

Praktijkcase Bewegen op de werkvloer

Nationale-Nederlanden brengt medewerkers in beweging met online vitaliteitsplatform



Nationale-Nederlanden brengt medewerkers in beweging met online vitaliteitsplatform

Bij Nationale-Nederlanden (onderdeel van NN Group) werken veel medewerkers op kantoor en vanuit huis. Om vitaliteit te stimuleren, biedt het bedrijf een digitaal platform met deskworkouts, beweeglessen en andere content. Hiermee kunnen medewerkers op een laagdrempelige manier bewegen, ongeacht tijd en plaats. Ontdek hoe Nationale-Nederlanden (NN) dit heeft opgezet en krijg tips om meer beweging tijdens de werkdag binnen jouw organisatie te realiseren.

“Vitaliteit staat bij NN hoog in het vaandel,” vertelt Arie-Jan Cornelissen, verantwoordelijk voor HR Services en Health & Vitality. “Daarom organiseren we van alles om medewerkers te helpen om fysiek en mentaal gezond te blijven, zoals:

- ➔ **Fietsplan.** Medewerkers kunnen voordelig een (elektrische) fiets leasen of kopen. Deze regeling is ook beschikbaar voor mensen die in hun woonomgeving naar het OV willen fietsen.
- ➔ **Vitaliteitsvergoeding.** Medewerkers krijgen een breed inzetbaar budget voor bijvoorbeeld de contributie voor een sportvereniging, yogalessen of de aanschaf van hardloop- en wandelschoenen.
- ➔ **Thuiswerkplekvergoeding.** Medewerkers krijgen een vergoeding om thuis een goede werkplek in te richten. Vitaliteit speelt daarbij een rol. Zo is in de koophulp-gids het zit-stabureau de standaard.
- ➔ **Arbo-checklist.** Hiermee worden medewerkers jaarlijks geïnformeerd over het ergonomisch inrichten van hun thuiswerkplek en het belang van bijvoorbeeld een zit-stabureau. Daarnaast beantwoorden ze vragen over hun werkplek. Bij specifieke risico's geeft de ergonoom gericht advies.
- ➔ **Ergonoom / bedrijfsfysiotherapeut.** Deze professional voert onder andere (digitale) werkplekbezoeken uit voor 1-op-1 advies. Op verzoek worden ook dagstarts verzorgd, waarbij tijdens een teamoverleg beweegoefeningen worden begeleid.

→ Vitaliteitsplatform

Naast deze initiatieven introduceerde NN een vitaliteitsplatform. Cornelissen: “Dit is een online portal met informatie rondom vitaliteit. Het is vooral gericht op bewegen, maar ook op voeding, leefstijl en werk-privébalans.” De video’s die bewegen stimuleren, variëren van korte deskworkouts en stretchoefeningen tot intensieve beweglessen. Ook worden er webinars en werkplekadvis aangeboden. Bij lichamelijke klachten kunnen medewerkers de fysiotherapiemodule gebruiken: na een vragenlijst ontvangen ze video’s met gerichte oefeningen. En met leertrajecten kunnen mensen zich op een bepaald thema ontwikkelen, zoals krachttraining.

→ Thuiswerkers laten bewegen

De urgentie om bewegen te stimuleren ontstond tijdens de coronaperiode, vertelt Cornelissen. “Door het thuiswerken bewegen mensen minder. Denk aan het wegvallen van de fietsrit naar werk of het loopje naar de vergaderzaal. Ook konden mensen niet meer naar de fitnessruimte op kantoor. We wilden medewerkers ter compensatie helpen om laagdrempelig beweging in hun werkdag te brengen.”

→ Doorontwikkelen

Er was al een basisversie van het platform, die sinds de coronaperiode flink is doorontwikkeld. Cornelissen: “Medewerkers bezochten het platform voorheen vooral als zij een fysieke klacht of vraag hadden. Nu is het platform veel dynamischer, met allerlei lessen en video’s die bewegen stimuleren.” NN werkt samen met HC Health, eigenaar van het platform en specialist in vitaliteit bij grote bedrijven. “Doordat zij al jarenlang onze partner in bewegen zijn, konden we veel input aanleveren bij de doorontwikkeling. Ook blijven de kosten beheersbaar, doordat de oplossing gedeeld wordt met andere bedrijven.”



→ Resultaten

Ongeveer 2000 van de 7500 medewerkers bezoeken het platform regelmatig. Niet-structurele deelname is hoger, met mensen die een paar keer per jaar meedoen. De 'harde' effecten van deelname op gezondheid en verzuim zijn lastig te meten, vertelt Cornelissen. "Je moet dit aanpakken vanuit de overtuiging dat zulke initiatieven belangrijk zijn. En veel studies tonen wel degelijk aan dat investeren in vitaliteit verzuim helpt te verminderen." Uit het kwartaalrapport blijkt daarnaast dat veel medewerkers de initiatieven waarderen. "We krijgen veel positieve reacties, zoals: 'Door een dagstart met de fysiotherapeut heb ik het platform ontdekt, en nu volg ik structureel sessies.'"

"Uit het kwartaalrapport blijkt dat veel medewerkers de initiatieven rondom vitaliteit waarderen."

→ Bereikbaar en gebruiksvriendelijk

Het digitale aanbod past goed bij de flexibele manier van werken, aldus Cornelissen. "Medewerkers kunnen bewegen waar en wanneer ze willen. Daardoor levert het meer op dan de fysieke fitnessruimte, ook omdat niet iedere vestiging een fitnessruimte heeft. Nu is ons aanbod voor iedereen bereikbaar." Het portaal biedt ook duidelijke voordelen ten opzichte van ander online beweegaanbod, legt Cornelissen uit. "Op één plek vinden medewerkers alle relevante informatie en video's. Dat geeft overzicht en gemak. Met een gebruiksvriendelijk en kant-en-klaar platform gaan mensen het sneller daadwerkelijk gebruiken. Voor extra betrokkenheid krijgen medewerkers op basis van hun voorkeuren berichten in hun mailbox. En in onze interne communicatie verwijzen we veel naar het platform." Een andere succesfactor schuilt in de afstemming op de doelgroep. "Drukke professionals hebben vaak geen tijd om geschikte YouTube-video's te zoeken of gewichten tevoorschijn te halen. Daarom gebruiken we oefeningen die je in je werkkleding en op je werkplek kunt doen. Denk aan een korte stretchoefening als je tussen twee afspraken vijf minuten over hebt."

"We willen bewegen zo makkelijk en kant-en-klaar mogelijk aanbieden, met korte filmpjes op één plek."

Met het BVO-model naar een beweegvriendelijke omgeving

Wil je medewerkers meer laten bewegen? Gebruik het BVO-model (Beweegvriendelijke omgeving). Dit strategische kader laat zien uit welke elementen een beweegvriendelijke omgeving bestaat:

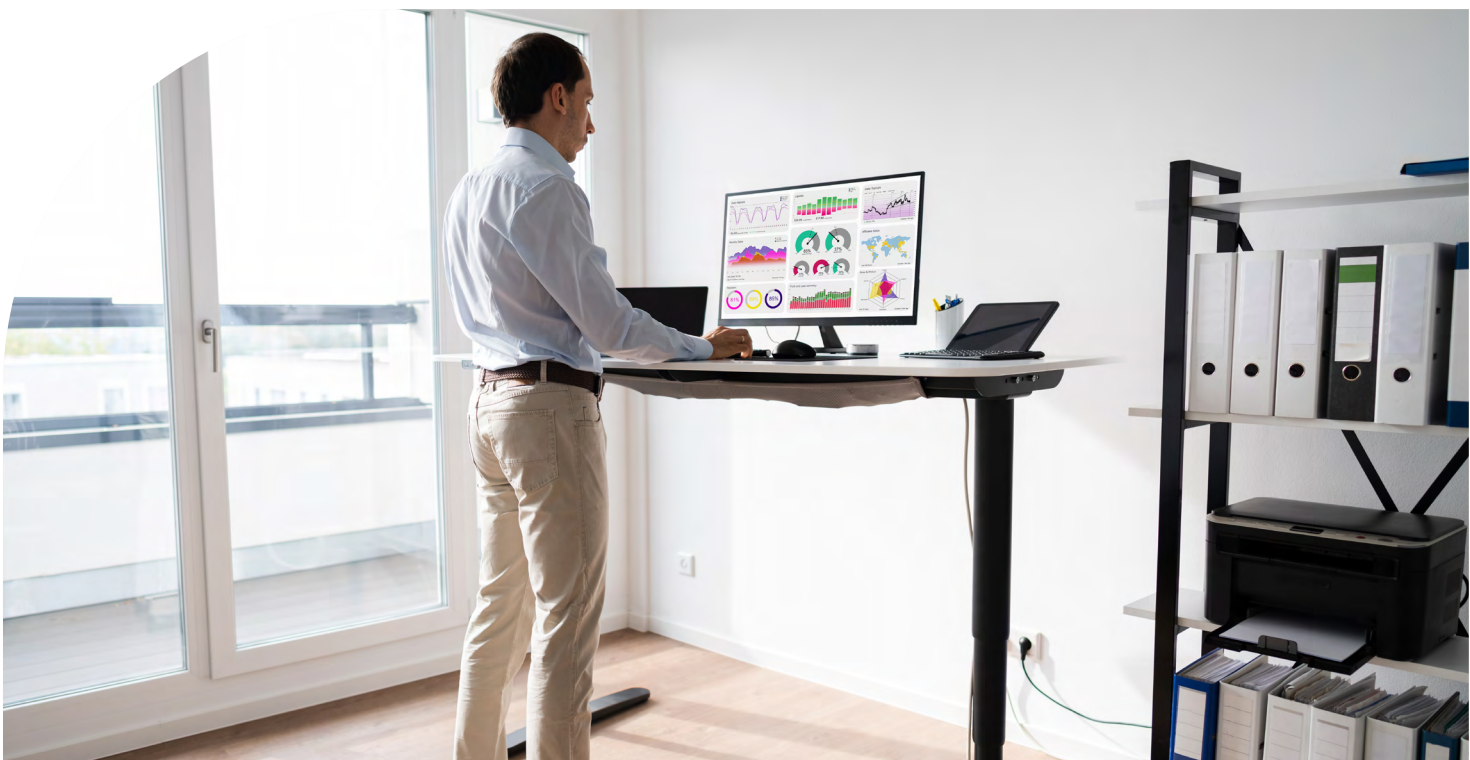
- Hardware (de fysieke omgeving)
- Orgware (beleid en organisatie)
- Software (de sport- en beweegactiviteiten)

Bekijk het [BVO-model](#) voor nuttige handvatten en inzichten.

→ **Positieve, herkenbare communicatie**

Om meer mensen aan te spreken, kiest het bedrijf voor een positieve benadering. “Zo is het zitsta bureau de standaard, maar mensen mogen zelf kiezen. We gaan liever voor een geleidelijke overgang. Dat werkt: we zien in de arbo-checklist dat steeds meer mensen thuis een goede en volledig ingerichte werkplek gebruiken.” Ook wil de organisatie haar aanbod toegankelijk en herkenbaar houden. “Op het platform vind je dus geen onrealistische doelen of uitsluitend filmpjes met topfitte mensen. Dat creëert afstand. Daarom is ons vitaliteitsbudget bijvoorbeeld ook inzetbaar voor wandelschoenen. Het is belangrijk dat mensen zich kunnen identificeren met het aanbod.”

“Het is belangrijk dat medewerkers zichzelf herkennen in het aanbod.”



→ **Rol van de manager**

Het succes van je aanbod hangt niet alleen af van hoe goed het is opgezet, vertelt Cornelissen. “Gedragsverandering blijft een uitdaging. Daarbij spelen managers een cruciale rol. Zij kunnen het goede voorbeeld geven, het gesprek aangaan en medewerkers preventief naar de juiste ondersteuning leiden. Daarbij zetten zij de norm door hun team ruimte te bieden om tussendoor oefeningen te doen en in teamoverleggen te benoemen wat er beschikbaar is.” De organisatie stimuleert managers om vitaliteit te bespreken en te integreren in het werk, bijvoorbeeld via verzuimtrainingen. “Daar bespreken we onder andere het belang van voorbeeldgedrag en vertellen we over het aanbod. We peilen ook in hoeverre managers vitaliteit benoemen en uitdragen, bijvoorbeeld in de RI&E (Risico-Inventarisatie & -Evaluatie). Dat blijken ze goed te doen.”

→ **Tips voor organisaties**

Tot slot enkele tips van Cornelissen voor een succesvol initiatief rond vitaliteit:

- + Houd het eenvoudig. Maak het niet te complex of groot.
- + Maak het toegankelijk. Vermijd een te academische insteek en houd het laagdrempelig en praktisch.
- + Bied kant-en-klare oplossingen. Zorg dat het aanbod makkelijk te gebruiken is, met kleine acties die direct verschil maken.
- + Blijf dicht bij de doelgroep. Stem het aanbod af op de behoeften en leefwereld van je medewerkers.

Ontdek [hier](#) nog meer praktijkvoorbeelden over minder zitten op de werkvloer.

