

Wat doet tapijtfabrikant Desso om haar medewerkers gezond te houden?

We hebben HR-adviseur Joris Bressers geïnterviewd en hij geeft u een kijkje in de keuken van zijn aanpak. Zijn inspirerende verhaal valt in twee delen uiteen. Nu de aanpak, over twee weken de resultaten.

Deel 1: De aanpak.

“Denk niet te lang na over gezondheid. Just do it”

Tapijtfabrikant Desso uit Waalwijk is bekend van de tapijttegels, het kunstgras en de lichtgevende vloerbedekking die in samenwerking met Philips werd ontwikkeld. Het bedrijf maakt deel uit van de Franse Tarkett Groupe en heeft twee vestigingen in Nederland: 400 medewerkers in totaal. Het kantoorpersoneel is hoger geschoold dan de productiemedewerkers. Er zijn relatief gezien veel ouderen in dienst, met de bekende problematieken: mensen verzuimen minder snel, maar als ze verzuimen, verzuimen ze lang.

“Volgens onze cao moeten wij een zieke medewerker twee jaar lang volledig doorbetalen en daarna kun je nog tien jaar financieel aan iemand vastzitten. Je bent dus als werkgever lange tijd verantwoordelijk voor de kosten als je ongezonde medewerkers hebt. Dit was voor mijn leidinggevende de reden om in 2012 een strategisch HR-plan te schrijven waarin gezondheid en vitaliteit aan bod kwamen. Als we met ons beleid één langdurig zieke zouden kunnen voorkomen, dan was de missie geslaagd.”

Het gesprek met Joris is een paar minuten onderweg als een vrouw op de deur van de ontvangstruimte klopt.

“Dag Elke”, zegt Joris, “wat kan ik voor je doen?”

Elke vraagt of ze de kamer nu moet schoonmaken of dat ze later zal terugkomen.

Elke is een van de arbeidsbeperkte mensen die bij Desso in dienst zijn. Maatschappelijke verantwoordelijkheid zit er diep geworteld. Desso is de eerste cradle to cradle (producten worden na gebruik hergebruikt in een nieuw product) gecertificeerde tapijtfabrikant ter wereld. Het bedrijf wil goed doen. Duurzame inzetbaarheid is daar een aspect van. Al weet Joris nog steeds niet wat hij nu precies onder die term moet verstaan. “Duurzame inzetbaarheid is zo veelomvattend. Er zijn duizend verschillende manieren om er invulling aan te geven.”

Beginnen met de focus op gezondheid met BRAVO als vertrekpunt

Met de HR-strategie als uitgangspunt, kreeg Joris de opdracht om er een project van te maken, met een plan van aanpak. Hij verdiepte zich in de materie, las alles wat los en vast zat en richtte een projectgroep op, met medewerkers uit alle geledingen van het bedrijf. Met elkaar zouden ze het beleid handen en voeten gaan geven. Maar de groepsleden raakten al snel verdwaald in het woud van duurzame inzetbaarheid. Ze kwamen er niet uit. Tot ze besloten om zich in hun plan van aanpak te concentreren op het begrip ‘gezondheid’ en het BRAVO-concept als vertrekpunt te gebruiken. Beweging, Roken, Alcohol, Voeding en Ontspanning. Ze besloten per thema een activiteit te bedenken – met uitzondering van alcohol – en elke activiteit moest behapbaar zijn. Zo werd het Health & Vitality Project geboren. Een project met een overzichtelijk aanbod van kleine doeltreffende BRAVO-activiteiten.

**“ We willen mensen gezonde keuzes laten maken,
zonder dingen te verbieden ”**

Er kwam een kick-off meeting, waar alle medewerkers voor waren uitgenodigd, en daarna ging het los. “Elke maand zijn we zaken gaan uitrollen”, verduidelijkt Joris. “We begonnen met bedrijfsfruit met de lokale groenteboer. Daar hebben we bewust voor gekozen, omdat we enerzijds willen samenwerken met partijen die binding met ons hebben en anderzijds een bijdrage willen leveren aan de samenleving waar we deel van uit maken. Daarna zijn we



met hardloop-clinics gestart. Op de dinsdag- en donderdagavond. Er doen nu nog steeds zo'n 15 mensen per sessie aan mee. Dat zie je eigenlijk steeds terugkomen. Het is een illusie te denken dat je het hele bedrijf bereikt met je initiatieven. De activiteiten worden telkens bezocht door 30 à 40 medewerkers."

Wie wil dat mensen hun leefstijl veranderen, moet ervoor zorgen dat dat ook gebeurt

De doelstelling van het Health & Vitality project is bewust breed gedefinieerd: het verbeteren van de fysieke en mentale gesteldheid van onze medewerkers. "Dat klinkt simpel", beaamt Joris. "Maar moet je een specifieke doelstelling hebben om gezondheid te kunnen bevorderen? Ik denk het niet. Je moet het niet ingewikkelder maken dan het is. Wat wil je bereiken? Je wilt dat mensen meer gaan bewegen, gezonder eten en stoppen met roken. Nou, doen dan! Wij willen mensen bewustmaken. We willen ze gezonde keuzes laten maken, zonder dingen te verbieden."

" Voor de stoppen-met-roken-workshop mochten de medewerkers hun partner meenemen, aangezien leefstijl grotendeels thuis wordt bepaald "

Op roken na dan. Want volgens Joris is roken zo slecht en heeft het zoveel negatieve impact op mensen, dat Desso, na twee succesvolle stoppen-met-roken-workshops, de ongezonde gewoonte wil gaan verbieden. "We kunnen er niet aan meewerken om mensen hun dodelijke verslaving onder werktijd te laten uitvoeren. Dat doe je ook niet als mensen andere verslavingen hebben. Want daarmee moet je het vergelijken. We hebben liever niet meer dat er onder werktijd, op het terrein wordt gerookt. We hebben dat voornemen bij de ondernemingsraad gelegd, maar die ging er niet mee akkoord. We hebben wel bereikt dat er alleen nog maar gerookt mag worden in de lunchpauze van de medewerkers. In onze ogen is dat de opmaat naar een algeheel verbod bij Desso."

Zet kleine stappen. Zoek naar dingen waar mensen behoefte aan hebben

We wandelen door het kantoorgebouw. Links en rechts sta-zit-bureaus. Een stuk of twintig medewerkers testen het nieuwe meubilair. Ze zijn er goed over te spreken. De bureaus zijn het resultaat van een gezondheidsonderzoek onder het personeel. Daar kwam uit naar voren dat mensen op kantoor te weinig bewogen en RSI-klachten ontwikkelden. "Dat zette ons op een nieuw spoor. Bewegen gaat niet alleen over hardlopen, het kan ook zijn dat je een keer geen e-mail verstuurt, maar naar een collega toeloopt. Of de trap neemt. Of lunchwandelt. Zet kleine stappen. Houd het laagdrempelig. Je moet niet denken dat iedereen als een topsporter gaat leven. Dat gaat niet gebeuren. Je moet zoeken naar dingen die spelen en waar mensen behoefte aan hebben. Soms borduur je voort op een activiteit die je al hebt gedaan. Of je volgt een trend en soms behandel je onderwerpen waarvan je ziet dat mensen ermee worstelen, stress of privéproblemen bijvoorbeeld."

Workshops onder werktijd garanderen een hogere opkomst

Het grootste succes dat Joris en het projectteam tot nog toe hebben geboekt zijn workshops op het gebied van tijdmanagement, werk-privébalans en werkdruk. De mentale kant van het gezondheidsspectrum. "Daar hadden we niet op gerekend. We waren op zoek naar interventies waarmee we konden voorkomen dat mensen zouden uitvallen. Samen met onze partner op bedrijfspsychologisch gebied zijn we toen workshops gaan organiseren. Onder werktijd. Want als je het buiten werktijd doet, is het percentage deelnemers sowieso lager. Er was nu zoveel animo voor dat we moesten uitbreiden naar vijf sessies per onderwerp."

In de fabriek liggen de verhoudingen anders

In de fabriek is sprake van een verouderd personeelsbestand en een heuse mannencultuur. Niet lullen maar poetsen. De mensen houden er al lang dezelfde levensstijl op na en die patronen blijken moeilijk te doorbreken. Toch probeert het projectteam stap voor stap verbeteringen te realiseren. Voor de stoppen-met-roken-workshop mochten de medewerkers hun partner meenemen, aangezien leefstijl grotendeels thuis wordt bepaald. Verder leerden de medewerkers hoe het is om in ploegen te functioneren; wat slaap met je doet en hoe je dag- en nachtritme kunt beïnvloeden met voeding. "Maar het is heel moeilijk om mensen te motiveren om over gezondheid na te denken als ze het gevoel hebben dat gezondheid hen overkomt. Dat is misschien wel onze grootste uitdaging." Om slagen te



maken, heeft de projectgroep dit jaar van 'voeding' een speerpunt gemaakt. De projectgroep heeft carte blanche gekregen om samen met de cateraar veranderingen in het kantine-aanbod te verkennen en door te voeren.

Vergeet de leidinggevenden er niet bij te betrekken

Tijdens de ronde door het bedrijf valt op hoe vriendelijk mensen elkaar bejegenen. De medewerkers kennen Joris en weten hem te vinden als er specifieke kwesties spelen op het gebied van gezondheid. "Mensen kunnen ook individuele begeleiding krijgen. Als iemand echt van zijn overgewicht af wil, dan kan dat."

Eenmaal terug in de ontvangstruimte, blijkt Elke haar werk te hebben afgerond. De tafel, de vloer en de koffiecorner zien er spik en span uit. Terwijl Joris de thee- en cappuccinoknop indrukt, vertelt hij dat het onmogelijk is om zelf iedereen te spreken en te motiveren. Om gezondheid ingebed te krijgen, heb je de steun van de leidinggevenden nodig. Hun rol is cruciaal. "Het liefst heb ik natuurlijk dat zij in de gaten houden hoe zijn medewerkers in hun vel zitten. Qua ontwikkeling, qua privé en qua gezondheid. Leidinggevenden hebben direct invloed, maar de ervaring leert dat ze het ook moeilijk vinden om over gezondheid en leefstijl te praten. Op dit punt is nog veel te winnen." Terwijl hij het zegt gonzen de gedachten in zijn hoofd. "Met gezondheid ben je eigenlijk nooit klaar. Je moet het draaiende houden. Je moet mensen constant voeden met nieuwe ideeën en initiatieven, zegt hij. Er zijn altijd dingen die je kunt verbeteren."

Benieuwd naar de resultaten van het Health & Vitality project van Desso?

Lees dan over twee weken het vervolg: 'Je kunt op je klompen aanvoelen dat het iets oplevert'.

Sparren met Joris

Heeft u een vraag aan Joris Bressers? Hij deelt graag zijn kennis met u. Mail uw vragen of opmerkingen naar jbressers@desso.com, en hij neemt binnen een paar dagen contact met u op.



Lees ook de 3 tips van Joris als u met gezondheid aan de slag wil

1. Just do it

Denk niet te lang na. Blijf niet hangen in de theorie. Begin gewoon. We weten allemaal dat gezondheid begint met meer bewegen, gezonder eten en stoppen met roken. Je weet dus welke onderwerpen je moet aanpakken.

2. Laat het management de voordelen zien

Er zitten heel veel voordelen aan gezondheid. Medewerkers worden minder vaak ziek, medewerkers presteren beter, maar ook voor werving en selectie is gezondheid een goed instrument om je bedrijf te verkopen.

3. Communiceer!

Als je niet communiceert, gebeurt er niks. Dan weet niemand ervan en doet niemand mee. Als je een kick-off event organiseert en iedereen uitnodigt, dan staat het project meteen. Maak gebruik van de communicatiemiddelen die medewerkers het liefst gebruiken. Maak het niet corporate, maar houd het laagdrempelig. O ja, maak het leuk.

Want gezondheid moet ook leuk zijn. Als mensen het niet leuk vinden dan komen ze niet.

