

Wat heeft de aandacht voor gezondheid Engie opgeleverd?

Energieconcern ENGIE maakt al jarenlang serieus werk van gezondheid. Coen Jansonius, expert occupational health vertelt wat ENGIE bereikt heeft en wat de ultieme droom is.

Deel 2: Het resultaat.

De ultieme droom? Een duurzaam inzetbaarheidsdashboard, waarop je de resultaten van je beleid real time kunt aflezen.

“Door mezelf te zijn, kan ik mensen prikkelen om iets te veranderen. Zij moeten zelf gaan ervaren wat het hen oplevert. De dingen die ik vertel zijn voor iedereen herkenbaar. Ik zie gezondheid als een positieve flow. Wanneer mensen 's ochtends op hun werk komen met de gedachte om vandaag het verschil te gaan maken, dan is de kans groot dat ze dat ook gaan doen. Ik hoop dat ik met ons gezondheidsprogramma Energize Yourself die energie in mensen kan losmaken.”

Het waren Coen Jansonius' afsluitende woorden van deel 1 van het ENGIE-tweeluik over gezondheid en duurzame inzetbaarheid. In dit tweede verhaal staan de effecten centraal.

Coen wandelt door het strak ontworpen ENGIE-kantoor in Zwolle. Het uitzicht is weids. We nemen de trap. Vanaf 'zijn' 15e etage kun je de IJsel zien liggen, en de stad Zwolle natuurlijk ook.

We praten over het Energize Yourself programma, dat bestaat uit tien energizers, tien gewoonten en gebruiken waar mensen energie van krijgen: slapen, voeding, werkplezier, sociaal netwerk, beweging, zingeving, werklevens, ontspanning/rust, gedrevenheid en thuis.

Elke energizer kent zijn eigen invulling. De helft van het personeel heeft inmiddels kennisgemaakt met een van de programmaonderdelen. Meestal via een presentatie of workshop, die vrijwel allemaal door Coen worden verzorgd. Een deel van de medewerkers heeft meegedaan aan vervolgp programma's, zoals workshops over slapen, voeding en beweging.

Verzuimcijfers zijn belangrijke graadmeters voor het effect van gezondheidsbeleid

Engie is vijf jaar geleden gestart met het vormgeven van gezondheidsbeleid. Het verzuim is met ruim één procent gedaald, van 4,2% naar 3,2%, en blijft stabiel. Dankzij dit resultaat zit ENGIE nu onder het landelijk gemiddelde en branchegemiddelde. Minstens zo interessant is de toename van het nulverzuim: het aantal mensen dat zich niet ziek meldt in een jaar. Deze ontwikkeling is voor Coen dé aanwijzing dat zijn programmatische aanpak echt aanslaat.

“ Het nulverzuim is voor mij het belangrijkste cijfer op het gebied van gezondheid. ”

Hij zou de meting van gezondheid en duurzame inzetbaarheid bij voorkeur nog breder oppakken. Coen wil duurzame inzetbaarheid in meetbare cijfers uitdrukken, zodat de business daarop kan gaan sturen. Hij voert gesprekken met verschillende partners, maar een geëigende methode heeft hij nog niet gevonden. Het is een zoektocht. Alle stenen dragen bij. “Met de deelnemers evalueren we nu de verschillende programmaonderdelen. Zo proberen we de resultaten in kaart te brengen die we dan weer willen gaan vergelijken met de referentiegroep. Op die manier proberen we het gezondheidspercentage van onze organisatie aan de weet te komen.”



Ziekte en gebrek kun je meten, een gevoel is ingewikkelder

In de toekomst wil hij een duurzaam inzetbaarheidsdashboard, waarop hij de resultaten van zijn programma wekelijks, of misschien wel real time, kan aflezen. Maar hoe bouw je zo'n dashboard? Het is niet eenvoudig om de parameters te bepalen en te kwantificeren. Hoe meet je kwesties als doorstroom en wendbaarheid in relatie tot gezondheid? Hoe moet je uitstroomcijfers interpreteren? "De definitie van gezondheid was vroeger het uitblijven van een ziekte of gebrek. Inmiddels zijn we erachter dat gezondheid meer lagen kent. Zeventig procent van Nederland heeft een aandoening, maar al die mensen voelen zich niet per definitie ziek of ongezond. Gezondheid is een gevoel. Ben je fysiek of lichamenlijk fit genoeg om je werk te doen? Ziekte en gebrek kun je meten. Een gezondheidsgevoel of beleving is ingewikkelder."

Een voorbeeld

Wanneer je een workshop slapen geeft, weet je op dat moment hoeveel mensen er aan meedoen. Je vraagt aan het begin hoeveel mensen slaapproblemen hebben en wat die problemen zijn. Vervolgens vraag je de mensen na de workshop of hun problemen minder zijn geworden en of ze beter slapen. De aantallen vat je in percentages, de uitkomsten interpreteer je en plaats je in perspectief.

"Maar", zegt Coen, "eigenlijk wil je weten of de workshop tot een betere gezondheid leidt en bijdraagt aan de duurzame inzetbaarheid van een medewerker. Gezondheid is toch echt grotendeels een gevoel. Waarom geeft iemand zijn gezondheid vandaag een 7 en over een jaar een 8? Omdat de zon schijnt? Omdat hij een slechte winterperiode achter de rug heeft? Omdat hij beter slaapt? Ik weet het niet. We proberen de uitkomsten wel steeds beter in kaart te krijgen, omdat ik vind dat je moet kunnen uitleggen waarom je zo'n programma optuigt. Het zou mooi zijn als we straks het gezondheidspercentage van onze organisatie weten en kunnen uitdragen."

Een HR-manager moet kunnen uitleggen waarom hij een gezondheidsprogramma optuigt

Wouter Schouten van CZ merkte tijdens een studiereis in Boston al dat er wereldwijd geen enkel onderzoek bestaat dat zegt: 'je stopt een euro in gezondheid en er komt 1,20 euro uit'. Gezondheid gaat over mensen en over gedrag, over populaties die niet één op één met elkaar vergelijkbaar zijn. "Maar toch wil je zien wat het effect is van een bepaalde actie", zegt Coen.

" Je hoeft geen stevige budgetten te hebben om effect te sorteren "

De wil om te meten zit in onze cultuur. Maar hoe zit dat in andere landen?

De ROI van gezondheid is in Nederland een belangrijk issue. In Zweden is dat minder het geval. Coen was er bij een vrachtwagenfabrikant op bezoek. Er is een gezondheidscentrum, een ijsbaan, een voetbalveld, een zwembad. Toen Coen naar de kosten-batenanalyse informeerde, kreeg hij te horen: 'Die vraag hoeven we niet meer te beantwoorden. We weten dat het werkt'.

Bedrijven in Nederland weten dat natuurlijk ook, maar verlangen desondanks naar bewijsvoering. Met CZ voert Coen momenteel gesprekken om te ontdekken wat de zorgverzekeraar op dit gebied voor ENGIE zou kunnen betekenen. CZ heeft ervaring met effectmetingen en rapportages, beschikt over de nodige relevante cijfers en verkent hoe zij de opgedane kennis en ervaring kan delen. Mogelijk leidt dit ook tot een tool die Coen voor ogen heeft om de effecten van zijn gezondheidsbeleid te meten. Coen is tevreden over de wijze waarop de zaken verlopen. De zorgverzekeraar brengt Coen bijvoorbeeld in contact met interventiebedrijven uit het netwerk van CZ en Coen kan zijn eigen providers aandragen als preferred suppliers.



De vorm van een gezondheidsprogramma is bepalend of mensen eraan meedoen

Met een aantal van zijn eigen providers heeft Coen het Energize Yourself programma ontwikkeld, waarvan hij de presentaties en workshops voornamelijk zelf doet. De kennis heeft hij merendeels overgenomen van zijn leveranciers. Slechts sporadisch roept hij de hulp van een externe expert in. Dat heeft volgens hem twee voordelen:

1. de kosten blijven laag
2. de betrokkenheid neemt toe

“Je hoeft geen stevige budgetten te hebben om effect te sorteren. Ik ben ervan overtuigd dat je als bedrijf zoveel mogelijk kennis binnenshuis moet halen, zodat je het programma zelf kunt geven. Een verhaal beklijft beter als een collega het vertelt dan wanneer een externe consultant dat doet die na een uurtje weer afzwaait. Als ik iemand een paar dagen later in de lift tegenkom kan ik hem vragen wat hij van de workshop vond en of hij er nog iets mee heeft gedaan. Sloot de sessie aan bij zijn behoeften? Je kunt in gesprek blijven en bijsturen. Als ik merk dat iets niet aanslaat, kies ik een andere benadering.”

“ Als ik mijn programma ‘gezondheidsbeleid’ had genoemd, was het niet van de grond gekomen. ”

“Ik heb wel gemerkt dat het succes van je beleid afhangt van de manier waarop je het brengt. Als ik mijn programma ‘gezondheidsbeleid’ had genoemd, dan was het niet van de grond gekomen. Om mensen mee te krijgen, moet je goed nadenken over de vorm waarin je het verhaal giet.”

Beleving maakt dat activiteiten effect hebben

Bij gezondheid hoort een verhaal. Mensen vinden het leuk om samen dingen te doen, samen dingen te ontdekken, samen dingen te beleven. Alleen ergens een oproep plaatsen of mensen een e-mail sturen, heeft geen effect. “Pas als je beleving toevoegt merk je dat activiteiten effect hebben. Ik wil dat iemand iets voelt.”

Gezondheid moet in de bedrijfscultuur gaan zitten

Wandelend door de kantine, op zoek naar een glas water, merkt Coen op dat zijn bedrijf op de goede weg is. “Iedereen weet wel dat gezonde mensen beter presteren. Ik denk dat we meer aandacht aan gezondheid besteden dan het gros van ondernemend Nederland. We zijn een eind op weg. Op een schaal van 1 tot 10 zou ik zeggen dat we op 7 zitten. Gezondheid is geen afgebakend project van vijf jaar. Het is belangrijk dat directies erin blijven investeren. Gezondheidsbeleid moet een onderdeel zijn van je bedrijfscultuur. Dan kom je als bedrijf waar je zijn wilt.”

Sparren met Coen

Hebt u een vraag aan Coen Jansonius?

Hij deelt graag zijn kennis met u.

Neem gerust contact met hem op via coen.jansonius@engie.com

