

Hoe zien bedrijven de rol van de diëtist bij leefstijlbevordering op de werkvloer?

Een onderzoek naar de wensen en behoeften van bedrijven over de inzet van de diëtist bij leefstijlbevordering op de werkvloer

Mirjam Steenstra¹, Josephine Engels² en Yvonne Heerkens²

SAMENVATTING

Introductie

Een gezonde leefstijl heeft voordelen voor werknemers en werkgevers. Werknemers voelen zich gezonder en de kwaliteit van leven neemt toe. Voor werkgevers tellen de grotere productiviteit, minder verzuim en de kleinere kans op arbeidsongeschiktheid. Een diëtist heeft specifieke kennis over leefstijlgedrag, is gespecialiseerd op het gebied van gedragsverandering en kan worden ingezet bij leefstijlbevordering op de werkvloer. In dit onderzoek staat de volgende vraag centraal: "Wat zijn de wensen en behoeften van bedrijven omtrent de inzet van de diëtist bij leefstijlbevordering?"

Methoden

De gegevens voor dit onderzoek zijn verzameld via twaalf semi-gestructureerde interviews met werkgevers en medewerkers verantwoordelijk voor het gezondheidsbeleid van twaalf grote, middelgrote en kleine bedrijven in Nederland. De uitgeschreven interviews zijn geanalyseerd via open coderen.

Resultaten

Uit de kwalitatieve analyse komen twee thema's naar voren: thema 1) 'gezondheidsmanagement', met de subthema's 'leefstijlbevordering op de werkvloer', 'bespreekbaar maken van leefstijl' en 'veranderde wetgeving'; thema 2) 'diëtist in bedrijf', met de subthema's 'samenwerken', 'taken en werkzaamheden', 'meerwaarde diëtist', 'verwachtingen diëtist' en 'inbedding in de organisatie'.

Belangrijke bevindingen bij thema 1 waren: binnen bedrijven is leefstijlbevordering divers georganiseerd en heeft in verschillende mate prioriteit, onder andere afhankelijk van leeftijd en gezondheidsprofiel van de werknemers. Belangrijke bevindingen bij thema 2 waren: 1) slechts een enkel bedrijf werkt samen met de diëtist. Redenen om niet samen te werken zijn: de diëtist is niet zichtbaar en financieel, 2) bedrijven lijken een eenzijdig en soms negatief beeld te hebben van de taken en werkzaamheden van de diëtist, 3) de toegevoegde waarde van de diëtist voor bedrijven is onduidelijk; deze zou kunnen zitten in imagoversterking en aantoonbare gedragsverandering van werknemers, 4) voorwaarden voor succes zijn dat de diëtist het product moet kunnen afstemmen op het bedrijf en dat zij hierbij creatief en benaderbaar is, en 5) bedrijven willen het liefst samenwerken met de diëtist op projectbasis.

Conclusie

In het bedrijfsleven is behoefte om samen te werken met een deskundige, maar alleen bij bedrijven waarbij het risicoprofiel op het gebied van leefstijl voor werknemers ongunstig is. Bedrijven zien vooral een rol voor de diëtist bij het uitvoeren van voedingsinterventies, maar ook als aanspreekpunt voor werknemers over gezondheid en voeding. Belangrijk is dat de diëtist laagdrempelig is, werknemers kan aanspreken en daadwerkelijk het verschil kan maken in gedragsverandering bij leefstijl.

Trefwoorden

Leefstijlbevordering, arbeid, diëtist.

CORRESPONDENTIE

Mirjam.Steenstra@han.nl

- 1 Docent Opleiding Voeding en Diëtetiek en onderzoeker, lid van de kenniskring van het lectoraat Arbeid & Gezondheid, Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN)
- 2 Lectoren van het Lectoraat Arbeid & Gezondheid (HAN)

Belangenverklaring

Er is geen sprake van een belangenconflict.

Financiering

Er was geen externe financiering.

Inleiding

Een goede mentale en fysieke gezondheid is een voorwaarde voor het verrichten van arbeid; een verminderde gezondheid is een constante risicofactor voor de arbeidsproductiviteit en inzetbaarheid.^{1,3,4} Bij bedrijven verschuift de focus van verzuim- en gezondheidsmanagement steeds meer naar duurzame inzetbaarheid.^{2,5} Naast het werk (inhoud, omstandigheden, voorwaarden en verhoudingen) is leefstijl een determinant van duurzame inzetbaarheid. Werknemers die zich gezond en fit voelen, zijn over het algemeen productiever, tevredener en verzuimen minder.^{6,7}

Er is nog veel verbetering mogelijk in de leefstijl van werkenden, uitgaande van de zogenoemde BRAVO-factoren (Bewegen, Roken, Alcohol, Voeding, Ontspanning).⁴ Van de werknemers voldoet 73% aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen en 24% aan de fitnorm.⁸ Werknemers die sporten, melden zich minder vaak ziek en verzuimen korter.⁹ Van de werknemers heeft 44% overgewicht, van wie 10% obesitas.⁶ Werknemers met overgewicht verzuimen vaker dan werknemers met een normaal gewicht; werknemers met obesitas verzuimen gemiddeld 1,8 keer meer werkdagen.¹⁰⁻¹² Ook is de productiviteit minder: mensen met obesitas zijn een half jaar meer arbeidsongeschikt dan mensen met een normaal gewicht.¹³⁻¹⁵ Van de werknemers rookt 28%.⁶ Roken is een belangrijke factor bij verminderde arbeidsproductiviteit, arbeidsongeschiktheid en werkloosheid.³ Rokende werknemers verzuimen gemiddeld 1,5 keer meer dagen dan niet-rokers en verlaten de werkvloer eerder door ziekte, arbeidsongeschiktheid of vroegtijdig overlijden.^{12,13} Het inkomen van rokende werknemers is lager, net als van werknemers met (ernstig) overgewicht of een chronische ziekte of beperking.¹ 21% van de beroepsbevolking drinkt excessief (wekelijks twintig of meer alcoholische consumpties) en 5% is probleemdrinker. Naar schatting hangt 20-25% van de bedrijfsongevallen samen met alcoholgebruik.¹⁶ Stress heeft invloed op alle leefstijlfactoren en vergroot de kans op gezondheidsrisico's. De relatie tussen de verschillende leefstijlfactoren en stress is echter niet eenduidig. Dat komt ook doordat persoonlijke en werkgerelateerde externe factoren een rol spelen.¹³

Goed beschreven interventies voor bedrijven zijn onder andere themaweken rondom de BRAVO-factoren, bijvoorbeeld interventies rond bewegen (zoals bedrijfs-

sport), voeding (gezondere voeding in het bedrijfsrestaurant, fruit op de werkvloer) en ontspanning (zoals cursussen tai chi, mindfulness).¹⁶ Bedrijven kunnen zelf interventies aanbieden, of zorgverzekeraars, arbodiensten of particuliere aanbieders inschakelen, onder wie diëtisten. Grote bedrijven nemen vaker maatregelen dan kleinere en maatregelen worden vooral genomen in non-profit organisaties.⁶

Eerder onderzoek

Onduidelijk is hoeveel diëtisten werkzaam zijn in een bedrijf.^{17,18} Een beperkt aantal diëtisten werkt buiten de zorg, bijvoorbeeld als bedrijfsdiëtist, hoewel steeds meer diëtisten in andere settings gaan werken.¹⁹ Uit eerder praktijkgericht onderzoek binnen het lectoraat Arbeid & Gezondheid van de HAN blijkt dat diëtisten die zich richten op de bedrijfsdiëtetiek veelal een eigen praktijk hebben, waarmee ze zich profileren naar het bedrijfsleven.²⁰ Ze bieden modules aan gericht op het verbeteren van de leefstijl en op het verbeteren van het voedingsaanbod. Tevens bieden ze individuele begeleiding aan werknemers met een chronische aandoening. Het lijkt erop dat diëtisten vaker met hetzelfde bedrijf samenwerken op projectbasis, maar niet duidelijk is in hoeverre dit verband structureel is. De bedrijven waarvoor diëtisten werken, zijn gevarieerd qua omvang en soort: van MKB tot grote multinationals, van kinderdagverblijven, transportbedrijven en vleesbedrijven tot zorgverzekeraars en hogescholen.²⁰ Uit een rapport van de EFAD blijkt dat in Europa diëtisten worden ingezet in organisaties zoals scholen, universiteiten, de politie, de brandweer, het gevangeniswezen en defensie, maar ook bij fabrieken en in de productontwikkeling.²¹ Opvallend is dat bedrijven uit de horeca, handel en financiële en zakelijke dienstverlening ontbreken.^{8,9} Er is weinig literatuur beschikbaar over de inzet van diëtisten in bedrijven, de samenwerking en de meerwaarde.

Huidige studie

De diëtist zou kunnen worden ingezet bij bevordering van een gezonde leefstijl op de werkvloer.²² In dit onderzoek zijn de volgende vragen aan bedrijven voorgelegd:

1. Welke redenen heeft een bedrijf om met een diëtist samen te werken aan leefstijlbevordering op de werkvloer?
2. Welke taken en werkzaamheden kan de diëtist hebben?
3. Wat kan de meerwaarde van de diëtist zijn?

- 4 Welke verwachtingen heeft een bedrijf over de competenties van de diëtist?
- 5 Hoe zou de diëtist kunnen worden ingebed in de organisatie?

Methoden

Deelnemers

Tussen juni 2013 en juni 2014 zijn werkgevers of medewerkers verantwoordelijk voor het gezondheidsbeleid van 40 bedrijven in Nederland telefonisch benaderd. We vonden hen via een samenwerkingsverband met bedrijven in de regio Arnhem-Nijmegen en via internet. Voorwaarde voor opname in dit onderzoek was dat het bedrijf een commercieel doel heeft, omdat dit een niche in de markt voor diëtisten kan zijn. Om een maximale verscheidenheid aan data te verkrijgen, is geen onderscheid gemaakt in de grootte van het bedrijf en de regio in Nederland.

Interviews

Gegevens zijn verzameld door semi-gestructureerde interviews aan de hand van een interviewgids (handleiding).²³ Het interview ging over de huidige situatie rondom leefstijlbevordering en de vraag in hoeverre hier een diëtist bij betrokken was. Verder is gevraagd hoe de functie van de diëtist eruit kan zien binnen bedrijven, welke meerwaarde de diëtist kan hebben, hoe de samenwerking met een bedrijf eruit kan zien en welke eigenschappen de diëtist nodig heeft om in een commercieel bedrijf goed te functioneren. Om de interviewgids te toetsen, is het eerste gesprek gebruikt als pilot.²³ Hieruit bleek dat de vragen veel in elkaar overliefen. Hierop is per onderzoeksvraag één interviewvraag geformuleerd.

Procedure

De interviews werden face-to-face afgenomen, zodat ook kon worden doorgevraagd op basis van non-verbale communicatie.²³ De gesprekken zijn opgenomen met behulp van een voicerecorder. Er is gestreefd naar verzaaging, wat wil zeggen dat interviews werden gehouden totdat geen nieuwe informatie meer naar boven kwam.²⁴ De gesprekken duurden een half uur tot een uur.

Gegevensverwerking

De interviews werden getranscribeerd (woordelijk uitgeschreven) en geanalyseerd met behulp van open code-

ring.²³ Daarbij werd het programma ATLAS Ti 7 gebruikt. De eerste interviews zijn door twee onderzoekers onafhankelijk van elkaar gecodeerd. Verschillen in toegekende codes werden door consensusbesprekingen opgelost. Dit is gedaan om de inter-beoordelaarbetrouwbaarheid te vergroten.²³ Vervolgens heeft één onderzoeker het coderen afgerond. Uit deze open coding kwam een codelijst, waarvan thema's en subthema's zijn gemaakt. Vervolgens is gekeken naar verbanden tussen de verschillende (sub)thema's en eventuele verklaringen daarvoor.²³

Resultaten

Deelnemers

40 bedrijven zijn benaderd voor deelname aan het onderzoek. 26 daarvan hadden geen tijd of interesse in deelname. Van de 14 resulterende bedrijven vielen er 2 uit: 1 vanwege tijdgebrek, 1 bedrijf zag van de afspraak af. De kenmerken van de 12 deelnemende bedrijven en respondenten staan in Tabel 1. Het aantal deelnemers was onvoldoende om verzadiging te bereiken.

Thema's

Het onderzoeksteam heeft uit de interviews twee hoofdthema's gestedilleerd: 1) 'gezondheidsmanagement' en 2) 'diëtist in bedrijf', met acht subthema's (zie Tabel 2). In de tabel staat per subthema een aantal quotes.

Hoofdthema 1: gezondheidsmanagement

Subthema 1.1

Leefstijlbevordering op de werkvloer

Er zijn verschillen in aantal en soort leefstijlinterventies die door de bedrijven worden aangeboden. Bij 7 deelnemers wordt periodiek de mogelijkheid geboden tot een vrijwillige gezondheidscheck. Onderzochte waarden zijn onder andere BMI, vetpercentage, cholesterolgehalte en bloeddruk. Na analyse van deze gegevens wordt het beleid rondom gezondheidsbevordering bepaald (Tabel 2: Q1). Andere initiatieven zijn: een gezonde week, een fietsplan (n=3), een sportdag, fitness op locatie, een check van het bedrijfsrestaurant, een hardloopclub of een combinatie (n=2). Minder voorkomende initiatieven (n=1) zijn: een column over leefstijl in een huisblad, een traploopleerweek, massages en een strippenkaart voor verschillende acti-

Tabel 1. Kenmerken van de doelgroep.

Respondent	Geslacht	Leeftijd	Functie	Aantal werknemers	Soort bedrijf
1	Man	31	Manager HRM	>250	Leverancier keukenapparatuur
2	Man	45	Hoofd P&O	>250	Bouwbedrijf
3	Man	63	Manager P&O	>250	Afval- en reinigingsbedrijf
4	Man	55	Directeur	<50	Technische concepten voor energie
5	Vrouw	42	Manager HD	>50-<250	Videotechnologie
6	Man	27	Directeur	<50	Zonne-energie
7	Vrouw	45	Senior HR-adviseur	>250	Ingenieursbureau
8	Vrouw	51	Medewerker HRM	>50-<250	Bouwbedrijf
9	Man	38	Hoofd P&O	>250	Bouwbedrijf
10	Vrouw	48	HR Adviseur	>250	Bank
11	Man	61	Senior HR-medewerker	>50-<250	Afval- en reinigingsbedrijf
12	Man	46	Medewerker P&O	>50-<250	Bouwbedrijf
Totaal	8 mannen 4 vrouwen	Gem. 46 (range 27-63)		6 x >250 4 x >50-<250 2 x <50	

viteiten. Hoe groter het bedrijf, hoe meer wordt aangeboden en gefaciliteerd. Bij kleine bedrijven is dit vaak maatwerk: het bedrijf regelt het zelf of besteedt het uit (Tabel 2: Q2).

Subthema 1.2

Bespreekbaar maken van leefstijl

Bedrijven vinden het bespreekbaar maken van leefstijl van werknemers moeilijk. De meeste respondenten (n=10) vinden dat ze dit in ieder geval mogen doen wanneer de veiligheid of productiviteit van de werknemer in het geding is en wanneer iemand veel verzuimt. Ook verwachten ze dat een werknemer hierin zijn eigen verantwoordelijkheid neemt (Tabel 2: Q3).

Het verschilt per bedrijf hoe leefstijl bespreekbaar wordt gemaakt. De meeste respondenten (n=8) bespreken het eerst zelf met de werknemer, en als dit niet werkt, wordt de werknemer verwezen naar de bedrijfsarts. 2 respondenten zeggen dat leefstijl een standaardonderwerp is in het jaarlijkse beoordelings- of functioneringsgesprek (Tabel 2: Q4). Bij 1 respondent wordt de leefstijl alleen door de bedrijfsarts besproken. 3 bedrijven zien leefstijl als de eigen verantwoordelijkheid van de werknemers. Zij hebben geen beleid voor leefstijlbevordering. Wel bieden deze bedrijven activiteiten aan voor het bevorderen van de werksfeer en om iets extra's te bieden aan de werknemers. 5 respondenten willen de leefstijl graag preventief bespreken, maar stuiten op weerstand van de werknemer. Werknemers vinden dit

een privézaak, krijgen het gevoel dat de werkgever hen hierop beoordeelt en dat wellicht daardoor hun contract niet wordt verlengd (Tabel 2: Q5).

Subthema 1.3

Veranderde wetgeving

Veranderde wetgeving rondom vroegpensioen en AOW is voor 4 respondenten een belangrijke factor om aandacht te besteden aan leefstijlbevordering. De werknemers van deze bedrijven doen zwaar fysiek werk: ze doen lang hetzelfde werk, zijn honkvast en verouderd. Door de veranderde wetgeving moeten deze mensen langer inzetbaar blijven. De populatie van 45+ wordt gezien als een grote risicogroep. De respondenten kampen vooral met de vraag hoe ze hun werknemers kunnen stimuleren tot blijvende gedragsverandering op leefstijlgebied. Het valt de respondenten op dat mensen die dit het meest nodig hebben, het minst meedoen met interventies (Tabel 2: Q6/7).

Hoofdstema 2: diëtist in bedrijf

Subthema 2.1

Samenwerken

Slechts 1 bedrijf werkt samen met een diëtist bij leefstijlbevordering. De meeste deelnemers zeggen nog nooit te hebben nagedacht over de inzet van een diëtist: de diëtist is niet een persoon die direct in het hoofd opkomt

Tabel 2. Thema's, subthema's en quotes (Q) van respondenten (R)

THEMA Gezondheidsmanagement

Subthema 1.1 Leefstijlbevordering op de werkvloer

Q1: "Dus bij iedereen vindt om de twee jaar zo'n keuring plaats... van hoe is het nou eigenlijk gesteld met de gezondheid van de medewerkers... in vergelijking met de landelijke cijfers... dat zijn signalen waar je wat mee moet doen als werkgever... dat is eigenlijk de aanleiding geweest voor de gezonde week... maar ook om er het hele jaar door aandacht aan te blijven geven..." (R9)

Q2: "We kunnen dingen wel aanbieden of regelen, maar we zijn vrij klein en mensen doen het veelal zelf... we hebben geen actief beleid... We hebben het ook uitbesteed... we hebben een medische dienst en daar ligt het in principe..." (R4)

THEMA Gezondheidsmanagement

Subthema 1.2 Bespreekbaar maken van leefstijl

Q3: "Een fitte medewerker is een randvoorwaarde om je werk te kunnen uitvoeren, dan mag je daar in je privétijd best tijd in investeren." (R1)

Q4: "Wij hebben die vraagstelling ook opgenomen in onze beoordelings- en functioneringsgespreken. Het is een terugkomend item om toch te spreken met medewerkers over hun gezondheid." (R8)

Q5: "Als het om leefstijl gaat, kom je heel snel in de privésfeer. De mensen willen dat heel graag weghouden van de werkgever, want stel dat de werkgever kan zeggen: het feit dat jij ziek bent, komt door jouw ongezonde leefstijl. Dat is lastig." (R4)

THEMA Gezondheidsmanagement

Subthema 1.3 Veranderde wetgeving

Q6: "De gemiddelde leeftijd is 49, dus we steken op dit moment in op hoe we een bijdrage kunnen leveren om mensen gezond 67 te laten worden... We moeten mensen verleiden tot gezondheid... want hoe je het ook wendt, het gaat om gedragsverandering... je kunt mensen niet verplichten..." (R2)

Q7: "... we hebben ook gemerkt dat we niet de groep bereiken die we willen bereiken... je kunt niet iemand dwingen mee te doen, je kunt alleen wijzen op verantwoordelijkheid..." (R12)

THEMA Diëtist in bedrijf

Subthema 2.1 Samenwerken

Q8: "Ik heb de diëtist helemaal niet op mijn netvlies." (R3)

Q9: "We doen het zoveel mogelijk zelf... we kunnen altijd kijken naar (naam bedrijf) of daar ontwikkelingen zijn of dat zoiets al eens binnen de organisatie is geweest." (R10)

THEMA Diëtist in bedrijf

Subthema 2.2 Taken en werkzaamheden

Q10: "De diëtist komt niet direct in me op als ik denk aan gezondheidsmanagement. Voeding wel." (R3)

Q11: "Je reist, je leeft uit de koffer en je bent continu weg en ik moet zalm eten en geitenkaas. Dat zijn allemaal van die exclusieve producten. Ik ben al blij als ik de hersenen van een schaap kan eten." (R4)

Q12: "Een diëtist zou zich veel meer moeten richten op gedragsverandering." (R2)

Q13: "Misschien is het wel handig om een diëtist te koppelen aan je bedrijf, waar mensen met vragen terecht kunnen." (R9)

THEMA Diëtist in bedrijf

Subthema 2.3 Meerwaarde diëtist

Q14: "Je zult mij moeten overtuigen van je bijdrage aan die gedragsverandering, en dat je mee kunt helpen verleiden, dat die medewerkers zich gezond gedragen. Dat de diëtist de meerwaarde kan bieden: ik beïnvloed daadwerkelijk het gedrag en die gezondheid." (R2)

Q15: "Je kunt zeggen, ik wil als werkgever aantrekkelijk zijn en bied daarom dit soort faciliteiten aan; een luxe artikel, ik wil mij profileren." (R6)

THEMA Diëtist in bedrijf

Subthema 2.4 Verwachtingen t.a.v. competenties diëtist

Q16: "Dat medewerkers er echt iets aan hebben." (R9)

Q17: "Maar het hangt er ook vanaf wie je tegenover je hebt. Wat voor persoon, hoe zet hij zich in, hoe benadert hij de mensen, hoe gaat hij er op af, hoe promoot hij zichzelf, hoe haalt hij mensen binnen, hoe actief is hij zelf, hoe fantasierijk? Hij zal zelf ook initiatief moeten nemen. Nou ja, wel zelf creatief ook, dingen verzinnen dan." (R11)

THEMA Diëtist in bedrijf

Subthema 2.5 Inbedding diëtist in organisatie

Q18: "Nee, geen loondienst, dat zou echt betekenen dat ze een paar uur betaald krijgt, zoals je een bedrijfsarts inhuurt, dus meer op projectbasis." (R11)

Q19: "De bedrijfsarts is gewoon een zelfstandige die we voor 4 uur in de week inhuren. En wij bepalen zijn agenda. In zo'n constructie zou ik wel wat zien." (R1)

bij het begrip leefstijlbevordering op de werkplek (Tabel 2: Q8).

Een aantal deelnemers organiseerde een project rondom voeding, maar betrok hier geen diëtist bij. Wanneer ze een externe kracht bij zo'n project willen betrekken, spreken ze het eigen netwerk of het netwerk van de werknemer aan, of ze zoeken op internet. Belangrijke voorwaarden lijken: goede profilering op het gebied van kennis over voeding en leefstijlbevordering op de werkvloer, aansluitend bij de wensen en behoeften van het bedrijf, ervaring met projecten in bedrijven en vooral het kunnen aanspreken van medewerkers. Het bedrijf dat wel samenwerkt met een diëtist vond deze via het eigen netwerk.

3 deelnemers noemen financiën als factor om niet samen te werken met de diëtist. Het budget voor gezondheidsmanagement is meestal beperkt. Daarom wordt vaak intern geprobeerd om zaken te regelen (Tabel 2: Q9). Tot slot vinden 2 deelnemers dat het inzetten van een diëtist wellicht te veel in de persoonlijke levenssfeer van werknemers komt.

Subthema 2.2

Taken en werkzaamheden

De werkzaamheden van de diëtist zijn niet altijd bekend bij deelnemers of ze hebben daarvan een eenzijdig beeld, waardoor zij niet denken aan inzet van de diëtist. Respondenten denken dat diëtisten zich alleen bezighouden met voeding, diëten en overgewicht, en niet met andere facetten van leefstijlbevordering als bewegen, roken, ontspanning en stress of het aanbod in de kantine (Tabel 2: Q10). Verder denken deelnemers dat de adviezen van de diëtist niet aansluiten bij de belevingswereld van de werknemer (Tabel 2: Q11). Ook wordt gedacht dat diëtisten alleen zeggen wat mensen niet moeten eten.

Een aantal deelnemers heeft behoefte aan meer psychologische begeleiding en focus op gedragsverandering als ze een diëtist zouden inzetten. Ze vinden dat de diëtist hier nu geen aandacht aan besteedt. 2 deelnemers baseren dit op eigen ervaring (Tabel 2: Q12). 2 respondenten zien wel een taak voor de diëtist in het beantwoorden van gezondheidsvragen (Tabel 2: Q13).

Subthema 2.3

Meerwaarde diëtist

Deelnemers kennen niet goed de toegevoegde waarde van de diëtist. 1 respondent zag vooral een meerwaarde voor grote bedrijven, omdat een diëtist kostendekkend moet zijn. Dit zou ook kunnen door een diëtist aan een cluster van bedrijven te koppelen. De diëtist kan inspelen op duurzaamheid, het imago van het bedrijf en het welbevinden van de werknemer. Een andere respondent zag de meerwaarde van de diëtist bij gedragsverandering en het inzichtelijk maken van het effect. Een derde respondent zag ook de meerwaarde in het profileren van het bedrijf (Tabel 2: Q14/15).

Subthema 2.4

Verwachtingen t.a.v. competenties diëtist

Er wordt vakkennis van de diëtist verwacht: voedingsinhoudelijk en op het gebied van psychologie en het beïnvloeden van gedrag. Een diëtist moet in een organisatie professioneel, proactief, commercieel, creatief, benaderbaar en overtuigend zijn en empathisch vermogen hebben. Er wordt verwacht dat de diëtist meedenkt met de wensen en belangen van het bedrijf, en dat zij hierop haar product afstemt. Ze moet aanspreekbaar zijn voor werknemers en goed aansluiten bij de vragen uit deze groep. Verder moet ze kunnen samenwerken met de bedrijfsarts en met andere disciplines (Tabel 2: Q16/17).

Subthema 2.5

Inbedding diëtist in organisatie

8 bedrijven gaven aan dat als ze met een diëtist gaan samenwerken, dit op projectbasis zou zijn. Bedrijven denken dat een diëtist verbonden kan zijn aan meerdere bedrijven, zodat die samen de kosten voor hun rekening kunnen nemen. Een maximum van vier uur per week per bedrijf, net als de inzet van de bedrijfsarts, lijkt een optie. Het lijkt erop dat alleen grote bedrijven met een duidelijk gezondheidsrisicoprofiel baat denken te hebben bij een structurele samenwerking met de diëtist (Tabel 2: Q18/19).

Discussie

Uit de interviews blijkt dat bedrijven niet of nauwelijks samenwerken met diëtisten. Redenen zijn dat de diëtist niet zichtbaar is, maar ook financiën spelen een rol. Daarnaast hebben bedrijven een eenzijdig beeld van werkzaamheden van de diëtist. Bedrijven zien vooral een rol in de uitvoering van interventies rond voeding.

Een paar bedrijven zien de diëtist als aanspreekpunt voor vragen. Het beeld van de diëtist is niet altijd positief ('die zegt alleen maar wat niet mag'). Ook kennen bedrijven de meerwaarde van de diëtist niet. Volgens hen ligt de meerwaarde in imagoverbetering van het bedrijf en het bewerkstelligen van gedragsverandering op leefstijlgebied. Om de diëtist in te zetten, moet de diëtist vooral commercieel, creatief en benaderbaar zijn. De meeste bedrijven hebben een voorkeur voor werken op projectbasis.

Er zijn geen andere studies gedaan naar de wensen van bedrijven wat betreft samenwerking met de diëtist. Wel zijn er verschillende studies gedaan naar de effectiviteit van leefstijlinterventies op metabolische parameters bij werknemers, waarbij diëtistische begeleiding is ingezet.²⁴⁻²⁷ Deze interventies hadden een significant positief effect op BMI/lichaamsgewicht en op verschillende bloedwaarden, zoals cholesterol en bloeddruk.²⁵⁻²⁷ Dit kan erop duiden dat de inzet van de diëtist een verschil maakt. Dit wordt ondersteund door onderzoek waaruit blijkt dat de diëtist kosteneffectief is en meer gezondheidswinst behaalt dan andere hulpverleners.²⁸

Uit gesprekken met bedrijven blijkt dat de meerwaarde van de diëtist vooral gelegen is in de voedingskundige en dieetkennis, en in de vaardigheid om wetenschappelijke informatie praktisch toe te passen.²⁹ Diëtisten worden gezien als volwaardig gesprekspartners voor andere (para)medici binnen en buiten het bedrijf. Onderzoekers geven aan dat bedrijven voordeel kunnen hebben van interventies die opgezet zijn door een multidisciplinair team, waar de diëtist deel van uitmaakt. Zo komen zowel de visie van de organisatie als de behoeften van de werknemers tot hun recht.²⁰ Tevens geeft de diëtist, werkzaam in of voor het bedrijf, het imago van een bedrijf een boost.²⁹ Tot slot kan de diëtist, als externe deskundige, een positieve rol spelen bij het bespreekbaar maken van de leefstijl.³⁰

Dit onderzoek kent een aantal beperkingen: er waren weinig respondenten en er is geen verzadiging bereikt. Elk gesprek leverde nieuwe inzichten op. Het is niet duidelijk of er binnen bedrijven nog meer meningen zijn over de inzet van de diëtist. Het animo van bedrijven om mee te doen met dit onderzoek was gering. Daarom is na een jaar werving besloten om de resultaten van deze pilotstudie te laten zien. Ook is de verhouding tussen grote, middelgrote en kleine bedrijven onevenwichtig en kan dus niet gezegd worden dat er

daadwerkelijk verschillen zijn, samenhangend met de grootte van bedrijven.

Conclusie

Bij bedrijven met werknemers met een ongunstig risicoprofiel op het gebied van leefstijl is behoefte aan samenwerking met een deskundige. Belangrijk is dat de deskundige kennis heeft over voeding en leefstijl, laagdrempelig is, kan aansluiten bij de wensen en behoeften van het bedrijf, werknemers kan aanspreken en daadwerkelijk het verschil kan maken bij gedragsverandering. Bedrijven denken niet meteen aan een diëtist. Hierbij speelt het imago van de diëtist een rol, maar ook is vaak de meerwaarde van de diëtist voor het bedrijf niet duidelijk. Bedrijven zien vooral een rol voor de diëtist bij het uitvoeren van voedingsinterventies, en als aanspreekpunt voor voorwerknemers over gezondheid en voeding. De diëtist in loondienst lijkt vooral geschikt voor grote bedrijven.

Aanbevelingen

Voor diëtisten is het belangrijk om zichzelf te profileren en hun meerwaarde kenbaar te maken bij leefstijlbevordering op de werkvloer. De diëtist kan een rol spelen bij het bespreekbaar maken van leefstijl en het vormen van beleid, naast het uitvoeren van interventies, eventueel in samenwerking met de bedrijfsarts en -fysiotherapeut.

Gezien de hoge kosten bij uitval of verzuim van een werknemer en de gezondheidswinst die behaald kan worden met de inzet van een diëtist, kan verwacht worden dat diëtisten in loondienst bij een (groot) bedrijf of meerdere bedrijven zichzelf snel terugverdienen. Vooral nog zijn daar geen gegevens over bekend. Door op projectbasis als extern deskundige bij een bedrijf aan de slag te gaan, kan de diëtist fungeren als aanspreekpunt voor leefstijlbevordering op de werkvloer. Onderzoek naar de ervaringen van bedrijven met de inzet van een diëtist is wenselijk, evenals onderzoek naar het effect van de diëtist op gedragsverandering ten aanzien van leefstijl.

Bedrijfsleven op de gezonde tour!

Jaren geleden zat ik in een bus waarvan de chauffeur achter het stuur in slaap viel. Waarom viel deze man in slaap?! Dit was voor mij de aanleiding om me als diëtist toe te leggen op het coachen van medewerkers naar een gezondere leefstijl: hoe zorgen we voor energieke medewerkers? De resultaten uit dit onderzoek zijn voor mij herkenbaar. Het is duidelijk dat we als diëtisten nog slagen moeten maken wat betreft onze profilering in het brede speelveld van vitaliteit. Zorg dat je als bedrijfsdiëtist met je verhaal aansluit op de waarden van een bedrijf. Bij de buschauffeur uit mijn voorbeeld zijn die waarden bijvoorbeeld veiligheid en kostenbesparing. De inzet van een diëtist kan daar op termijn voor zorgen.

De beperkte zichtbaarheid van de diëtist is ook een herkenbare conclusie. Laat dus regelmatig je gezicht zien, gebruik humor en spreek werknemers proactief aan op de mogelijkheden die jij biedt! Wees creatief en lok contact uit door workshops te organiseren, kookpresentaties te geven of gezonde hapjes uit te delen. Wijs ook op de

uiteindelijk financiële voordelen van de inzet van een diëtist. Een zieke medewerker kost immers al snel zo'n 250 euro per dag. Ik ben ervan overtuigd dat de inzet van de diëtist zich terugbetaalt. Gebruik dit argument dan ook om managers of bestuurders te overtuigen. Onderbouw het met succesverhalen uit de praktijk van medewerkers die zich fitter voelen, van verzuimpreventie of van werknemers die medicatie konden stoppen of afbouwen. Ik begrijp de wens van bedrijven om op projectbasis samen te werken, maar wil er bij de opdrachtgevers toch voor pleiten om na een projectperiode te kiezen voor een meer structurele inzet, in een betaalbare vorm.

Er is in het bedrijfsleven behoefte aan frisse, innovatieve en ondernemende diëtisten, die communicatief vaardig en enthousiast zijn. Ik wil graag samen met jullie het stereotype beeld van de diëtist oprispen!

NIENKE HULLEMAN BEDRIJFSDIËTIST VITAL2WORK

Referenties

1. Ewijk C, Horst A van der, Besseling P. Gezondheid loont. Tussen keuze en solidariteit. Den Haag: Centraal Planbureau, 2013.
2. Burdorf A, Robroek S, Beumer P, e.a. (2011). Dossier Duurzame Inzetbaarheid: www.arbokennissenet.nl/images/dynamic/dossiers/organisatie/d_duurzame_inzetbaarheid.pdf. Geraadpleegd op 4 juli 2016.
3. Otten F, Arts K, Schuring M, Burdorf A. Invloed van werkbelasting op voortijdige arbeidsuitstroom ouderen. *Economische Statistische Berichten* 2012;608-11.
4. Burdorf A, Berg T van den, Elders L. De invloed van gezondheid en arbeidsomstandigheden op duurzame inzetbaarheid van oudere werknemers. Literatuuren programmaverkenningen participatie en gezondheid. Thema 6 Participatie en gezondheid in relatie tot ouderen en hun arbeidsproductiviteit. Rotterdam: Afdeling Maatschappelijke Gezondheidszorg, Erasmus MC, 2008.
5. Klink JJ van der, Burdorf A, Schaufeli WB, e.a. Duurzaam inzetbaar: werk als waarde. Rapport in opdracht van ZonMw ten behoeve van het programma Participatie en Gezondheid. Augustus 2010.
6. Hooftman W, Klein Hesselink J, Genabeek J van, e.a. *Arbobaalans 2010*. Kwaliteit van arbeid, effecten en maatregelen in Nederland. Zaandam: TNO, 2011.
7. Thompa E. The impact of health on productivity: empirical evidence and policy implications. In Sharpe A, Hilaire F, Banting K. *The review of Economic Performance and Social Progress 2002: Towards a Social Understanding of Productivity*. Ottawa: Centre for the Study of Living Standards, 2002.
8. Hildbrandt VH, Bernaards CM, Hofstetter H. *TNO Trendrapport Bewegen en Gezondheid 2000/ 2014*. Leiden: TNO, 2015.
9. Van den Heuvel SG, Boshuizen HC, Hildebrandt VH, e.a. Sporten, type werk, arbeidsverzuim en welbevinden: resultaten van een 3-jarige follow-up studie. *TSG* 2003;81(5):256-64.
10. Bungum T, Satterwhite M, Jackson AW, e.a. The relationship of body mass index, medical costs, and job absenteeism. *Am J Health Behav*, 2003;27:456-62.
11. Schmier JK, Jones ML, Halpern MT. Cost of obesity in the workplace. *Scand J Work Environ Health*, 2006;32:5-11.
12. CBS. *Gezondheid en zorg in cijfers 2007*. Voorburg: CBS, 2007.
13. Eysink P, Hamberg - van Rhenen H, Lambooy M. Leefstijl en arbeid in balans: een literatuurstudie naar de invloed van leefstijlfactoren en (sub)cultuur op gezondheid, ziekteverzuim, arbeidsongeschiktheid en productiviteit. Bilthoven: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu, 2008.
14. Neovius K, Johansson K, Kark MN e.a. Obesity status and sick leave: a systematic review. *Int. J. Obes* 2009;33:17-27.
15. Duivenbode D van, Hoozemans MV, Proper K. The relationship between overweight and obesity, and sick leave: a systematic review. *Int. J. Obes* 2009;33:807-16.
16. www.loketgezondleven.nl/gezond-werk/gezondheidstemas-voor-gezond-werken, geraadpleegd op 4 juli 2016.
17. Berkhout E, Werff S van der. *Studie & Werk 2015*. Hbo'ers en academici van studiejaar 2012/13 op de arbeidsmarkt. SEO rapport nr 2015-20, Amsterdam, 2015.
18. Berkhout EE, Werff SG van der, Smid, TH. *Studie & Werk 2011*. Hbo'ers en academici van studiejaar 2008/09 op de arbeidsmarkt. SEO rapport nr 2011-29, Amsterdam, 2011.
19. Academy of Nutrition and Dietetics. *Visioning report: Moving forward - A vision for the continuum of dietetics education, credentialing and practice*. Academy of Nutrition and Dietetics, Chicago (IL) 2012:1-42.
20. Steenstra, M. De diëtist in bedrijf! *NTVD* 2012;5:19.
21. Yuill K, De Looy A. *Health in the Workplace - The role of the Dietitian in Europe*. European Federation of the Associations of Dietitians, 2012.
22. LOOVD. *Competentieprofiel voor de opleiding Voeding en Diëtetiek*, Landelijk Overleg Opleidingen Voeding en Diëtetiek, 2014.
23. Boeije H. *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Denken en Doen. Amsterdam: Boom Lemma Uitgevers, 2005.
24. Marayuma C, Kimura M, Okumura H, e.a. Effect of a work-based intervention program on metabolic parameters in middle-aged male white-collar workers: A randomized controlled trial. *Prev Med* 2010;51(1):11-7.
25. Kim HJ, Hong JI, Mok HJ, e.a. Effect of workplace-visiting nutrition education on anthropometric and clinical measures in male workers. *Clin Nutr Res* 2012;1(1):49-57.
26. Daubert H, Ferko-Adams D, Rheinheimer D, e.a. Metabolic risk factor reduction through a worksite health campaign: a case study design. *Online J Public Health Inform*, 2012;4(2).
27. Moore TJ, Alsabeeh N, Apovian CM, e.a. Weight, blood pressure, and dietary benefits after 12 months of a Web-based Nutrition Education Program (DASH for health): longitudinal observational study. *J Med Internet Res* 2008;12:10(4).
28. Lammers M, Kok L. *Kosten-batenanalyse diëtetiek*. Amsterdam: SEO-SEO-rapport nr. 2012-76A, 2012.
29. Voeding Nu. *Diëtisten beter klaarstomen voor het bedrijfsleven*. Oktober 2013.
30. Spikmans F. *Uitgangspunten voor beleid tegen overgewicht*. Waar bemoei jij je mee? *Arbo*. 2010;20-1.