

Voedingsbeleid in bedrijven voor verbetering vatbaar

E. Vanhauwaert, E. Wouters

Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie (VIG)

Het Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie (VIG) peilde in 2003 in opdracht van de Vlaamse Overheid en in samenwerking met de Logo's (Lokaal Gezondheidsoverleg) naar het gevoerde voedingsbeleid in bedrijven met meer dan 50 werknemers⁽¹⁾. Van de 4297 aangeschreven bedrijven in Vlaanderen en Brussel hebben er 2191 de uitgebreide vragenlijst ingevuld teruggestuurd (51 % respons). Uit het onderzoek blijkt dat inspanningen rond voedingsvoorlichting en -interventies op het werk nog erg beperkt zijn.



Foto: Getty Images

Aandacht voor een gezonde en fitte levensstijl, ook op het werk, is noodzakelijk. De doelgroep van 18- tot 65-jarigen kan het best via het werk worden bereikt. Een goede gezondheid is trouwens niet alleen belangrijk voor de werknemers, maar ook voor de werkgevers en de overheid. De kernopdrachten van bedrijven zijn productie, distributie

en dienstverlening, opdrachten die door mensen worden gerealiseerd. Mensen vormen dus een belangrijk en onmisbaar kapitaal voor het bedrijf. Gezonde, fitte mensen hebben een meerwaarde.

Opzet van het onderzoek

Het onderzoek betreft een longitudinale gegevensverzameling van het gevoerde

(1) De meting in verband met een voedingsbeleid werd eveneens uitgevoerd in basisscholen en secundaire scholen. De resultaten van dit onderzoek zullen in het herfstnummer van *Nutrinews* (nr 3) worden besproken.

Het Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie (VIG) peilde in 2003 in opdracht van de Vlaamse Overheid en in samenwerking met de Logo's (Lokaal Gezondheidsoverleg) naar het voedingsbeleid in Vlaamse bedrijven. Een gezond voedingsbeleid omvat drie componenten: het voorzien van een evenwichtig en gevarieerd voedingsaanbod (indien er een voedingsaanbod is), het sensibiliseren en motiveren van de werknemers om gezond te eten en het uitvoeren van interventies omtrent gezonde

voeding. Uit het onderzoek blijkt dat inspanningen rond voedingsvoorlichting en -interventies op het werk nog erg beperkt zijn. Het voedingsaanbod scoort doorgaans het best maar blijft voor verbetering vatbaar. Bedrijven zijn waarschijnlijk nog te weinig bekend met de voordelen die een gezond voedingsbeleid op het werk kan bieden voor zowel de werkgever als de werknemer. Het artikel reikt praktische tips aan om bedrijven te begeleiden naar een beter voedingsbeleid.

SAMENVATTING

tabakspreventie- en gezonde voedingsbeleid in Vlaamse scholen en bedrijven. In 2003 werd de aanvangsmeting uitgevoerd. Deze meting zal in 2006 worden herhaald. Hierdoor zal het mogelijk zijn om na te gaan of en in welke mate de geleverde inspanningen ter bevordering van een actief tabakspreventie- en gezond voedingsbeleid in bedrijven en scholen effectief zijn.

Als meetinstrument werden checklists ontwikkeld die het gevoerde gezondheidsbeleid voor enerzijds tabakspreventie en anderzijds gezonde voeding binnen een bedrijf of een school volledig in kaart trachten te brengen. Alle antwoorden werden niet alleen van een bijhorende score voorzien maar er werd ook een weging toegepast voor de verschillende componenten in de vragenlijst. Op die manier krijgen items die voor een goed tabakspreventie- of voedingsbeleid van groter belang zijn ook een grotere weerslag in de schaal-scores en het eindresultaat. De vragenlijsten werden opgesteld door een team van VIG-experts in settings, thema's en wetenschappelijke ondersteuning. Verder werden de checklists uitgetest in zowel een tiental bedrijven als scholen. Om de betrouwbaarheid van de checklists na te gaan werden telkens twee verschillende personen binnen het bedrijf of de school gevraagd de vragenlijst in te vullen. Zowel de betrouwbaarheid als de validiteit van de checklists werden goedgekeurd. Het uitgebreide rapport van de aanvangsmeting "Voedings- en rookbeleid in scholen en bedrijven" kan worden geraadpleegd op www.vig.be (actueel).

In het kader van dit artikel beperken we ons tot de onderzoeksresultaten van het voedingsbeleid in bedrijven.

De bevraging naar een actief voedingsbeleid in bedrijven was opgedeeld in twee delen. Het eerste deel peilde naar de inhoud van een eventueel voedingsbeleid. Hieronder vallen enerzijds het voedings- en drankenaanbod op het werk en anderzijds de voedingsvoorlichting die wordt georganiseerd met inbegrip van informatie, sensibilisatie en interventies. Het tweede deel van de bevraging betrof de aanpak of het proces van het gevoerde voedingsbeleid. Met de aanpak of het proces worden de interne participatie, de contacten met externen (netwerking) en het budget bedoeld.

Globale resultaten van de aanvangsmeting voedingsbeleid

Vooraf de bedrijfssectoren productie, dienstverlening en distributie hebben aan de bevraging deelgenomen. Van de 4297 aangeschreven bedrijven in Brussel en Vlaanderen met meer dan 50 werknemers hebben er 2191 aan het onderzoek deelgenomen. Van deze 2191 bedrijven situeren er zich 1205 of 55 % in de privésector en 713 of bijna 33 % in de non-profitsector.

Inzake voedingsbeleid scoren non-profitbedrijven gemiddeld beter dan commerciële bedrijven. Binnen het commerciële circuit scoort de dienstverlenende sector het best. Hoe meer werknemers een bedrijf tewerkstelt, hoe hoger het

bedrijf scoort voor het thema voeding. Kleine bedrijven halen een gemiddelde score van 21 op 100, grote bedrijven halen gemiddeld 40 op 100. Bedrijven die met een ploegenstelsel werken scoren beduidend beter dan bedrijven zonder.

Promotie gezonde voeding op het werk

Hoewel er bedrijven zijn die goed tot zeer goed scoren met hun voedingsbeleid behaalt de grote meerderheid (77 %) geen 25 op 100.

Er wordt binnen de bedrijven vooral aandacht besteed aan het voedings- en drankenaanbod, gaande van broodjes tot warme maaltijden en allerhande dranken. Het is niet verwonderlijk dat een bedrijf zich vooral richt op het aanbod. De andere aspecten zoals het geven van voedingsvoorlichting behoren in wezen niet tot de traditie van een bedrijf. Uit het onderzoek blijkt bovendien dat het principe van een voedingsbeleid nog onvoldoende bekend is. Een gezond voedingsbeleid op het werk omvat drie onderdelen. Het is belangrijk om aandacht te besteden aan alle onderdelen.

1. Het voedingsaanbod biedt de werknemers de mogelijkheid om een gezonde en evenwichtige keuze te maken. Er kan een voedingsbeleid worden ingevoerd met of zonder een voedingsaanbod. Indien het bedrijf in een voedingsaanbod voorziet, is het cruciaal dat de werknemers een gezonde keuze kunnen maken. Het voedingsaanbod moet dus gezond en evenwichtig zijn samengesteld. Dat geldt zowel voor het aanbod in de kantine of het bedrijfsrestaurant als in de dranken- en eventuele andere voedingsautomaten, bij de koffie en tijdens vergaderingen.
2. De werknemers worden gesensibiliseerd en gemotiveerd om gezond te eten. Als er binnen het bedrijf geen voedingsaanbod is, kunnen de werknemers bijvoorbeeld worden aangemoedigd om een gezond lunchpakket mee te brengen.
3. Er is een mix van continue en eenmalige activiteiten en interventies om het voedingsbeleid te ondersteunen

Effectieve voedingsvoorlichting

Het verspreiden van een folder of brochure is een goed idee maar het mag daar niet bij blijven. Om de aandacht van de mensen te trekken en hen ertoe aan te zetten thuis en op het werk gezonder te gaan eten, is meer nodig dan een folder. Mensen moeten zich in de eerste plaats bewust worden van hun eigen, vaak verkeerd, voedingsgedrag: 74 % van de Belgen is zich niet bewust van zijn eigen eetgewoonte.

Om mensen bewust te maken, zijn bijkomende acties en interventies nodig. Organiseer bijvoorbeeld een "kick-off" en deel appels uit, geef gezondheid een gezicht en bevestig het belang ervan, verspreid voedingstesten (zie www.vig.be > thema voeding), enz. Eens bewust van hun mogelijk ongezond voedingspatroon zullen mensen meer geïnteresseerd zijn in folders, brochures, adviezen en andere activiteiten ter promotie van een gezonde voeding en levensstijl.



en het een gezicht te geven. Dat kan gaan van een "kick-off" bij de start tot regelmatige kleine acties om de aandacht te houden.

Voedingsvoorlichting

Het onderzoek heeft vastgesteld dat slechts 9 % van de bedrijven ten minste één maal per jaar een vorm van voorlichting omtrent gezonde voeding organiseert; 85 % doet dat nooit. Actieve interventies gebeuren zelden of nooit. Bij het geven van voorlichting wordt veelal gebruik gemaakt van de klassieke voorlichtingsmethoden zoals het verspreiden van folders of brochures.

Om gezond te eten is kennis nodig. Continu informatie geven en sensibiliseren om gezond te eten is noodzakelijk, ook op de werkplek. Voor bepaalde doelgroepen zoals ploegenarbeiders kan een maaltijd aangepast aan het werkritme en het verhogen van de kennis om evenwichtig en gevarieerd te eten, de productiviteit rechtstreeks beïnvloeden. Reden te meer om voedingsvoorlichting te geven. Werknemers waarderen het bovendien dat hun werkgever aandacht heeft voor hun gezondheid.

Voedings- en drankenaanbod

Naast het overbrengen van de nodige kennis over gezonde voeding via voedingsvoorlichting is ook het ter beschikking stellen van een gezond voedingsaanbod onontbeerlijk in het kader van een goed voedingsbeleid. Indien er geen bedrijfskantine of restaurant is, is het belangrijk om werknemers ertoe aan te zetten een gezond lunchpakket en gezonde tussendoortjes en dranken mee te brengen naar het werk. Praktische tips mogen hierbij niet ontbreken.

Binnen het gevoerde voedingsbeleid scoort het voedingsaanbod doorgaans het best. In de bevraging werd gepeild naar de samenstelling van het aanbod van de warme maaltijden, de broodjes, de tussendoortjes, de dranken en de versnaperingen voor vergaderingen. Het voedingsaanbod is in het algemeen ruim en werkgevers lijken toch al enige aandacht te hebben voor het aspect gezondheid. Hoe ruimer het aanbod, hoe groter de kans dat er een gezonde keuze beschikbaar is.

Gezien de algemene bevolking te weinig groenten eet, moet dit een belangrijk punt van aandacht zijn in het voedingsaanbod van een bedrijf.

Belegde broodjes

In 48 % van de bedrijven met meer dan 50 werknemers kan een belegd broodje of een belegde boterham worden aangekocht. In 82 % hiervan is er ook de mogelijkheid om voor bruin brood te kiezen. Ruim een derde van de aangeboden broodjes zijn belegd met groenten; 40 % van de broodjes zijn meestal voorzien van groenten. Mager beleg is reeds ingeburgerd: 60 % van de bedrijven die broodjes verkopen, bieden altijd mager beleg aan, 18 % meestal.

De warme maaltijd

In 31 % van de bedrijven met meer dan 50 werknemers worden warme maaltijden aangeboden. Iets meer dan de helft hiervan biedt de keuze tussen meer dan twee menu's.

Gezien de algemene bevolking te weinig groenten eet, moet dit een belangrijk punt van aandacht zijn in het voedingsaanbod van een bedrijf. In het onderzoek antwoordde 82 % van de bedrijven dat zij 200 g groenten per persoon voorzien bij de warme maaltijd. Hierbij kan echter de vraag worden gesteld of zij de aangeboden portie groenten niet hebben overschat. In 85 % van de bedrijven worden dagelijks groenten aangeboden. Hiervan geeft 82 % aan dat de portie ten minste 200 g is. Ongeveer 81 % biedt altijd de keuze tussen gekookte aardappelen, deegwaren of rijst. Gefrituurde aardappelgerechtten worden in 69 % van de bedrijven maximaal één keer per week aangeboden; in 19 % van de gevallen zijn ze dagelijks te krijgen. De keuzemogelijkheid voor vers fruit of een melkproduct als dessert is eerder laag.

Hoewel het aanbod relatief goed is, kan het nog beter. Zo zouden er bijvoorbeeld dagelijks groenten moeten worden voorzien. In het algemeen krijgt de werknemer echter wel de mogelijkheid om te kiezen voor een gezonde warme maaltijd.

Drank en tussendoortjes

Slechts in 3 % van de bedrijven met meer dan 50 werknemers is er geen

Tips voor een gezond voedingsaanbod

- Plaats groenten dagelijks op het menu. De aanbeveling is om minstens 200 g groenten te voorzien bij de warme maaltijd. Bij een broodmaaltijd kan een aanbod van rauwkost de aanbeveling van 300 g groenten per dag helpen realiseren.
- Voor tussendoor gaat de voorkeur naar een stuk vers fruit of yoghurt. Personeel kan worden aangemoedigd om zelf ook gezonde tussendoortjes van thuis mee te brengen. Het ter beschikking stellen van een koelkast van het personeel kan dit bevorderen. Zo kunnen gezonde tussendoortjes, zoals yoghurt en andere melkproducten en fruitsla, fris worden bewaard tot gebruik.
- Plaats een mand in de refter en vul deze regelmatig aan met vers fruit, tomaten, enz.
- Een glas koude melk of fruitsap tijdens een vergadering kan verfrissend werken en nieuwe werkenergie geven. Idem voor kleine gezonde snacks. Halfvolle melk, karnemelk, yoghurt en fruit in het aanbod voorzien is een goed idee. Al wordt het wellicht even wennen met een mand vers fruit of een glas melk op de vergadertafel in plaats van het klassieke aanbod van zoetigheden en koffie.



Foto: Getty Images

aanbod van dranken. Alle werknemers zouden op het werk ten minste water moeten kunnen krijgen. Dit is zo in 86 % van de bedrijven.

Indien dranken worden aangeboden is het aanbod ruim: water, koffie en frisdranken zijn in meer dan 80 % van de bedrijven te verkrijgen, licht-frisdranken in 72 %, thee in 66 %, soep in 59 % en fruitsap in 49 % van de bedrijven. Gesuikerde melkdranken en witte melkdranken zijn verkrijgbaar in

respectievelijk 37 % en 21 % van de bedrijven. Melkdranken zijn dus maar beperkt beschikbaar. In 10 % van de bedrijven zijn er alcoholische dranken te krijgen, wat relatief gezien een hoog percentage is.

In bijna de helft van de bedrijven kunnen de werknemers een tussendoortje aankopen. Het aanbod aan tussendoortjes bestaat vooral uit vet- en/of suikerrijke tussendoortjes (96 %). Het aandeel snoep is oververtegenwoordigd. In 34 %

van de bedrijven zijn er tussendoortjes zoals graankoeken en rijstkoeken. Slechts 23 % biedt ook vers fruit en pudding of yoghurt aan.

Voedingsaanbod op vergaderingen

Het aanbod tijdens vergaderingen is klassiek en beperkt zich in de meeste bedrijven (meer dan 92 %) tot koffie, thee en water. In 56 % van de gevallen zijn er ook frisdranken en in 38 % licht-frisdranken. Het is nog geen regel om frisse melkdranken zoals melk of karnemelk (4 %) aan te bieden. Het melkaanbod beperkt zich voorlopig meestal tot melk voor bij de koffie. Ook fruitsap scoort nog relatief laag met 30 %.

Interne participatie

Slechts een klein aantal bedrijven beschikt over een coördinator "gezonde voeding". Zijn werkterrein sluit meestal dicht aan bij de HACCP- of de keukendienst. Een participatieve werkgroep met onder meer de preventieadviseur, vertegenwoordigers van de werknemers, de directie en het comité voor preventie en bescherming op het werk is bovendien nog maar weinig actief rond gezond eten op het werk. In slechts 5 % van de bedrijven wordt hiervan melding gemaakt.

Gezonde voeding wordt niet beschouwd als een technische materie en wordt daarom nog te weinig opgepakt door preventieadviseurs. Er zijn bovendien geen wettelijke verplichtingen in verband met gezond eten.

In principe kunnen personen met een zeer diverse jobinhoud een voedingsbeleid trekken of initialiseren. De "human resources"-manager, de logistiekmanager, de preventieadviseur of arbeidsgeneesheer, de keukenverantwoordelijke, de algemene manager, maar ook werknemers kunnen een aanzet geven.

Netwerking en budget

De overgrote meerderheid van de bedrijven doet geen beroep op externe diensten of organisaties voor preventie en bescherming op het werk, noch voor een voedingsbeleid. Slechts 7 % van de bedrijven heeft een budget voorzien voor een voedingsbeleid.

Eenvoudige adviezen op maat van elk bedrijf

- Verlaag de prijs van voorkeursproducten zoals water, melk, yoghurt en vers fruit.
- Duid in de kantine of het bedrijfsrestaurant aan waar men bijvoorbeeld een extra portie groenten kan krijgen en welk dagmenu de voorkeur heeft vanuit gezondheidsstandpunt.
- Plaats de voorkeursmaaltijden centraal in het restaurant en niet in een onopvallende hoek.
- Plaats desserts zoals vers fruit, yoghurt en pudding vooraan en duidelijk in het zicht.
- Bij een nieuwe aanwerving is in bepaalde omstandigheden (bv. bij arbeiders) een geneeskundig onderzoek verplicht. Dit vormt tevens een ideaal moment om nieuwe werknemers ook te informeren over het belang van een gezonde voeding en levensstijl.
- Hang een affiche uit.
- Verspreid voedingstesten, bijvoorbeeld via de personeelsdienst, aan het onthaal, bij de prikklok en in de eetruimte.



Dat wijst erop dat bedrijven waarschijnlijk nog te weinig bekend zijn met de mogelijkheden die een voedingsbeleid op het werk kan bieden en met de voordelen ervan voor zowel de werkgever als de werknemer. Een andere verklaring kan zijn dat bedrijven hiervoor nog te weinig expertise in huis hebben.

Besluit

Gezonde en fitte werknemers maken een belangrijk deel uit van het kapitaal van een bedrijf. Zowel werknemers als werkgevers varen dus wel bij een gezond voedingsbeleid op het werk. De voordelen van gezond eten zijn echter nog onvoldoende doorgedrongen in de bedrijfswereld. Meer voedingsinformatie en -sensibilisatie, ook op het werk, is nodig.

Minder ziekte, minder afwezigheden, een betere productiviteit en sfeer, meer appreciatie voor het werk van de werknemers en het zich daardoor goed voelen, zijn belangrijke voordelen die mede door een gezond voedingsbeleid op het werk kunnen worden bevorderd. Dergelijke voordelen zijn niet altijd direct zichtbaar maar kunnen op lange termijn ook belangrijke economische voordelen opleveren middels minimale inspanningen. Elk bedrijf, klein of groot, met of zonder keuken of kantine, kan een aangepast en haalbaar voedingsbeleid opzetten en hiermee voordeel doen. Naast gezond eten zijn voldoende lichaamsbeweging, niet roken, goede stresshantering, arbeidsveiligheid, verkeersveiligheid, sociale ondersteuning en dergelijke eveneens factoren die bijdragen tot een goede algemene gezondheid.

Een gezond voedingsbeleid in 7 stappen

Een gezond voedingsbeleid wordt in zeven stappen gerealiseerd. Elke stap van het proces moet op maat van het bedrijf worden begeleid.

1. Creëer een draagvlak voor gezondheid en gezonde voeding.
2. Zet de nodige structuren op, bijvoorbeeld een werkgroep.
3. Breng het voedingsaanbod binnen het bedrijf in kaart alsook de noden en behoeften van de werknemers en de werkgever met betrekking tot voeding.
4. Stel een projectplan op.
5. Voer een voedingsbeleid in.
6. Evalueer het voedingsbeleid.
7. Veranker het voedingsbeleid.

Bij de beleidsmatige aanpak van een gezonde voeding op het werk spelen artsen en diëtisten een belangrijke rol. Als medici en paramedici beschikken zij over de nodige expertise inzake gezonde voeding en het effect ervan op de werkprestaties en de werksfeer. Deze inhoudelijke expertise is cruciaal doorheen het volledige stappenplan om te komen tot een gezond voedingsbeleid.

Handleiding "Stapsgewijs naar een voedingsbeleid op het werk"

Het Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie (VIG), de Stichting tegen Kanker en PREVENT publiceren in maart 2005 "Stapsgewijs naar een voedingsbeleid op het werk", "Stapsgewijs naar een rookbeleid op het werk" en een handleiding rond gezondheidsbevordering op het werk. Deze publicaties worden uitgegeven in de reeks "Gezondheidsbevordering op het werk" bij de uitgeverij Lannoo Campus (www.lannoo-campus.be).



Het stappenplan "Stapsgewijs naar een voedingsbeleid op het werk" is een praktische leidraad waarin elk bedrijf, groot of klein, met of zonder keuken of kantine, alle elementen terugvindt om op maat en binnen de haalbaarheid, de financiële middelen en de mankracht van het bedrijf een voedingsbeleid op te zetten. Via instrumenten, argumenten, begeleidende teksten, artikels, folders, voedingstesten, tips bij ploegenarbeid, tips voor werknemers en tips voor werkgevers kan een bedrijf zelfstandig en in fasen aan de slag. Hierbij hoeft niet iedereen van nul te beginnen. Bepaalde stappen zijn mogelijk reeds genomen.

Voor meer informatie over het stappenplan, surf naar www.vig.be, www.lannoo-campus.be, www.kanker.be of www.prevent.be

Voordracht "Bewust, lekker én gezond"

In het kader van het stappenplan wordt onder meer ook de voordracht "Bewust, lekker én gezond" aangeboden voor de werknemers van het bedrijf. Deze voordracht is uitgewerkt door het VIG, in samenwerking met NICE en de Stichting tegen Kanker. De bedoeling van de voordracht is de werknemers van een bedrijf in een half uur tot maximaal een uur uit te leggen wat een evenwichtige voeding is. Het is een korte presentatie die gemakkelijk kan worden gegeven tijdens de middagpauze of na het werk. De voordracht is opgebouwd rond de actieve voedingsdriehoek en voorzien van praktische tips. Voor het geven van deze voordracht wordt beroep gedaan op het NICE-netwerk van voordrachtgevers (diëtisten/voedingsdeskundigen).

Voor meer informatie over de voordracht "Bewust, lekker én gezond", surf naar www.nice-info.be > NICE edu > voordrachten.

Literatuur

- VIG. Voedings- en rookbeleid in scholen en bedrijven in kaart gebracht. Rapport van de aanvangsmeting. Brussel 2004, te raadplegen via www.vig.be > Actueel
- Vanhauwaert E., De Winter E. Stapsgewijs naar een voedingsbeleid op het werk. Lannoo Campus uitgeverij, VIG, BKF, Prevent. 2005, Brussel.