöperatie VGZ.

Socioloog Antonovsky vroeg hiervoor enkele decennia geleden al aandacht. In plaats van de traditionele geneeskunde (pathogenese) die ziekte centraal zet, stelde hij voor het accent te leggen op gezondheid en de verhouding daarvan met stress en coping, dus hoe ga je met dingen om. Hij noemde dit salutogenese. Arts-onderzoeker Machteld Huber legt met het begrip positieve gezondheid ook het accent op gezondheid in de meeste brede zin en op zelfregie.

De gezondheidsdriehoek!



Voeding heeft een fysieke en een psychische kant. Het gaat enerzijds om hoeveelheid en kwaliteit én anderzijds om eetgedrag. Het laatste heeft te maken met

bewustzijn en zelfregie. Ook is er een relatie met beweging: hoe meer lichamelijke activiteit, hoe meer calorieën je verbruikt. Daarom zien wij voeding als onderdeel van de 'gezondheidsdriehoek' mentale gezondheid, beweging en voeding.

Ook heeft eetgedrag een relatie met factoren zoals opleiding en inkomen. Over het algemeen geldt, dat hoe lager de opleiding en het inkomen is, hoe minder gezond de leefstijl is. Ook zijn er regionale verschillen. Internationaal worden bijvoorbeeld 'blue zones' onderscheiden, waarin mensen gezonder, langer en gelukkiger leven. Dit zijn: Okinawa (Japan), Loma Linda (Californië), Nicoya (Costa Rica), Ikaria (Griekenland) en Sardinië (Italië).

Promotie van gezondheid

Dat wil iedereen wel, zou je denken, een blue zone voor zichzelf. Het tegendeel lijkt dus in de praktijk eerder waar. Daarom is er steeds meer aandacht voor 'gezondheidspromotie'. De American Journal of Health Promotion omschrijft dit zo:

'Bevordering van de gezondheid is de kunst en wetenschap om mensen te helpen:

- ontdekken van de synergieën tussen hun passies en optimale gezondheid,
- verbeteren van hun motivatie om te streven naar een optimale gezondheid en
- veranderen van hun leefstijl'.

Dit komt dus sterk overeen met salutogenese en positieve gezondheid.

Waarom lukt het soms niet

Werkgevers onderschrijven doorgaans het belang van een gezonde leefstijl, zoals gezond voedingsgedrag. Veel organisaties stimuleren medewerkers daarin ook actief. Echter, de resultaten hiervan zijn wisselend. De American Journal of Health Promotion verwoordt dit zo: 'Gebrek aan belangstelling of onwil van medewerkers om deel te nemen lijken de voornaamste hinderpalen. Bijna tweederde van de bedrijven ziet daarom het veranderen van ongezonde gewoonten van medewerkers als een grote uitdaging.' En hoewel sprake is van een gedeeld belang, vragen vakbonden om grote terughoudendheid op dit punt. FNV gaf recent tijdens een debat aan: 'Een adviserende rol van de werkgever is prima, maar verder gaan mag niet'. Wel erkent ook FNV het belang van een gezondheids- en duurzame inzetbaarheidsbeleid.

Dit vinden medewerkers zelf

Uit eigen onderzoeken en cocreatiesessies weten we wat medewerkers wel en niet willen als het gaat om ondersteuning van een gezonde leefstijl door de werkgever. Voor alles zien zij hun gezondheid als een privéaangelegenheid, waarvoor zij zelf verantwoordelijk zijn. De meesten vinden dat hun werkgever zich niet met hun gezondheid zou moeten bemoeien. En iemand aanspreken op bijvoorbeeld zijn of haar gewicht is voor velen 'not done'. Uit de wijze van respons bleek ook dat het onderwerp gevoelig ligt en dus altijd omzichtig dient te worden aangepakt.

Het geheim van de 'blue zones'

In een 'blue zone' leven mensen gezonder, langer en gelukkiger.

Dat komt omdat deze mensen dit doen:

- Door de hele dag bewegen
- Een doel of passie hebben
- Terugschakelen
- Zich nooit meer dan 80% vol eten
- Vooral plantaardig eten
- Regelmatig (een beetje!) wijn drinken...
- In een gezonde omgeving verkeren
- Spiritueel zijn
- De familie voorop zetten

En wie wil dat nu niet, een lang en gelukkig leven...?!



Toch zien medewerkers wel degelijk een rol voor de werkgever, op de volgende punten:

- Als de veiligheid of de sfeer in het bedrijf in het geding is, bijvoorbeeld als iemand sterke drank drinkt op het werk.
- Een gezond en financieel aantrekkelijk aanbod in het bedrijfsrestaurant, ook bij onregelmatige werktijden of nachtdiensten, bijvoorbeeld met gezonde opties in een snackautomaat en een magnetron om gezonde maaltijden op te warmen.
- Belonen van gezond gedrag. Sommigen zien hierbij wel wat in een materiële beloning, in geld of tijd, maar ook een compliment wordt gewaardeerd!
- Het aanbieden van een gezondheidscheck.

Pluspunten gezondheidscheck

Een check biedt goede aanknopingspunten voor een vervolg. Een pluspunt hiervan is ook dat deze objectiveert. De uitkomsten van een gezondheidscheck kunnen daarom een effectieve trigger zijn om serieus met zichzelf aan de slag te gaan en het voedingsgedrag te wijzigen. Deze stimuleert dus zelfregie. Belangrijk is dan wel dat de mogelijkheden om aan de uitkomsten een vervolg te geven direct (!) beschikbaar zijn of dat medewerkers in elk geval worden geholpen ze makkelijk te vinden en gebruiken. En uiteraard dient de privacy van de medewerkers van begin tot eind te worden gerespecteerd.

10 inzichten uit de gedragspsychologie

Er zijn dus wel degelijk mogelijkheden om invloed uit te oefenen op de leefstijl van medewerkers en in het bijzonder op eetgewoonten. Wat hierbij kan helpen, is het toepassen van inzichten uit de gedragspsychologie, die de laatste decennia sterk zijn toegenomen. Dit bracht psycholoog en hoogleraar Fred van Raaij tot de uitspraak: 'De mens is in hoge mate irrationeel, maar inmiddels wel voorspelbaar irrationeel'. Daarom volgen hierna 10 inzichten uit de gedragspsychologie, die benut kunnen worden bij het positief beïnvloeden van voedingsgedrag.

1. **Vragen** of mensen weleens iets overwegen, verhoogt de kans dat zij dit daadwerkelijk gaan doen. Een vraag stellen zet mensen aan het denken en draagt bij aan bewustwording van alternatieven. Een simpel onderzoek kan daarom effectiever zijn dan een promotiecampagne.
2. Wat ook kan helpen, is juist niet het aanbieden van gericht ondersteuning, maar dit geheel open laten en medewerkers een '**menukaart**' van mogelijkheden bieden. Zij kunnen dan zelf bepalen waaraan zij bijvoorbeeld een klein budget besteden. Zo'n duwtje in de goede richting wordt wel een '**nudge**' genoemd. Bovendien hebben mensen dan ook veel meer het gevoel dat zij zelf hebben gekozen. Dit versterkt hun intrinsieke motivatie.
3. Het opdoen van **nieuwe ervaringen** is een andere vorm hiervan. Creëer een '**enriched environment**', heet dat in de literatuur. Dit kan leiden tot tot '**disrupting**' van het gewoontegedrag, nieuwe inzichten, een '**kettingreactie**' en wijzigingen in leefstijl. Een vakantie of een ziekte van een familielid zijn dergelijke natuurlijke nieuwe ervaringen.
4. Als een thema bij een medewerker vanzelf al aan de orde is, dan kan er het best op worden ingespeeld en dit zo **versterken**. Bij veel mensen met bijvoorbeeld overgewicht ontstaat vroeg of laat zelf het idee dat zij willen afvallen. Dat is dan hét moment om hen hierbij hulp te bieden. Dit betekent dat verschillende opties om met de eigen leefstijl aan de slag te gaan, doorlopend aanwezig dienen te zijn. Niet voor niets wordt het succes van Coca-Cola deels verklaard doordat een fles of blikje altijd 'een armlengte' bij je vandaan is.
5. Zorg voor een **gezonde 'default'** ofwel een '**normale**' situatie. Het is van belang dat in een bedrijfsrestaurant gezonde voeding makkelijk en financieel aantrekkelijk voorhanden is. En dat minder gezonde voeding niet zichtbaar aanwezig is en men hierom expliciet moeten vragen en op de bereiding moet wachten.
6. De stem van **de groep** is sterk. Daarom werkt het heel goed om gezamenlijk iets te doen en/of mensen te vertellen hoeveel anderen het ook doen. Bijvoorbeeld: 'in ons bedrijf doen al 50 mensen met dit programma mee'.
7. Een oude bekende, maar nog steeds effectief: geef een **voorbeeld**, maar dan van een herkenbaar persoon. Mensen zijn geneigd zich vooral te spiegelen aan gelijken. Topsporters of graatmagere modellen verminderen het gevoel van haalbaarheid eerder dan dat dit stimuleert.
8. Als medewerkers iets willen veranderen in hun leefstijl, werkt het heel krachtig om hierover met hen iets **af te spreken**. Ik wil bijvoorbeeld zoveel kilo afvallen binnen die termijn. Mensen willen hun '**belofte**' doorgaans graag nakomen en zich aan de gemaakte '**afsprake**' houden, zeker als anderen er ook van weten.
9. Ook heel effectief: de **autoriteit**. Laat bijvoorbeeld de uitkomsten van een gezondheidscheck aan een medewerker presenteren door een deskundige in bij voorkeur een witte jas, bijvoorbeeld een bedrijfsarts. En laat deze ook een advies geven. De resultaten komen dan meer '**binnen**' en zullen eerder worden opgevolgd.
10. Ten slotte, maar niet het minst belangrijk: biedt mensen een **positief perspectief**. Het is makkelijker om iets te bereiken dan iets niet meer te doen. Wat zouden bijvoorbeeld de voordelen zijn van een lager lichaamsgewicht?!

5 don'ts en 5 do's

Don'ts	Do's
1  Alleen algemene, abstracte informatie	Maak het zo concreet mogelijk: voorbeelden, concreet doel, duidelijke stappen, specifieke suggesties  keuze voor lekkere gezonde gerechten
2  Alleen wijzen op mogelijke problemen die kunnen ontstaan door overgewicht	Vooral benoemen wat het voor iemand oplevert – en gebruik hierbij humor!  je kunt dan weer een leuke jurk aan, of (bij diabetes) je hebt dan mogelijk dat gedoe met bloedwaarden en medicijnen niet meer!
3  Negatief gedrag bestraffen, bijvoorbeeld aanspreken op wat niet deugt	Uitdagen om te verbeteren en positief gedrag belonen  als je dat bereikt, dan...!
4  Oud gedrag proberen te stoppen, dingen niet meer doen	Nieuw gedrag aanleren, dingen wél gaan doen  als je behoefte voelt om te eten, neem dan een lekkere kop thee of loop een blokje om
5  Een totale verandering nastreven	Kleine, haalbare stappen zetten voor de korte termijn, direct, nu!  kies vandaag voor gezond!

Positieve gezondheid en zinnige zorg

Cijfers over zorgconsumptie en onderzoek geven IZA inzicht in veelvoorkomende gezondheidsproblemen van medewerkers. IZA benut dit inzicht graag om werkgevers te informeren en te helpen om de klachten te voorkomen en te beperken.

Good practice diabetes type 2

Ook werkt IZA met zorgaanbieders en anderen aan good practices voor de behandeling hiervan. IZA vergoedt daarom bijvoorbeeld de leefstijlbehandeling voor mensen met diabetes type 2, van de Stichting Voeding Leeft. Deze behandeling heet 'Keer diabetes om'. Beter eten en meer bewegen kunnen deze aandoening 'genezen'. Dit geldt

voor 40% van de bijna één miljoen mensen in Nederland met diabetes type 2. Bijzonder aan de behandeling is ook, dat diabetes patiënten elkaar ondersteunen in verandering van hun leefstijl en eetpatroon. Dit draagt bij aan de effectiviteit ervan. IZA ziet dit als een mooi voorbeeld van 'zinnige zorg'.

Gezond Leven portaal

IZA baseert zich hierbij op het gedachtengoed van 'positieve gezondheid' van de arts-onderzoeker Machteld Huber. Dit is ook de basis van het digitale Gezond Leven portaal. Dit portaal bieden wij uw medewerkers aan: www.iza.nl/gezond-leven. Hierop besteden wij concrete aandacht aan

alle aspecten van positieve gezondheid. Uw medewerkers kunnen hiermee zelfstandig aan de slag.



In 2016 won de Stichting Voeding Leeft de Zinnige Zorg Award van Coöperatie VGZ, met de leefstijlbehandeling 'Keer diabetes om'.

Meer weten?

Wilt u meer informatie over dit onderwerp of advies hoe u de duurzame inzetbaarheid van uw medewerkers in uw organisatie het best kunt vergroten? Neem dan contact op met uw accountmanager bij IZA of de IZA Werkgeversdesk via 088 - 131 31 50. Wij zijn bereikbaar op werkdagen van 8.30 tot 17.00 uur. Of kijk op www.iza.nl/werkgevers.