

UITWERKING AVONDJE TSA; WERKSESSIE VITALE WERKNEMERS

Wanneer	Woensdag 7 juni 2023
Tijd	Van 19.00 tot 22.00 uur (inloop vanaf 18.30 uur)
Locatie	Station 88, grote zaal begane grond
Voor	Genodigden & geïnteresseerden, Tilburgs Sportakkoord, in het bijzonder werkgevers die actief bezig zijn met de vitaliteit van hun werknemers en sport- & beweegaanbieders die hieraan een bijdrage willen leveren.

Uitwerking avondje TSA; werksessie vitale werknemers	1
1. Aanleiding	1
2. Plenaire inleiding	2
2.1 Routekaart.....	2
2.2 Relevante factoren & aspecten waar je als aanbieder rekening mee kan/moet houden	3
3. Conclusies, belangrijkste bevindingen	3
4. Hoe nu verder?.....	4
5. Bijlage: uitwerkingen deelsessies & plenair	5
5.1 Casus 1.....	5
5.2 Casus 2.....	6
5.3 Break-outroom (2 sessies).....	7
5.4 Plenaire afsluiting	8
6. Opzet voor uitwerking.....	9

1. Aanleiding

Om vitaliteit structureel in te bedden bij de Tilburgse organisaties/bedrijven, is er in de afgelopen jaren, met behulp van TSA (Tilburgs Sportakkoord), een routekaart ontwikkeld met als doel het realiseren van een verschuiving van verzuim naar vitaliteit en zelfs amplitie¹. In kleine stapjes met de focus op het welzijn en functioneren van werknemers. Welke organisatie wil dat nu niet realiseren? Door de routekaart worden organisaties in staat gesteld medewerkers te laten inzien hoe goed ze voor zichzelf en elkaar kunnen zorgen (eigen regie en verantwoordelijkheid). De routekaart is uitgerust met 'best practices' en interventies die hierbij hulp bieden.

Vitaliteit is natuurlijk een breed begrip met meerdere onderdelen. Tijdens deze werksessie hebben we de focus op sport & bewegen! Na een korte inleiding (van achtereenvolgens het Tilburgs Sportakkoord en een toelichting op ambitie 13 "vitaliteit op de werkvloer") zijn er werkgeverscases gepresenteerd waarna we de aanwezigen (voornamelijk sport- & beweegaanbieders gevraagd hebben hoe zij een bijdrage kunnen leveren aan deze ambitie.

¹ Amplitie is afkomstig van het Latijnse woord 'amplio' en het betekent versterken, vergroten en vermeerderen. Bij amplitie ligt de focus niet op het behandelen (curatie) of voorkomen (preventie) van de negatieve gevolgen van werkstress, maar op interventies die daaraan voorafgaan.

2. Plenaire inleiding

2.1 Routekaart



[Bekijk de online editie van de Routekaart](#)

2.2 Relevante factoren & aspecten waar je als aanbieder rekening mee kan/moet houden

Bij het brainstormen over mogelijkheden voor het MKB versus mogelijkheden voor grotere organisaties, het volgende in het achterhoofd houden:

- Kosten
 - o Try-out aanbod
 - o Regulier aanbod/arrangementen
 - o Evenement
- Kostenverdeling (werkgever – werknemer)
- Accommodatie/beschikbare voorzieningen
- Verplicht en/of facultatief
- Tijdens werktijd en/of daarbuiten
- Werktijden (ploegendienst, vaste pauzes etc.)
- Mate van betrokkenheid management/directies (zelf actief of ‘afkopen’)
- Op eigen locatie en/of die van de aanbieder en/of de openbare ruimte
- Voor het individu of voor teams
- Wel/geen competitie

3. Conclusies, belangrijkste bevindingen

In de bijlagen zijn de uitkomsten van de diverse sessies afzonderlijk en plenair in detail uitgewerkt. Hieronder de belangrijkste uitkomsten. Deze nemen we mee in “de pilot Kraaiven”, ze ook “hoe nu verder?”.

- Meten van vitaliteit als vertrekpunt
- Inzicht in de werkelijke behoefte van de werkgever (zie ook relevante factoren), aan het begin en aan het eind
- Inzicht in de werkelijke behoefte van de werknemers, aan het begin en aan het eind.
- Begin! Begin klein, experimenteer.
- Zorg voor ambassadeurs
- Wat je doet moet inspirerend zijn, de WOW-factor hebben.
- Dat geldt ook voor de locatie
- Gemak, laagdrempelig, leuk! Verbindend, sociaal
- Standaard opties bieden, geen keuzestress (versus maatwerk, voor ieder wat wils, ook SLOW)
- Mogelijkheden inzichtelijk maken, een (try-out) waaier en die via de werkgevers verspreiden, maar ook ondersteunende structuren zoals ondernemersadvies van de gemeente, station 88 ondernemers coaches (vitaliteit ook meenemen)
- Werkgever die hier iets mee doet = goed werkgeverschap (communicatieclaim)

4. Hoe nu verder?

We zien uitdagingen maar de overheersende gedachte is toch wel dat we hier verder mee moeten. Er is voldoende energie en er zijn tal van ideeën. Concreet:

- We gaan kijken of en op welke wijze we met deze ambitie verder kunnen binnen het Tilburgs Sportakkoord.
- Daarbij gaan we samen met Vitaal Kraaiven en geïnteresseerde sport - & beweegaanbieders in gesprek met ambassadeurs van diverse werkgevers op industrieterrein Kraaiven om te komen tot een pilot. Een pilot rondom “try-out” aanbod, een arrangement of een evenement. Dus verder invulling geven aan het netwerk van ondernemers en aanbieders.
- Hierbij onderzoeken we ook of ‘ondernemend Tilburg’ vitaliteit ‘standaard’ mee kan nemen in de aanpak (projecten vanuit het ondernemersakkoord)
- En we zijn in gesprek met [De Beweegalliantie](#) over hoe we dit initiatief in Tilburg verder kunnen brengen en daarmee ook als voorbeeld voor andere regio’s kunnen dienen.

Mogelijkheden te over dus. Voor de korte termijn wijs ik je ook graag op de mogelijkheden van [Vitaal Bedrijf](#) zoals gratis tools voor (MKB-)ondernemers:

- Bijvoorbeeld een [scan](#) hoe je de vitaliteit in je organisatie in kaart kan brengen
- Of het [vignet](#) waarmee je kunt laten zien dat je vitaliteit als organisatie erg serieus neemt.

Uiteraard zullen we kijken in hoeverre we Vitaal Bedrijf in de vervolgplannen mee kunnen nemen.

Wil je meer weten over de routekaart? Neem dan contact op met

Hetty van Stiphout
Projectleider Ambitie 13 ‘Vitaliteit op de werkvloer’
T | 06-12983326
E | hetty.van.stiphout@cz.nl

Heb je vragen over het sportakkoord, hoe we verder gaan of wil je ergens bij aansluiten? Laat het dan weten!

Brigitte Musters
Regisseur Tilburgs Sportakkoord/coördinator Sport & Preventie
M | +31 6 53 12 93 50
E | b.musters@ssnb.nl

5. Bijlage: uitwerkingen deelsessies & plenair

5.1 Casus 1

Vraag: hoe ga je de MKB'er bereiken?

Als voorbeeld nemen we Midpoint Brabant: daar werkt men van 9-17 uur, veel kantoorpersoneel, veel vrouw, max 32 uur, geen druk van targets (geen winstoogmerk e.d.). Bieden personal training (maken 10 v.d. 40 gebruik van), stoelmasseuses. Meten nu geen vitaliteit.

Geopperde ideeën:

1. MKB triggeren door vitaliteitsmeting (met vitaliteitscoach) aan te bieden
2. Locatie van het aanbod moet inspirerend, spectaculair zijn. Willem II stadion of bij de Trappers.
 - Toevoeging vitoloog: Eindhoven heeft dit al uitgewerkt (sponsors van PSV kunnen meedoen aan vitaliteitsprogramma) = PSV 12 weeks programma. Niet alleen bewegen, maar ook over mindset, slaap, etc. Wordt als een training aangeboden waardoor het voor bedrijven interessanter is. Voor bedrijven achter Brainport inclusief, voor bedrijven daarbuiten een bijdrage. Max. 25 werknemers per programma. WOW factor is belangrijk.
 - Bedrijven triggeren om aan groepsactiviteit deel te nemen (bijvoorbeeld bedrijvenloop binnen Warandeloop). Reacties daarop:
 - Vervolg na event? + vaak mensen die al sportief zijn, zeker bij hardlopen.
 - Breder dan alleen een training is interessanter voor mij. Koppeling theorie en praktijk. Een cyclus vind ik interessanter dan structureel of eenmalig.
 - Leefstijlcoach: belangrijk om het gesprek aan te gaan om erachter te komen wat de werknemer leuk vindt en aan te sporen om mee te doen aan een activiteit die georganiseerd wordt.
 - Is de zwakte niet de vrijblijvendheid? Gaan er nu vanuit dat iedereen wil sporten, maar wil iedereen dat wel? Door een training die meer doet dan alleen bewegen, wordt het voor een grotere groep interessanter.
3. Try-out waaier voor het bedrijfsleven met allerhande mogelijkheden → de weg naar bepaald aanbod, waaronder ook de leefstijlcoach is niet altijd goed te vinden maar via werkgever wat makkelijker te ontsluiten?
4. Aanbod aanbieden van kop tot staart, dan volgen de keuzes vanzelf. Standaardpakketten want te veel opties/keuzes werkt remmend. Eerst verleiden en dan pas maatwerk.
5. Kijken naar de verschillende gebieden in Tilburg zoals bijvoorbeeld Kraaiven. Dichtbij en kleinschaliger zodat de drempel om mee te doen lager is én aanbod aangepast kan worden op wensen en mogelijkheden in het gebied.

Overige opmerkingen:

- Sales perspectief: door een pakket aan te bieden, hoef je als aanbieder niet iedere werknemer aan je te gaan binden, maar haal je gelijk een hele organisatie binnen.
- Ga uit van gemak: 1 training, op 1 locatie.
- Geloof in combinatie van verleiden en 'verplichten'. 'Verplicht' aanbod wordt ook gezien als goed werkgeverschap (ik kan kiezen uit zoveel banen en de werkgever die investeert in mijn vitaliteit heeft een streepje voor)
- Aanbod combi onder en buiten werktijd (voorbeeld sociale werkvoorzieningen)
- Vitaliteit onderdeel maken van of als plus bieden op de businesscoach; iemand die je als werkgever (HR-leidinggevende-directie) x tijd komt helpen om te sparren/om op te starten.

5.2 Casus 2

Het MKB.

Als voorbeeld houden we Pondres in ons achterhoofd. Maken gepersonaliseerde prints. +/- 160 mensen, veel studenten, kantoorpersoneel (rondom 30, hoogopgeleid MBO+ en hoger), productie (veelal laagopgeleid, vaste werktijden, mogelijke taalbarrière). In tijden van drukte dan wordt er op zaterdag, zondag en avonden gewerkt. Niet standaard behalve voor de Hallmarkploeg, zij werken structureel in de avonden. Vinden vitaliteit belangrijk, maar zijn wel kostenbewust. Willen wel investeren in mensen, maar willen hier een wederkerigheid in zien.

Geopperde ideeën:

1. Meten = weten. Campagne van Vitaal Bedrijf start met vragen als hoe vitaal en je, wat verwacht je. Eerst weten waar de behoefte en ambitie vanuit de werknemer ligt en dan pas aanbod daarop creëren. Inzet van ambassadeurs binnen de organisatie is wenselijk want je hebt altijd werknemers die dit niet willen. Er is ook altijd een groep die wel wil. Je hoeft niet groot te beginnen. Begin klein en zorg daar voor draagvlak. "Start het gesprek dan vervolgens bij de koffieautomaat. Hier ligt ook een rol voor de leidinggevende om te motiveren/te activeren. Belangrijk is ook wat de voorwaarden zijn: mag het (deels) onder werktijd?"
2. Vergaderen op een sportieve locatie
3. Bied vanuit de aanbieders een Tilburgs pakket. Een supermarkt, dus niet afzonderlijk als aanbieder of locatie, maar verschillende opties.
 - a. Een platform waarop het aanbod zichtbaar is, zodat het voor de MKB'er laagdrempelig is/blijft/wordt om in contact te komen met aanbieders.
 - b. Impact/monitoren: vinden van momentum voor gedragsverandering. Zit dat in het begin van zo'n traject? Gesprek aangaan aan het begin: wat vind je leuk? Maar ook aan het einde. Hier kun je dan als werkgever je aanbod op afstemmen (mogelijkheden en voorwaarden).
 - c. In het begin dus clinics (rittenkaart, cyclus, losse activiteiten) om te laten ontdekken, aan het eind structureel aanbod (bijvoorbeeld een bedrijvencompetitie, al dan niet met verschillende activiteiten (roeien na de zomer, hardlopen in het najaar etc.)
4. Op Kraaiven zitten veel bedrijven. Bij een aantal van die bedrijven een ambassadeur betrekken en met hen én de sportaanbieders. Zij zijn dan aanjager voor de rest van hun organisaties. Ondersteun dit met een platform om informatie te delen, ook online, bijvoorbeeld LinkedIn, zo kan het gaan leven. Past binnen gebiedsgericht werken.
5. Iedere 2 weken een activiteit om uit te proberen.

Overige opmerkingen

- Blijkbaar bestaat de vraag vanuit het bedrijfsleven, dus hoe brengen we de werkgever in contact met de aanbieder? En waarom gebeurt dit nu dan nog niet? Is het probleem dan niet: we willen wel maar weten niet hoe. Verbinding maken essentieel.
- We moeten ergens beginnen (bijv. op 1 terrein zoals het Kraaiven) en kunnen van daaruit weer veder kijken.
- Sport zegt "ja we kunnen hier over meedenken ook al zijn we met veel vrijwilligers". Als we nu geen ja zeggen, komen we niet verder.
- Er miste altijd een linking pin. Kan organisatie achter georganiseerde bedrijventerreinen geen rol spelen in die link.
- "Grote" namen erbij is interessant (bijv. betrokkenheid Willem II). '
- Bedrijven willen wel mee, maar moeten wel gemotiveerd/geactiveerd/geïnformeerd worden.
- Laagdrempelige sporen aanbieden.

5.3 Break-outroom (2 sessies)

Vanuit de grote werkgevers gezien (pitch Efteling) hebben we de volgende input opgehaald.

1. Rode draad om in beweging te komen:
 - a. Connectie/Verbinding
 - b. Fun
 - c. Laagdrempelig
 - d. Leuk/humor
 - e. Mentaal de uitdaging zoeken
 - f. Sociale aspect

2. Beweegaanbod:
 - a. Tafeltennis (Luto): tafeltennis clinics, toernooien, deelname bedrijfscompetitie TTL
 - b. Roeivereniging (TOR): 4 trainingen 1,5 uur (op locatie / roeimachines) locatie + event eraan verbinden. Op elk niveau, overdag/avond, flexibel aanbod.
 - c. Boogschieten (Meierijers: boogschietclub inregelen bij: heidagen, teamsessies
 - d. Bedrijvencompetities
 - i. Handbal
 - ii. Voetbal
 - iii. Roeien
 - iv. Hockey
 - e. Vitaliteit/sportdag gericht op:
 - i. Sport; sociale aspect
 - ii. Aandacht voor gezonde lunch/voeding
 - iii. In beweging komen op je werkplek
 - iv. Werken aan eigen regie/eigen veerkracht
 - f. Beweegaanbod op locatie:
 - i. Bijvoorbeeld: Efteling run.
 - ii. Weekprogramma van 12 weken aanbieden aan werknemers. Als afsluiting een estafette run/walk op eigen niveau.
 - iii. Decathlon sportveldjes uitzetten op eigen terrein.
 - iv. Vergaderroutes uitzetten en bewust laten inplannen in de outlook agenda
 - v. Lunchwandelen met aanbod foodtrucks Vrijthof
 - vi. Faciliteren van een leefstijlcoach op locatie (fysio spreekuur)
 - g. Teamactiviteiten: teambuilding activiteiten
 - i. Schapen drijven.
 - ii. Paarden coaching
 - iii. Glowing in the dark pingpong
 - iv. Slow hockey, voetbal, volleybal
 - v. Wandel (challenges) > verbinding, sociaal
 - h. Moto: meedoen is belangrijker dan winnen. Samenwerken is verbinden
 - i. "Blij tanken" of "nooit te laat oplaadpaal" (via een koptelefoon opladen en afschakelen. Deze paal is gesitueerd in Tilburg.

5.4 Plenaire afsluiting

Break-outroom sessie 1

- Kernwoorden: connectie en verbinding.
- Vitaliteit is breder dan alleen bewegen.
- Als je roei-/boogschietaanbod wilt neerzetten: wat heb je dan nodig? Mooi: aanbod is flexibel: kunnen op locatie maar ook bij de roeivereniging, instappen op ieder niveau.
- Idee: bedrijvencompetitie opnieuw opstarten
- Begin klein en ga van daaruit het aanbod uitbreiden.
- Belangrijk: laagdrempelig, humor/het moet leuk zijn!

Break-outroom sessie 2

- Kernwoorden FUN en verbinding.
- Meedoen is belangrijker dan winnen. Activeren van intrinsieke motivatie belangrijk.
- Organiseren van evenementen: vitaliteitsscan, werkdrukonderzoek, tafeltennistoernooi.
- SLOW-variant toevoegen zodat het voor iedereen toegankelijk is.

Grote zaal

- Meten is weten
 - o Wat wil de werknemer
 - o Hoe vitaal is deze al?
- Discussie over one size fits all óf maatwerk, maar hoe organiseer je dat praktisch.
- Toffe locaties helpen (WII, Trappers)
- Sowieso: idee Kraaiven verder uitwerken.

Afsluitende discussie

- Zorgen voor een pakket aan communicatiemiddelen (opmerking BM: zoals we bij KOM!). Nemen we zeker mee!
- Moeten we de zorgverzekeraar niet bij het proces betrekken, zodat er niet meerdere initiatieven gaan lopen? Eilandjes voorkomen en elkaar versterken.
- Bewegingactiviteit wegzetten als bedrijfsuitje?
- Dagen uit het jaar koppelen aan een vitaliteitsthema: bananen dag koppelen aan voeding, warme truien dag koppelen aan goede warming-up bij het bewegen. Doel: vitaliteitswebsite.

6. Opzet voor uitwerking

1. Algemeen:
 - a. Creatieve opdracht studenten?
 - b. Aansluiting bij cirkels Beweegalliantie
2. Zorg voor een scan/check-up (AVG) en herhaal deze (werknemersniveau). Idem voor werkgevers: welke factoren kun je monitoren onder de deelnemers (verzuim, werkplezier, productiviteit? Nulmeting, 1-meting, 2-meting
3. Zorg voor communicatie/aanspreekpunten:
 - a. Een coach en/of ambassadeur op de werkvloer
 - b. Inspirerend communicatiemateriaal om werknemers te motiveren (fun) en ter ondersteuning van de werkgever (ontzorgen)
 - c. Waaier met mogelijkheden (totaal van aanbieders, alle varianten)
 - d. Legitimatie vooraf om werkgevers van nut & noodzaak te overtuigen → goed werkgeverschap (bijvoorbeeld [vignet Vitaal Bedrijf](#))
 - e. Betrek alles met ondernemend Tilburg, zorg dat het gezien wordt, LinkedIn, platform (toffe locatie als kick-off)
4. Aanbod: zie ook 5.3 onder 2
 - a. Kies als het kan een toffe locatie (bijvoorbeeld WII: dan doe je ook iets voor sponsoren, zie voorbeeld PSV.
 - b. Voor ieder niveau (wandelen en hardlopen, dus ook de SLOW-varianten, koppeling Keep On Moving! (KOM!).
 - c. Van try-out (strippenkaart) naar structureel aanbod
 - d. Met een cyclus naar iets toewerken (een event)
 - e. Bedrijvencompetitie?
 - f. Aandacht voor zowel theorie als praktijk?
 - g. Van standaard naar maatwerk? Zie 7
 - h. Maar ook “dynamische werkdag”, hoe kun je gedurende de dag meer bewegen: bewegen van en naar het werk, vergaderen op een sportieve locatie/wandelend
 - i. Aanbod van collega voor collega’s (voorbeeld CZ)
 - j. Iedere 2 weken aanbod, steeds verschillend
5. Indien verplicht vanuit werkgever, dan ook vergoeding vanuit werkgever (zie ook 2.2)
6. Gebieden:
 - a. Kraaiven: Van Eerd, Hoefnagels, Pondres, Decathlon
 - b. Binnenstad
 - c. ...
7. Begin! Vanuit gemak, op 1 locatie, met one fit
8. Ondersteuning:
 - a. Verzekeraars
 - b. Vitaal bedrijf
 - c. Afdeling economie & arbeid, werk & inkomen gemeente. Ondernemersakkoord.
 - d. Ondernemersadviseurs/-coaches
 - e. ...