

'Viva Vitaliteit'

Werken aan vitaliteit van mens en organisatie

Vitaliteit is een thema dat een gevoel oproept dat het goed is. Steeds meer partijen gebruiken het begrip om het voorgaande te overtreffen en zich te onderscheiden. Maar wat houdt vitaliteit nu eigenlijk in? Hoe kan het concreet worden vormgegeven? Welke rol kan de ondernemer in beweging hierbij spelen?

Vragen genoeg, redenen te meer om een gesprek aan te gaan met Geert-Jan van der Sangen, directeur van 'Salto beweegt mensen, waarbij hij zijn visie geeft op vitaliteit.

TEKST: CAROLINE MANGNUS
BEELD: WIM VAN IJZENDOORN



Werken is gezond en mensen willen gezond werken. Organisaties onderschrijven dit en letten steeds nadrukkelijker op de vitaliteit van mensen. Vitale mensen werken harder, langer en zijn minder vaak ziek. Bovendien doen zij hun werk met plezier en verbinden zij zich hiermee aan de werkgever. 'Dit is ons uitgangspunt als het om vitaliteit gaat', bevestigt Geert-Jan. 'Vitaliteit is een van de drie kernactiviteiten van onze organisatie. Het heeft alles te maken met betrokkenheid, passie en plezier. Waarbij er gewerkt wordt aan de vitaliteit van mens en organisatie'.

Twee 'vormen' van vitaliteit

'Vitaliteit ontstaat door te investeren in zowel persoonsgebonden als organisatiegebonden aspecten', aldus Geert-Jan. 'Daarbij is het belangrijk dat fysieke, mentale en sociale aspecten integraal worden aangeboden. Bijvoorbeeld in het kader van gezondheidsmanagement. Persoonlijke vitaliteit heeft te maken met energie, gezondheid, leefstijl en welzijn. Vitaliteit van de organisatie is meer gekoppeld aan inspiratiebronnen, werkstress, binding c.q. verloop, verzuim en veiligheid.' Er is dus een onderscheid te maken in 'personal vitality' en 'corporate vitality'.

'Corporate vitality' wordt door bedrijven omarmd zonder dat ze er een duidelijke definitie aan geven, maar waar ze wel vaak een invulling aan geven. Gezondheidsmanagement, werkplezier, maatschappelijk verantwoord ondernemen, gezondheidsbevordering, inzetbaarheid oudere werknemers, balans werk/privé en sinds kort sociale innovatie zijn allemaal onderwerpen onder de noemer 'corporate vitality'. Gezien de krappe arbeidsmarkt is het voor organisaties het perfecte moment om met vitaliteitsproposities te komen in employee benefits, zoals dit ook gebeurt in Amerika. Een organisatie die dit doet, sluit aan bij de wensen van de werknemer en wordt in diens ogen een aantrekkelijke werkgever.

'Personal vitality' heeft alles te maken met 'je goed voelen', legt Geert-Jan uit. 'Energie hebben om met passie en plezier te werken. Een gezonde leefstijl met voldoende beweging, uitgebalanceerde voeding en bewuste ontspanning. Fit zijn en blijven, ook op oudere leeftijd. Het is als het ware een staat van zijn die de kwaliteit van leven



'Personal vitality' heeft alles te maken met 'je goed voelen.'

centraal stelt. Daarnaast werkt het op die manier ook faciliterend op de inzet en productiviteit van mensen in een organisatie.'

Vitaliteit en de ondernemer in beweging

De rol van fysiotherapeuten ligt op het gebied van 'personal vitality'. Geert-Jan: 'Die rol is tweeledig, enerzijds ligt deze bij het onderdeel leefstijl en dan met name op de belangrijkste beïnvloedbare factor, namelijk bewegen. Gedragsverandering is vaak van belang bij de beïnvloeding van deze leefstijlfactor, dat weten deze ondernemers als geen ander.' Anderzijds vanuit het oogpunt van vitaliteit is het voor de lezer ook zeker relevant om te realiseren dat vitaliteit meer is dan sociaal welzijn. Vitaliteit heeft deels met de persoon, maar deels ook met zijn omgeving/privé-situatie te maken. Houdt als dienstverlener ook rekening

met factoren zoals de richting van de organisatie en op de hoogte zijn van de gezinssituatie. Dan kan je als dienstverlener bijdragen in het vinden van een goede balans tussen mens en organisatie/privé. Het klinkt misschien complex maar het is zeker relevant om deze twee aspecten met elkaar in lijn te brengen.'

Terugkomend op de leefstijl vult Geert-Jan nog aan: 'Als we het hebben over leefstijl, dan hebben we te maken met gewoontes en gewoontes zijn gedrag. Aan de andere kant vormen de waarden van een organisatie de cultuur van een organisatie en cultuur is collectief gedrag. De uitdaging is om beweegredenen zoals bezieling, passie en plezier richting te laten geven aan het gedrag. Om dit te bewerkstelligen moeten dus 'corporate vitality' en 'personal vitality' in een dynamisch

evenwicht zijn. Want dan is er een verband tussen de persoonlijke doelstellingen van mensen en de doelen van een organisatie. Daardoor stijgt de productie en de passie. En het is een begin van een antwoord op de vraag hoe Nederland kan inspelen op de problemen die de vergrijzing met zich meebrengt en de concurrentie met het buitenland kan volhouden.'

Levensfasebewust personeelsbeleid

'Een onderwerp dat zeker ook binnen het kader van vitaliteit behoort en steeds belangrijker wordt - mede door vergrijzing - is levensfasebewust personeelsbeleid.' Hierbij gaat het om de vraag: Hoe houd je mensen zo lang mogelijk goed inzet-

kelen; het bieden van maatwerk per levensfase; jonge werkende moeders en vaders gemotiveerd houden, dit zijn allemaal concrete doelen van goed levensfasebewust personeelsbeleid. Het is vooral een manier van kijken naar je medewerker in relatie tot het werk en werkvereisten, waarin kennis en respect voor de levensfasen van de medewerker geïntegreerd zijn in het gevoerde beleid. Vaak wordt Finland genoemd als het land waar veel ervaring is opgebouwd met leeftijdsbewust personeelsbeleid. De eerlijkheid gebiedt te zeggen dat het daar vooral



Corporate vitality en personal vitality moeten in een dynamisch evenwicht zijn.

baar in het arbeidsproces? 'Maar het is meer dan ouderen langer aan het werk houden', benadrukt Geert-Jan. 'Tot een hogere leeftijd met plezier doorwerken; een leven lang leren en ontwik-

ouderenbeleid is. Beleid dat erop gericht is om oudere werknemers langer aan het werk te houden. Ook voor Nederland is dit van groot belang. Van Finland kunnen we leren dat het niet lukt om oudere werknemers langer te laten werken, wanneer er geen gerichte aandacht is voor enerzijds de eventuele fysieke beperkingen van ouderen en anderzijds de belastbaarheid c.q. fysieke fitheid van deze zilveren generatie. En juist bij dat laatste kunnen fysiotherapeuten een belangrijke rol spelen.'

Aan het begin van nieuwe ontwikkeling

Geert-Jan erkent dat zijn visie op vitaliteit nog niet de praktijk van alle dag is. 'Er is weliswaar een markt ontstaan waarvan de helft van alle bedrijven zegt iets met vitaliteit te doen, van de grote bedrijven is dit zelfs tweederde. Maar wanneer je doorvraagt op dit thema bedoelen ze toch meer vormen als preventie, RSI, vaccinatie en bedrijfsfitness. We staan ook nog maar aan het begin van deze nieuwe ontwikkeling.'

'21 September 2005 hebben wij een 'invational experience' gehouden over 'corporate vitality' met partners als Akzo Nobel, Unilever, KLM, ABN-AMRO en ArboUnie. Aan honderden toprelaties is toen het thema 'corporate vitality' uit de doeken

gedaan. Toen al was het duidelijk dat slechts een aantal bedrijven vitaliteit omarmen met een bedrijfsbrede visie op het thema. Unilever is daar het verst in gegaan. Vitaliteit zit bij dit bedrijf zelfs opgesloten in de missie. Ook Akzo Nobel is zo'n voorloper. Het is niet voor niets dat de bedrijfsartsen van weleer binnen Akzo Nobel zijn opgeklommen tot vice-president en rechtstreeks rapporteren aan de Raad van Bestuur. Wanneer we vandaag kijken naar vitaliteit binnen bedrijven dan wordt dit vooral geïnitieerd door de arbodiensten. Zij zetten vitaliteit in ter voorkoming van ziekteverzuim. En dan ook nog gekoppeld aan arbeidsgerelateerde oorzaken zoals RSI en tillen. Dat zijn ook exact de diensten die worden genoemd in bijvoorbeeld onderzoek van MarketConcern. Health checks, bedrijfsfitness, vaccinaties, lawaaibeschermt, bedrijfsmaatschappelijk werk, stresshantering, RSI-maatregelen, tilcursussen en agressietrainingen zijn in de beleving van de meeste bedrijven voorbeelden van dienstverlening gericht op vitaliteit. Het is overigens goed om aan te sluiten bij die perceptie anders heb je helemaal geen ingang.'

Steek op het juiste niveau in

'De markt lijkt nu toe te zijn aan de volgende stap: het bevorderen van gezondheid en het motiveren

Effecten van vitaliteit op organisatie niveau:

- betere werksituatie
- daling ziekteverzuim
- beperking van de WAO-instroom
- een beter imago
- een hogere productiviteit
- een plezierige werksfeer
- minder verloop

Effecten van vitaliteit op persoonlijk niveau:

- een betere gezondheid
- minder overgewicht
- minder hartfalen
- minder stress
- betere conditie
- hogere tevredenheid
- groter gezondheidsbewustzijn

van mensen,' vervolgt Geert-Jan. 'Dat heeft veel te maken met arbeidsproductiviteit. We zouden er alles aan moeten doen om medewerkers gezond en gemotiveerd te laten werken. Ook levensfasebewust personeelsbeleid, zoals ik al eerder heb aangegeven, komt versneld in beeld door de toenemende krapte op de arbeidsmarkt. In dit kader past ook integraal gezondheidsmanagement op basis van een samenhangend gezondheidsbeleid. De kunst is nu om op het juiste niveau in te steken, want wanneer bedrijven vitaliteit nog als instrumenteel ervaren, heeft het geen zin om over een integrale visie op vitaliteit te praten. Het risico is dan groot dat het gewenste effect nooit wordt bereikt en het begrip vitaliteit weer

geen 'Viva-niveau'. Toen moest ik denken dat een marktbenadering toch juist moet passen bij het niveau waarop de markt zich beweegt, dus wel: 'Viva Vitaliteit!'

Practise what you preach

'De visie en identiteit van de organisatie moeten leiden tot passie en inspiratie bij de medewerkers en vice versa', concludeert Geert-Jan. 'Cultuur en waarden bepalen in grote mate de betrokkenheid en motivatie van mensen. Een succesvolle strategie creëert vertrouwen en geeft rust. De juiste organisatiestructuur zorgt dat medewerkers lekker in hun vel zitten. Vitaliteit heeft in de basis met gezondheid en leefstijl te maken, maar is veel

van je collega's en de richting waar jullie met de praktijk naar toe willen. Zorg dat ze in balans zijn, want ook op het gebied van vitaliteit geldt 'practice what you preach'. □

Meer info: www.movemens.nl

'Een marktbenadering moet passen bij het niveau waarop de markt zich beweegt.'

is voorbehouden aan de 'oude van dagen' in onze samenleving. 'Hij heeft veel onder de leden maar is nog wel vitaal'. Dit is iets dat je een gemiddeld bedrijf niet toewenst. Ik zat vorige week bij een grote partij die vitaliteit groots gaat introduceren. Tijdens het gesprek gaf de projectleider aan dat het wel 'vitaliteit met een witte jas' moest zijn en

breder. Pas als organisatiegebonden aspecten in balans blijven met persoonlijke wensen van mensen kun je spreken over 'vitality pur sang'. En dit geldt niet alleen binnen grotere organisaties, maar is van toepassing op alle ondernemingen, dus ook voor uw praktijk. Stel je zelf eens de vraag of jouw doelstellingen in lijn zijn met die

