



E-book

Fit.

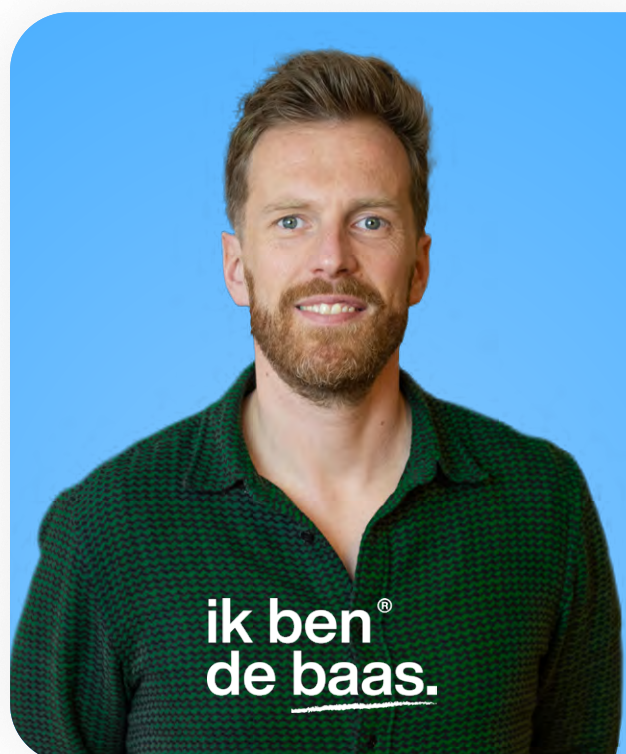


Waarom vitaliteit
onderdeel moet zijn
van elke bedrijfsstrategie





Vitaliteit is bepalend voor de duurzame inzetbaarheid van je personeel. Lichaamsbeweging, roken, slapen, voeding, alcohol- en drugsgebruik zijn elementen die grotendeels bepalen hoe vitaal iemand is. Vitaliteit wordt daarnaast ook beïnvloed door sociale verbinding, inkomen, werkbelasting en werkomgeving. Het is essentieel om ook op de werkvloer aandacht te besteden aan vitaliteit. Inzetten op vitale medewerkers en preventie is namelijk dé manier om het toenemende ziekteverzuim tegen te gaan. Het is dan ook van groot belang dat werkgevers met medewerkers in gesprek blijven om ze gericht te ondersteunen gezond en vitaal te blijven. Het zorgt ervoor dat medewerkers gemotiveerder, fitter en meer stressbestendig zijn, wat zich uit in positieve energie, minder ziekteverzuim en betere prestaties. De vraag is alleen: **waar begin je?**



Vitaliteit is eigenlijk niets anders dan aandacht hebben voor de mensen in je bedrijf”

Frans van Leeuwen

Auteur van het boek Aankloten en oprichter van Ik ben de baas

In dit ebook gaan we dieper in op de mogelijkheden die werkgevers hebben om te investeren in de fysieke en mentale gezondheid van hun medewerkers. Ook geven we concrete voorbeelden van werkgevers die al met vitaliteit aan de slag zijn en duiden we de rol van mobiliteit om de vitaliteit van medewerkers te vergroten.



Mobiliteit is een onmisbare schakel bij het ontwikkelen en implementeren van een succesvol vitaliteitsbeleid”

Victor van den Berg

Managing Director Mobinck

Focus op preventie is noodzakelijk

De krappe arbeidsmarkt en zorgen om de stijgende kosten voor levensonderhoud vragen steeds meer van onze vitaliteit. Met name bij de jongere generatie leiden de hoge werkdruk en resulterende stressklachten tot verzuim. Uit onderzoek van Deloitte blijkt dat in 2023 bijna 4 op de 10 Gen Z's te maken hebben met burn-out gerelateerde klachten. Dat onderstreept de urgentie alleen nog maar meer om met preventieve maatregelen de vitaliteit van medewerkers te verhogen.



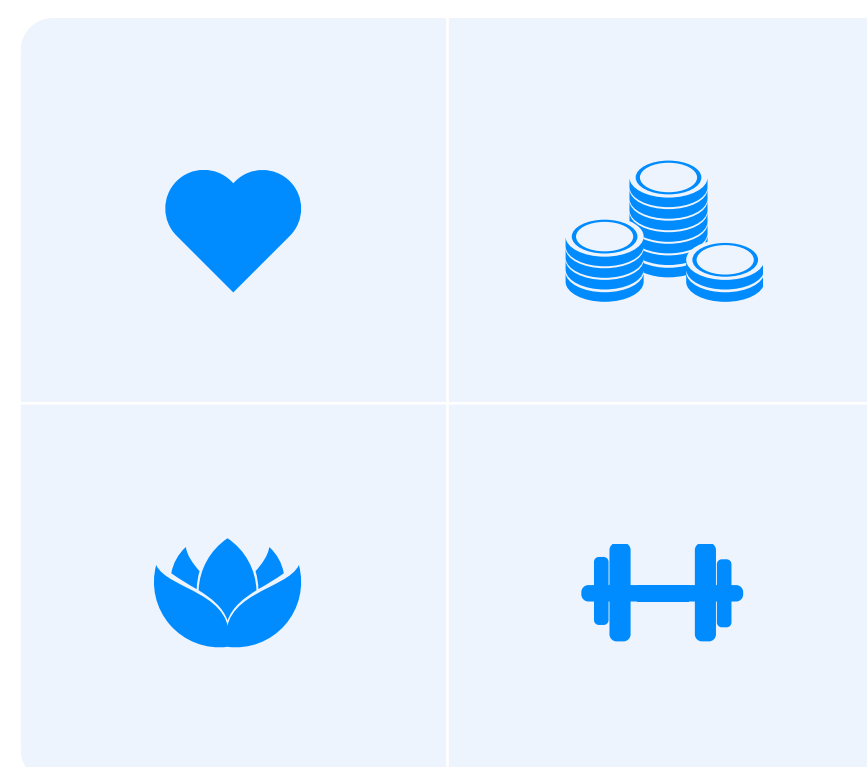
“

Alles wat je investeert in vitaliteit, krijg je op termijn dubbel en dwars terug”

Iris Cremers
Manager Health & Wellbeing VodafoneZiggo

Toch gaat vrijwel het gehele zorgbudget van bedrijven nog steeds naar het oplossen van verzuim in plaats van preventie. Meestal omdat ze door de veelheid aan beschikbare oplossingen niet precies weten waar te beginnen. Frans van Leeuwen, auteur van het boek Aankloten en oprichter van Ik ben de baas, ziet dat de juiste benadering van vitaliteit vaak nog ontbreekt. “Vitaliteit is eigenlijk niets anders dan aandacht hebben voor de mensen binnen je bedrijf. En vooral goed vragen aan je mensen waar ze behoefte aan hebben in plaats van ze iets op te leggen. Als ik nu naar bedrijven kijk, dan zie ik dat vitaliteit teveel vanuit verkeerde beweegredenen gebruikt wordt. Het gevaar is dan dat je met vitaliteit aan de slag gaat ‘omdat iedereen het doet’ en je je medewerkers totaal niet in het vitaliteitsprogramma meekrijgt.”

Vitaliteit opsplitsen in een **sociaal, financieel, mentaal** en **fysiek** deel geeft richting aan het ontwikkelen van vitaliteitsprogramma's die aansluiten bij de behoeften van je medewerkers. Door sociale en financiële behoeften eerst in te vullen, kan je als werkgever veiligheid en zekerheid bieden. Voldoe je daaraan dan staan medewerkers er ook veel meer voor open om met hun mentale en fysieke vitaliteit aan de slag te gaan.



♥ | Sociale vitaliteit

Sociale vitaliteit staat voor de energie en veerkracht die voortkomen uit positieve sociale interacties en relaties. Sociale interacties zijn ook cruciaal voor je mentale gezondheid. Als je je gesteund en begrepen voelt door anderen, kan dit stress verminderen en je zelfvertrouwen en stemming verbeteren. Het ontwikkelen van een goede relatie met je collega's en leidinggevenden kan helpen bij het omgaan met moeilijke situaties, waardoor je veerkracht en algemene mentale welzijn toeneemt.

Evert-Jeen van der Meer, Industry Director Mobility bij Aon, toonaangevende adviseur op het gebied van risico-, pensioen- en gezondheidsoplossingen, benadrukt het belang van sociale interactie tussen medewerkers. "Wat betreft de sociale vitaliteit van medewerkers, vind ik dat we niet moeten doorslaan in het thuiswerken. Ik heb met mijn team afgesproken dat we minimaal 1 keer per week op kantoor zijn. Dat je elkaar even ziet. Digitale meetings leveren toch minder verbinding op. Daarnaast weten we, op basis van onderzoeken, dat medewerkers die minder op kantoor zijn een minder sterke band voelen met de organisatie. Mensen houden bij ons hun vrijheid, maar we zorgen wel dat we met enige regelmaat bij elkaar komen. Dat kan ook op een sportieve manier zijn. Daar kom je toch tot andere gesprekken. Je moet mensen daarin meenemen en aanvoelen waar mensen behoefte aan hebben."



Verbinding is essentieel om je vitaal te voelen"

Chris Otten
Huisarts

Vanuit zijn rol als huisarts legt Chris uit waarom sociale connecties essentieel zijn. "Verbinding speelt een belangrijke rol om je vitaal te voelen. Onderzoek van Harvard heeft aangetoond dat hechte sociale relaties belangrijker zijn dan cholesterol voor je gezondheid. Daaruit kan je concluderen dat eenzaamheid schadelijker is dan cholesterol of overgewicht. We moeten niet vergeten dat we groepsmensen zijn. Als we vroeger werden verbannen uit de groep, dan overleefden we niet. Als je eenzaam bent, schiet je stressniveau omhoog, wordt je immuunsysteem minder weerbaar en heb je grotere kans om ziek te worden. Dat is gewoon evolutionair bepaald."



| Financiële vitaliteit

Werknemers vinden het belangrijk dat er aandacht is voor persoonlijke ontwikkeling en vitaliteit, maar wel pas nádat salaris goed is geregeld. Deze financiële vitaliteit wordt door werkgevers vaak over het hoofd gezien. Dat terwijl financiële uitdagingen bij veel mensen stress veroorzaken. Financiële stress heeft weer invloed op mentale en fysieke gezondheid, geluk en prestaties. Door met je medewerkers hierover in gesprek te gaan, kan je achterhalen of ze zich financieel redden of juist ondersteuning nodig hebben. Zo biedt VodafoneZiggo mensen die moeite hebben om rond te komen financiële coaching aan. Dat kan ook zonder tussenkomst van een leidinggevende. Door te investeren in goede begeleiding en informatievoorziening kan je als werkgever de financiële vitaliteit van je medewerkers verhogen. Wat ze ook weer gemotiveerder maakt om met andere vormen van vitaliteit aan de slag te gaan.



“

Als zaken rondom fair pay niet op orde zijn, hebben mensen ook minder headspace om met vitaliteit aan de slag te gaan. Managers moeten zich daar echt van bewust zijn”

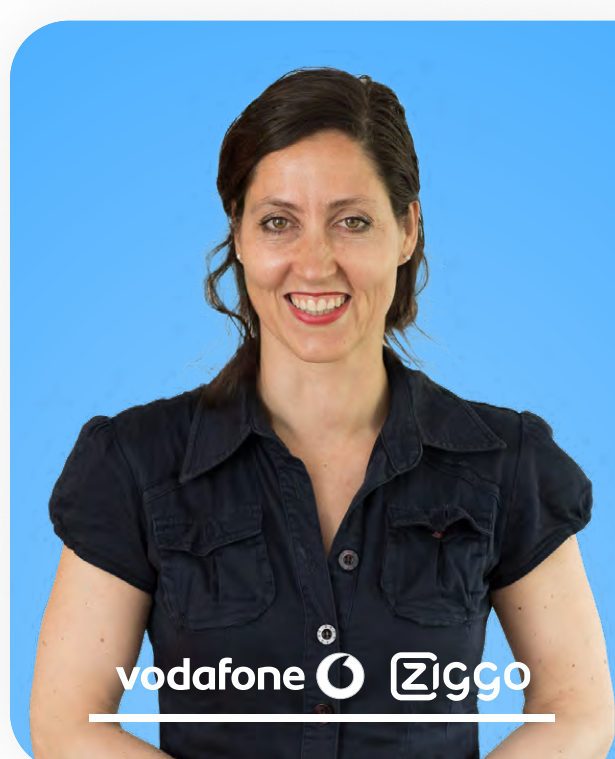
Iris Cremers

Manager Health & Wellbeing VodafoneZiggo

| Mentale vitaliteit

Veel organisaties richten zich alleen op het fysieke gedeelte van vitaliteit. Terwijl een goede mentale vitaliteit minstens zo belangrijk is. Niet geheel onbegrijpelijk overigens; een sportabonnement of gezond eten tijdens de lunch is voor veel mensen nou eenmaal tastbaarder dan coaching of een meditatiesessie. Mentale vitaliteit gaat over autonomie, competentie en mentale veiligheid op de werkvloer. Autonomie houdt in dat je weet wat belangrijk is en hier ook naar leeft, zowel op je werk als privé. Een autonoom persoon is ook in staat op een gezonde manier met stress om te gaan. Competent zijn geeft een gevoel van eigenwaarde en zingeving wat je in je dagelijkse werk doet. Mentale veiligheid geeft je de vrijheid om dingen aan te kaarten bij collega's en leidinggevendenden die je in je dagelijkse werk ervaart.

Gido Frühling, Sustainability & Audit Partner bij accountant- en adviesorganisatie Baker Tilly geeft aan hoe mentale vitaliteit bij hen vorm krijgt. “We hebben vrij veel programma's op het gebied van coaching en ontwikkeling van soft skills. We werken sinds een jaar bijvoorbeeld met Management Drives, zodat we kunnen zien hoe iemand in elkaar zit en welke coaching daarvoor het meest geschikt is. Executive leadership programma's zijn ook van belang voor de ontwikkeling van medewerkers. Vanaf een bepaalde functie krijg je een vijftal sessies op Nyenrode om je leiderschapskwaliteiten verder te ontwikkelen. Daarnaast verzorgt GTP verplichte coachingsessies waarbij medewerkers aan bepaalde soft skills kunnen werken. En af en toe is er ook gewoon maatwerk nodig. Specifieke coaching op specifieke aandachtspunten. Daar investeren we veel in.”



Psychologische veiligheid is een randvoorwaarde om fijn te kunnen werken in een team of organisatie”

Iris Cremers

Manager Health & Wellbeing VodafoneZiggo

Bij VodafoneZiggo krijgt mentale vitaliteit steeds meer aandacht. “Mentaal fit zijn komt aan bod in ons ‘90 dagen programma’”, vertelt Iris Cremers, Manager Health & Wellbeing. “Een persoonlijk leiderschapsprogramma, bedoeld voor mensen die de regie terug willen pakken en sterker willen worden. Psychologische sessies, mental check ups, mindfulness sessies en trust buddies vallen ook onder het aanbod van mentaal welzijn. Daarnaast focussen we op de psychische veiligheid van onze medewerkers. Je wilt dat iedereen zich veilig voelt binnen een organisatie. En dat je dus je mening moet kunnen geven en je je mentaal veilig voelt. Dat is iets wat je team voor team opbouwt en wat moet worden ondersteund door senior leaders. Psychologische veiligheid is eigenlijk een randvoorwaarde om fijn te kunnen werken in een team of organisatie.”

⚡ | Fysieke vitaliteit

Volgende beweging, gezond eten, rust en ontspanning zorgen ervoor dat ons lichaam in conditie blijft. Werkgevers hebben de verantwoordelijkheid om een gezonde werkomgeving te creëren voor medewerkers. Ergonomische werkplekken die zorgen voor een optimale werkhouding zijn van groot belang. Denk ook aan het inrichten van overleg- en stilteruimtes waardoor medewerkers af en toe kunnen ontsnappen aan de prikkels van de kantoortuin. Daarnaast kan je als werkgever met een gericht mobiliteitsbeleid medewerkers stimuleren meer te bewegen door vaker de fiets te nemen naar werk. Of het bevorderen van een wandeling na de lunch, wat niet alleen goed is voor de beweging, maar ook voor de sociale verbinding tussen collega's.



Floor Smid, Head of Absence, Disability & Consulting bij Aon, ziet dat bedrijven steeds meer initiatieven ontwikkelen rondom fysieke vitaliteit. “Ik zie bijvoorbeeld steeds meer dat er challenges ontstaan, waarbij het aantal loop- of fietskilometers gemeten wordt. Of er wordt bijgehouden wie er het meest van werk naar huis fietst. Je merkt dat mensen door zo'n speelelement vaak wel de uitdaging willen aangaan. Met een directe impact op de vitaliteit van medewerkers als gevolg. Wel zal je moeten blijven challengen en aanmoedigen om een blijvende gedragsverandering te realiseren. De kunst voor een werkgever is ervoor te zorgen dat die uitdaging ook een gewoonte wordt. Data kan hier een cruciale rol in spelen. Op basis van data kunnen we meten of de beoogde impact vooral uitblijft door het simpelweg niet meer doen van de acties en het niet veranderen van het gedrag en de gewoontes, of door een gebrek aan kennis over gedragsverandering. Of misschien zelfs wel door een gebrek aan motivatie en bewustzijn om met vitaliteit aan de slag te gaan.”



“

Werkgevers moeten de verantwoordelijkheid nemen om de fysieke vitaliteit van hun medewerkers te verbeteren”

Chris Otten
Huisarts



Chris Otten is bijna twintig jaar huisarts, waarvan 12 jaar met een eigen praktijk, Huisartsenzorg Jonkers & Otten. Hij is van mening dat werkgevers de verantwoordelijkheid moeten nemen om de fysieke vitaliteit van medewerkers te verbeteren. “Preventie is alles. Het wordt steeds duidelijker dat de omgeving ertoe doet als het gaat om leefstijl en vitaliteit. Als bedrijf kan je daar makkelijk op inspelen door ervoor te zorgen dat de omgeving voor je medewerkers gezond is. Dat is niet overal even goed ingericht. Patiënten vertellen me regelmatig over de kantoortuinen waarin ze werken. In onze prikkelrijke maatschappij zorgt een kantoortuin alleen maar voor nog meer prikkels. Mensen hebben over het algemeen moeite om te functioneren in zo’n omgeving. Terwijl dezelfde mensen op een rustige plek heel goed specialistisch werk kunnen doen. Dat is bijvoorbeeld waar werkgevers direct invloed op hebben.”

Bij VodafoneZiggo werken ze aan vitaliteit met een op maat gerichte aanpak. “We zijn volop bezig met het uitproberen van verschillende programma’s voor specifieke doelgroepen. Een goed voorbeeld daarvan is het preventief medisch onderzoek binnen de business unit Installation & Maintenance onder 700 technicians en daaraan gerelateerd personeel. Daarmee krijgen we volledig inzicht in wat er binnen die unit speelt en kunnen we ons richten op de uitdagingen die zichtbaar worden. Een ander voorbeeld is het programma ‘Plus voor jou’. Hierin gaan we met technicians van 50 jaar en ouder in gesprek over hoe ze inzetbaar blijven tot hun pensioen. Daarin vinden we het belangrijk dat mensen zelf de regie pakken; hoe wil je erbij zitten als je met pensioen gaat? Door dat te bespreken, is het de bedoeling dat mensen gemotiveerd raken om hiermee aan de slag te gaan.”

Hoe draagt mobiliteit bij aan vitale medewerkers?

Mobiliteit en vitaliteit zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Denk aan het ontwikkelen van een passend mobiliteitsbeleid waarbij medewerkers de keuzevrijheid hebben om flexibel te kiezen voor het vervoermiddel dat het beste bij de reisbehoefte past. Daarnaast heb je als werkgever natuurlijk ook de mogelijkheid om actieve mobiliteit zoals fietsen en wandelen te stimuleren. Naast het bieden van financiële prikkels is de Toogethr Cycles app een goed voorbeeld van een tool die daarbij kan ondersteunen. De app is ontwikkeld om het gebruik van de fiets aantrekkelijker, socialer en veiliger te maken voor jouw medewerkers. Met uitdagingen en aantrekkelijke beloningen worden je medewerkers gestimuleerd om vaker op de fiets te stappen. Het resultaat? Vitalere medewerkers die langer inzetbaar zijn, minder ziekteverzuim en minder kosten, doordat je minder tijd kwijt bent aan de verplichte registratie van het aantal gereden kilometers.



Stimuleren van fietsgebruik bevordert de vitaliteit van je medewerkers”

Rick Joosten
CCO Toogethr



Floor benadrukt dat een financiële vergoeding alleen niet voldoende is voor het realiseren van een blijvende gedragsverandering richting duurzame mobiliteit. “Naast een hogere kilometervergoeding voor het fietsen kan dat bijvoorbeeld ook in de vorm van het kunnen kopen van een e-bike met een renteloze lening. Alleen hoop je dan wel dat de extrinsieke prikkel van geld zich uiteindelijk vertaalt in intrinsieke motivatie, wanneer ze merken dat ze zich na verloop van tijd fitter voelen. Op deze manier ontstaat vanzelf de motivatie om in beweging te komen. Deze motivatie en bewustwording is de eerste en belangrijkste stap voor gedragsverandering. De resulterende impact bereik je bijna nooit door alleen financiële prikkels.”

Gido legt uit dat het bij hen niet altijd eenvoudig is om vitaliteit en mobiliteit aan elkaar te koppelen. “Ik denk dat de grootste uitdaging is om mensen uit de auto te krijgen naar alternatieve vormen van vervoer. Kan ik met de trein? Hoe leg ik dan de last mile af? Klanten zitten namelijk overal, niet per definitie dicht bij een station. Je wilt ook weer niet dat de reistijd verdubbelt. Maar we denken er zeker al wel over na hoe we deze gedragsverandering kunnen realiseren. We hebben het bijvoorbeeld laatst wel gehad over een mogelijk Baker Tilly greenpoints systeem. Hoe meer je met de trein of fiets gaat, des te meer punten krijg je. Met die punten kan je dan weer iets doen voor een goed doel, aan de verduurzaming van je huis of in de vorm van een eigen bijdrage voor de leasefiets.”



“

We denken er veel over na hoe we een gedragsverandering kunnen realiseren en mensen uit de auto te krijgen naar alternatieve vormen van vervoer”

Gido Frühling

Sustainability & Audit Partner Baker Tilly

Vitaliteit, waar begin je?

Vitaliteit is een breed begrip. Naast meerdere vormen van vitaliteit, zijn binnen een bedrijf uiteenlopende beroepsgroepen werkzaam met medewerkers van verschillende leeftijden, waarbij elk individu specifieke behoeften heeft als het gaat om vitaliteit. Daarnaast bestaat de vitaliteitsmarkt uit talloze kleine aanbieders die allemaal slechts een klein onderdeel van het vitaliteitsprobleem oplossen. Een gestructureerde aanpak is noodzakelijk om de vitaliteit van je medewerkers succesvol en langdurig te verhogen.

“Vraag je als eerste af waarom je met vitaliteit aan de slag gaat”, adviseert Frans. “Wees dan ook echt eerlijk en vraag dat in je hele organisatie uit. Zodat je een heldere visie hebt en daar ook achter kan staan. Het maakt dan niet veel uit of je vitaliteit bijvoorbeeld als marketinginstrument gebruikt om mensen aan te trekken of om het verzuim terug te dringen. En haal daarnaast zoveel mogelijk informatie in huis om de juiste keuzes te maken hoe je het aan gaat pakken. Het was voor ons heel fijn als onze klanten ook van een aantal zaken af wisten, dan hoefden we niet helemaal van vooraf aan te beginnen. Bij de uitrol van een vitaliteitsprogramma is het wel een must dat management het goede voorbeeld geeft, anders gebeurt er niets.”



“

Het verzamelen en analyseren van goede data is cruciaal voor een succesvolle vitaliteitsaanpak”

Floor Smid

Head of Absence, Disability & Consulting Aon

Bij Aon hanteren ze een vast stappenplan wanneer ze bedrijven adviseren over het ontwikkelen van vitaliteitsprogramma's. “Het is belangrijk dat je goede data verzamelt en analyseert”, licht Floor toe. “Denk aan de rapportages van een medewerkerstevredenheidsonderzoek, het bijhouden van verzuimcijfers en de anonieme groepsrapportages van een periodiek medisch onderzoek onder het personeel. Daarnaast moet je als bedrijf duidelijk kunnen aangeven waar je voor staat en waar medewerkers behoefte aan hebben. Een volgende stap is samen met een klant tot een visie op vitaliteit te komen die breed binnen de organisatie wordt gedragen, gekoppeld aan concrete acties die de belangrijkste thema's binnen een organisatie aanpakken. Wat daarbij belangrijk is, is dat je de flexibiliteit en vrijblijvendheid inbouwt om de programma's voor verschillende generaties binnen het bedrijf zo aantrekkelijk mogelijk te maken. Tenslotte is het ook nodig om de impact van de nieuwe initiatieven te meten en monitoren om ze verder door te kunnen ontwikkelen.”



De Mobility 360° aanpak van Mobinck sluit hier ook perfect op aan. Door te meten en vragen te stellen aan medewerkers wordt duidelijk welke behoeftes er zijn op het gebied van mobiliteit en vitaliteit. Wanneer je hier als management serieus mee aan de slag gaat, creëer je ook het noodzakelijke draagvlak om iedereen binnen de organisatie mee te krijgen.

Investeren in vitaliteit komt dicht bij de persoon

Sommige bedrijven zetten nu pas hun eerste stappen in vitaliteit, andere bedrijven zijn er nog niet eens mee begonnen. Preventieve medische onderzoeken en het uitvragen waar persoonlijke pijnpunten en behoeftes liggen, komen ‘dicht bij de persoon’.

Volgens Chris hoeft dat niet te betekenen dat je het thema vitaliteit uit de weg moet gaan. “Vinden mensen het erg dat er bijvoorbeeld preventief medisch onderzoek wordt gedaan? Ik heb niet het idee dat mensen dat vervelend vinden. Het gaat dus meer om het gesprek erna. Wat mij betreft moet de vraag dan zijn, wil je het over leefstijl hebben? Vrijwel iedereen gaat dan het gesprek aan. Dat zou ook mijn advies zijn aan corporates. Ga het gesprek aan en vraag vooral toestemming. Geef daarnaast voorlichting en creëer een werkbare omgeving, dat is essentieel voor gewoonte- en gedragsverandering.”



“Een groot deel van het verzuim is mentaal verzuim, maar niet alles is werkgerelateerd”, zegt Iris. “Dus het komt gewoon vaak voor dat je met de privésfeer van een medewerker te maken krijgt. Het is heel belangrijk om binnen je organisatie duidelijk te formuleren hoe ver je daarin kan gaan.” Iris hoopt in ieder geval dat het voor bedrijven geen reden is om de focus op vitaliteit te verschuiven. “Organisaties die nog niet zover zijn, moeten zich goed realiseren dat het cruciaal is om in vitaliteit en preventie te investeren. Kosten gaan voor de baten uit, dat vraagt echt om een transitie naar lange termijn denken. Dus voorkomen, in plaats van aan de achterkant repareren. Maar je hebt wel een lange adem nodig om de noodzakelijke veranderingen te realiseren!”

mobinck

We zijn dé Corporate Mobility Expert. We helpen klanten bedrijfsdoelstellingen te behalen door mobiliteit in te zetten als strategische tool. Mobinck vormt een uniek ecosysteem van specialisten op het gebied van zakelijke mobiliteit. Resultaat: het juiste advies op alle onderdelen van corporate mobility met een gericht actieplan. Als onderdeel van AutoBinck Group geven wij al meer dan een eeuw vorm aan mobiliteit. Dagelijks bedienen we ruim 250.000 medewerkers van 350 klanten in heel Europa.



Mobility 360° leidt tot een resultaatgericht en onderbouwd actieplan voor het creëren van draagvlak én optimalisatie van het mobiliteitsaanbod. Waarbij je als werkgever laat zien dat je aandacht hebt voor de behoeften van je medewerker en hun vitaliteit. De roadmap bevat concrete vervolgacties om het mobiliteitsbeleid naar de behoefte van werkgever en werknemer aan te passen. Een combinatie van direct te implementeren quick wins en mobiliteitsoplossingen voor een duurzaam, lange termijn mobiliteitsbeleid.

**Wil je meer weten over vitaliteit en welke rol mobiliteit daarin kan spelen?
Neem contact met ons op, we gaan graag met je in gesprek!**

+31 (0) 30 202 4500

info@mobinck.com

mobinck.com