

In **5 stappen** naar een Whealthy Workplace

een concept en realisatie van



Inhoud

01. Wat is **welzijn** en waarom is het belangrijk?

02. De Whealthy Workplace: well-being, health + wealth = **whealthy?**

- Wat is een Whealthy Workplace?
- De voordelen van een Whealthy Workplace voor jouw bedrijf

03. In **5 stappen** naar een Whealthy Workplace

- Stap 1 Afstemmen en connecteren
- Stap 2 Meten is weten
- Stap 3 Ontwerpen en plannen
- Stap 4 Whealth promotie
- Stap 5 Evalueren en optimaliseren

04. Springbok Coaching: je **onestopshop** voor welzijn op het werk

01. Wat is **welzijn** en waarom is welzijn op het werk zo belangrijk?



Wat is welzijn?

Wie een encyclopedie raadpleegt, vindt al snel **20 verschillende definities van welzijn**. Wij houden het graag bij de brede en een-voudige opvatting: Welzijn = je goed voelen – in je lijf en in je hoofd. Voor bedrijven is welzijn een **ethiek en een engagement om gezondere, gelukkigere en productievere medewerkers** en een dito **gemeenschap en wereld** te creëren.



Bron: Springbok Coaching Kookdemo's

Welzijn op het werk

Waarom welzijn op het werk zo belangrijk is? Je leeft maar één keer – en brengt vandat leven het grootste deel door op je werk. Tegenwoordig toch zo'n 40-tal jaar, niet toevallig ook tijdens de fleur van dat leven. Vandaar de bijkomende vraag: **hoe wil jij je werktijd doorbrengen?**

Wil je je carrière lang opgejaagd, verveeld, gefrustreerd of uitgebuit voelen? En wil je daaraan bijdragen als werkgever, leidinggevende, medewerker, ...? De diepgewortelde misvatting 'Alleen wanneer je het non-stop druk, druk, druk hebt, ben je succesvol.' is een belemmering voor je eigen welzijn. Zo bewijzen ook de **stijgende cijfers van langdurige arbeidsongeschiktheid** door burn-out of depressie.

Burn-out en werkbaar werk

Wat maakt dat er zo weinig of moeilijk actie wordt ondernomen? Belgische organisaties slagen er nog niet in prioriteit te geven aan welzijn op het werk. 89% van de respondenten in een **grote survey door Deloitte** meent dat de strategie van hun organisatie niet expliciet de integratie van welzijn in de werkactiviteiten uitbouwt. ►

Waarschijnlijk aan de oorzaak: een **ogenschijnlijke contradictie**. Enerzijds lijkt het dat het 'uitbuiten' of 'verondersteld maximaal inzetten' van mensen op **het eerste zicht winstgevend** is. Wegens veronderstelde lagere kosten en hogere productiviteit. Anderzijds tonen de cijfers dat mensen die uitvallen, voornamelijk door de **hoge werkdruk**, handenvol geld kosten voor de onderneming. Wereldwijd wordt de **kost van burn-out geschat op 287 miljard euro**.



Bron: Springbok Coaching

“Wereldwijd wordt de kost van burn-out geschat op 287 miljard euro.”

Burn-outs bezorgen ook de **maatschappij een grote kost**. Daarom neemt o.a. de Federale Overheid nieuwe initiatieven als de **Arbeidsdeal**, die moet zorgen voor meer **werkbaar werk**. Met recht op meer flexibele uren en deconnectie na de werkuren. Toch kiezen te veel bedrijven er nog niet resoluut voor om **welzijn centraal te stellen** in hun organisatie. Nochtans identificeerde 70% van de Belgische respondenten **welzijn als een belangrijke of erg belangrijke prioriteit** voor het succes van hun organisatie.

Whitepaper met 5-stappenplan voor meer welzijn

Deze whitepaper legt een aantal **vastgeroeste gedachten, patronen en overtuigingen** bloot die schuilgaan achter deze cijfers – en die belangrijk zijn om aan te pakken.

Om een degelijk welzijnsbeleid uit te bouwen is er ook **structuur** nodig. Aan de hand van dit **5-stappenplan** kan ook jij het welzijn in je organisatie aanzienlijk verhogen.

(Nog) meer weten over een duurzame welzijns- en gezondheidsbegeleiding?

Neem contact op

02. De Whealthy Workplace: well-being, health + wealth = **whealthy?**

Wat is een Whealthy Workplace?

Een Whealthy Workplace is een gezonde werkplek waar medewerkers floreren. En dat is zoveel meer dan veiligheid en gezondheid op het werk. Het draait om je goed voelen, creativiteit, veerkracht, productiviteit, stressmanagement, goed leiderschap, de kracht van een team... Het is een werkplek waar je **structureel en blijvend** inzet op het **welzijn van medewerkers**. Waar het welzijn regelmatig gemeten wordt via objectieve parameters en bevragingen. En waar er de **ambitie** is om te kijken waar je staat, het welzijn **bij te sturen** én te verbeteren.



Bron: Springbok Coaching fit@office workshop

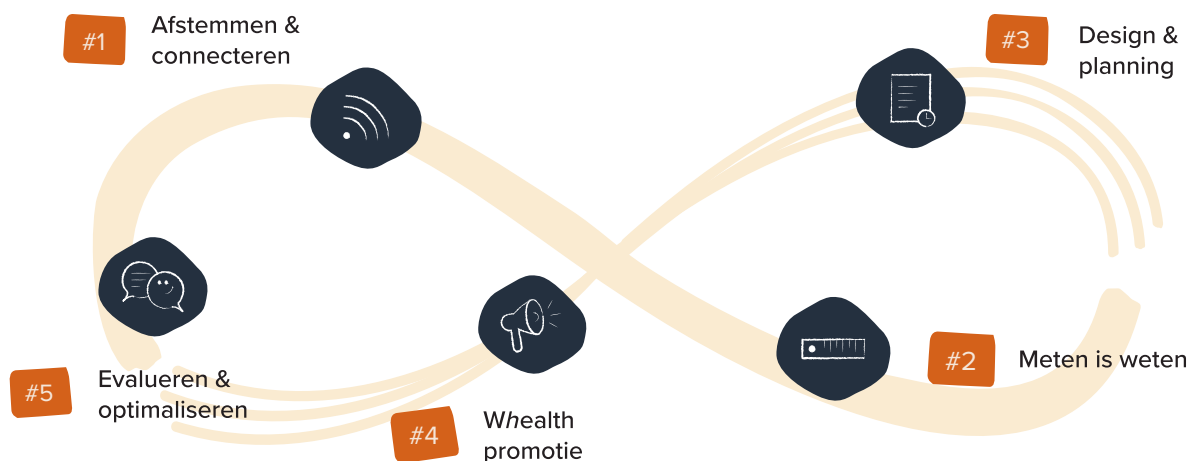
De voordelen van een Whealthy Workplace voor jouw bedrijf

- Je installeert een **duurzame visie, ambitie en aanpak** rond gezondheid en welzijn.
- Je werkt aan een **structureel en holistisch** gezondheids- en welzijnsbeleid.
- Je geeft blijk van een vooruitstrevende en **oprecht mensgerichte** bedrijfscultuur.
- De aanpak is volledig **datagedreven** via **continue pulse monitoring** (korte check-ins bij de doelgroep) van de health- & wellbeing-status, zowel op **individueel, team- als organisatieniveau**. Zo kan je knipperlichten snel detecteren.
- Je onderscheidt je bedrijf als **duurzame werkgever** die zich inzet voor deze 3 SDG's:
 - SDG3** Gezondheidszorg & welzijn,
 - SDG8** Fatsoenlijk werk en economische groei
 - SDG17** Partnerschappen voor de doelen.



Met het label van Whealthy Workplace kan je **uitpakken in je bedrijfscommunicatie**. Zo weet iedereen dat jij een duurzame werkgever bent die het welzijn van je medewerkers hoog in het vaandel draagt. Dat straalt ook af op alle stakeholders: klanten, medewerkers, sollicitanten, leveranciers, investeerders...

03. In 5 stappen naar een Whealthy Workplace



Stap 1

Afstemmen en connecteren

In deze eerste fase is het belangrijk om **iedereen op dezelfde lijn** te krijgen. Met een **gemeenschappelijke visie** over welzijn en een centrale plaats voor welzijn in de organisatie. Dat is vaak de meest uitdagende stap. Hierbij kan je zowel op organisatieniveau als op individueel niveau weerstand ondervinden. ▶



Weerstand op organisatieniveau

Sommige mensen hebben geen oog voor welzijn of zijn er zelf niet mee bezig. Ze beschouwen het niet als hun taak of die van de organisatie. Deze veel voorkomende **overtuigingen** bepalen de regie op **organisatieniveau**:

- Hoe lager de kosten, hoe groter de winst.
- Tenslotte is ons enige doel: winst maken.
- Eerst zorgen dat we winst maken, de rest komt later ...



Bron: *Whealthy Workplaces*, foto door ©MORREC



Bron: *Springbok Coaching yogademo's*

Overtuigingen: blokkeren versus dienen

Typisch voor overtuigingen: ze zijn vaak **gedeeltelijk waar**. Het gevaar is dat je niet verder kijkt dan die overtuiging en ze voor universeel waar aanneemt. Sommige daarvan waren nuttig toen je opgroeide en zijn blijven bestaan onder de oppervlakte, nog steeds actief en bepalend voor je gedrag. Toets je ze om te zien of ze je vandaag nog dienen? ►

Weerstand op individueel niveau

Tegelijkertijd spelen er ook overtuigingen mee op het **individuele niveau**. Hoe staat het individu tegenover welzijn? Deze denkwijzen leven in de samenleving:

- Doordoen, voortdoen, bezig zijn, productief zijn – dat is wat belangrijk is.
- Ik moet altijd beschikbaar zijn voor het werk/ klanten/baas ...
- Klant is koning.
- Mijn eigen gezondheid en ikzelf zijn niet zo belangrijk. Het leven is een loterij waarin ik weinig in te brengen heb. Ik ga zo weinig mogelijk naar de dokter en hou mijn problemen voor mezelf.





Dergelijke overtuigingen spelen een rol in deze eerste stap van afstemmen en connecteren. Als je alle neuzen in dezelfde richting wil krijgen, is het belangrijk dat **iedereen dezelfde overtuigingen** deelt. De **oude** overtuiging **identificeren**, duidelijk maken dat deze **niet universeel waar** is en een **alternatief aanbieden**, is hierbij een beproefde strategie. Een paar voorbeelden.

1 **Beperkende overtuiging** **Hoe minder kosten, hoe meer winst**

Inderdaad: je kan in sommige gevallen meer winst maken als je minder kosten maakt. Tegelijk is dit een **heel blokkerende overtuiging** als je deze **als universeel waar beschouwt**. Elke ondernemer kan je vertellen dat je wel degelijk kosten moet maken, zeg gerust investeren, om uiteindelijk (meer) winst te maken. Als je uitsluitend bespaart op kosten bloedt de onderneming dood bij gebrek aan o.a. innovatie in een steeds veranderende wereld.

Hiertegenover staan de **nuttige overtuigingen die ons dienen**, zoals 'Mijn onderneming moet voldoende investeren en kosten maken om op lange termijn winst te maken.'

2 **Beperkende overtuiging** **Ons belangrijkste doel is winst maken**

Winst maken is belangrijk en nodig om duurzaam te kunnen ondernemen, maar kan niet het enige of belangrijkste doel zijn. Het is namelijk immoreel en niet gelegitimeerd om mensen uit te buiten of misdriven te plegen ten voordele van winst. Het streven naar winst als hoogste doel staat dus zeker ter discussie.

Bij een **recente grote bevraging wereldwijd** luidde de vraag: wat zijn de **topprioriteiten voor organisaties**? De hoogste prioriteit van bedrijven wereldwijd is het **welzijn van de medewerkers**, op plaats 2 staat het aantrekken en behouden van talent. Winst en financiële marge staan pas op nummer 3. ▶



Bron: Springbok Coaching x Torfs, foto door ©MORREC

“De hoogste prioriteit van bedrijven wereldwijd is **het welzijn van de medewerkers.”**



3 Beperkende overtuiging Geen vriendschap op het werk

“Het is niet onze zaak, het is persoonlijk”. Het is een misvatting dat we werk en privé gescheiden moeten houden. Want wat blijkt? Eén van de **geluksfactoren op het werk** is het hebben van een beste vriend – wat het engagement van de betrokkenen enorm verhoogt.

Het effect van een ‘beste vriend’ op het werk:

- 18% meer productiviteit
- Innovatie en ideeën delen
- Meer plezier
- Het bedrijf vaker aanraden aan derden
- Loon of andere voordelen zijn van minder belang
- Minder neiging om de organisatie te verlaten
- Meer betrokkenheid van klanten en interne partners
- De organisatie wordt een veilige werkplek met minder ongevallen en betrouwbaarheidsproblemen
- Minder absentieïsme, minder verloop
- 23% meer winst

4 Beperkende overtuiging Investeren in welzijn brengt niet op

De algemene trend is heel helder: er is een duidelijke **relatie** tussen een **hoger welzijn van de medewerkers** en de **positieve resultaten van het bedrijf** zoals winst en de prestatie van het aandeel. Conclusie: het is perfect mogelijk winst te maken én tegelijkertijd het welzijn centraal te zetten.

Er werd een grote **meta-analyse gedaan van 338 onafhankelijke onderzoeken** over het welzijn van 1.882.131 medewerkers en de resultaten van 82.248 business units in 230 organisaties en 49 sectoren.

Die toonde een sterk significante **positieve correlatie** tussen de **tevredenheid van de medewerker** met hun bedrijf aan de ene kant en de **productiviteit** van de werknemers en de **trouwheid van de klanten** aan de andere kant. Men stelde vast dat **hoger welzijn positief gecorreleerd** is met **meer winstgevendheid**.

Hoe hoger een organisatie scoort op het welzijn van de medewerkers, hoe beter hun scores in de categorieën **duurzaam werk**, **veerkracht** van de medewerkers, **wendbaarheid** en het gevoel van **betrokkenheid**. Er is een **directe relatie met de resultaten** van het bedrijf. Het geeft de bedrijfsresultaten een **push van minimum 11 en maximum 55%**. ▶



Humaan leiderschap



Bron: Springbok Coaching keynote

De richtlijn is om het belang van welzijn te **demonstreren in het leiderschap**. Bijvoorbeeld door welzijn te integreren in de businessplannen en om het te includeren in de evaluaties. Ook de rol van het **mid-denmanagement**, van de directe leidinggevenden, is cruciaal. Ze hebben een **voorbeeldrol** en kunnen welzijn doen leven in hun teams. Ook hun **leiderschapsstijl** is heel belangrijk. De jobtevredenheid is een hallucinante 86% hoger voor een medewerker die werkt voor een **empathische en wijze leider**. Investeren in **humaan leiderschap** lijkt dan ook een hefboom te zijn.

Welzijn cruciaal deel van duurzame ontwikkeling

Om welzijn helemaal te integreren in het DNA van het bedrijf is het goed om het niet meer te beschouwen als een stand-alone. Je integreert het best in een bredere cultuurverandering samen met **diversiteit en duurzame ontwikkelingsdoelen of SDG's**. Omdat de cultuur veranderen moeilijk is en veel tijd vraagt, is het des te belangrijker om hier een **duidelijke visie** te hebben en er stapsgewijs naartoe te werken.

Uit het **AON-welzijnsrapport** blijkt dat meer dan 80% van de organisaties elementen van hun programma's voor **diversiteit, omgeving en milieu, sociale pijlers, veiligheid en total rewards integreren** in hun **welzijnsstrategie**. Daaruit blijkt ook hun commitment om welzijn fundamenteel te integreren in het DNA van het bedrijf. 40% van de bedrijven hebben een **volledig geïntegreerde strategie** – 17% meer ten opzichte van de meting het jaar ervoor. De integratie van welzijn stijgt snel, maar er is marge voor meer.



Bron: Springbok Coaching



Stap 2

Metten is weten

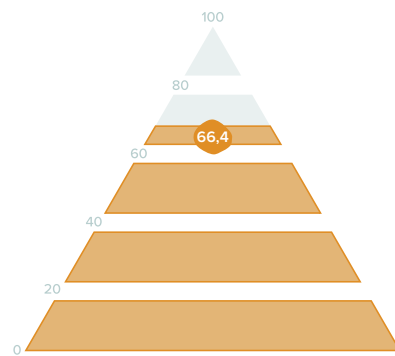


Onlangs zei de wereldwijde verantwoordelijke voor het welzijn van de werknemers bij biofarmaceutisch bedrijf GSK: **“In feite wil ik weten hoe het nu met onze medewerkers gesteld is!”**

Weten **waar je staat**, waar je **naartoe wil**, en dit ook kunnen **opvolgen** – daar gaat het om. Het belang van ‘metten is weten’ prachtig samengevat. Hierbij is het veel belangrijker om **je eigen benchmark** te zijn dan om te vergelijken met de unieke verhalen van andere bedrijven. Je krijgt wel een idee van hoe ver je staat, maar wat er echt toe doet, is **hoe jij evolueert**.

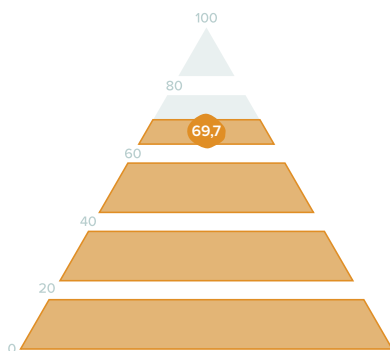
Score algemeen welbevinden

Het is aangewezen om een score bij te houden van het **algemeen welbevinden in je organisatie**. Deze score is redelijk eenvoudig te bepalen via bevestigingen en geeft een goede indicatie van de **algemene trend**. Je krijgt echter weinig details over wat er al dan niet goed gaat.



Score algemeen welbevinden

Bron: Springbok Coaching dashboard



Score werkgeluk

Bron: Springbok Coaching dashboard

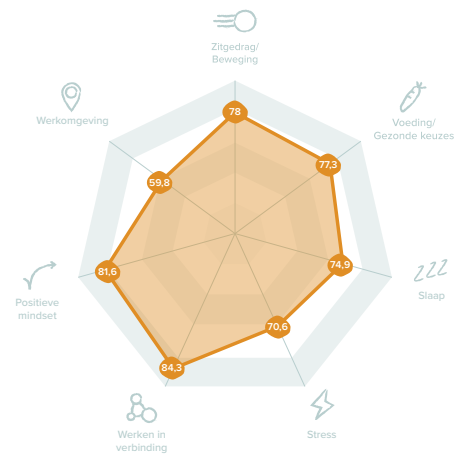
Score werkgeluk

Vul daarom de score voor algemeen welbevinden aan met een **score voor het werkgeluk** van medewerkers. Het is een maat voor hoeveel **plezier** ze hebben in hun werk, hoeveel **voldoening** ze eruit halen en hoeveel **zin-geving** ze ervaren. (Onno Hamburger, 2011). ▶



Extra op te volgen dimensies

Het loont de moeite om ook deze dimensies goed in het oog te houden: fysiek welzijn met oog voor beweging, gezonde voeding en slaap. Net als veerkracht, positieve mindset en het gevoel van verbinding. Vergeet ook niet de invloed van de omgeving op je medewerkers. Zie onderstaand voorbeeld voor een overzicht.

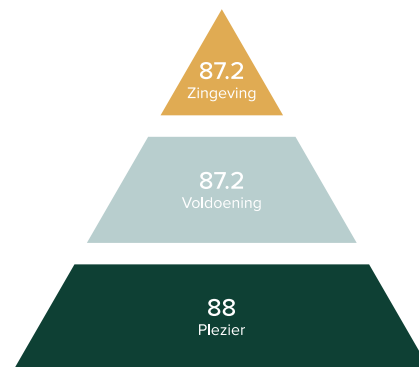


Score 7 Whealthy habits

Bron: Springbok Coaching dashboard

Aandacht voor team- en functieniveau

Idealiter bekijk je de resultaten ook in de diepte met een **drilldown**. Zo kan je op **team- en functieniveau** verifiëren of bepaalde specifieke zones extra aandacht vergen. Anonimiteit van de bevroegden moet hierbij steeds gegarandeerd worden. De beste strategie hiervoor? Een aantal sleutelmeetpunten of KPI's volgen in de tijd zoals in bovenstaande dashboards.



Score jobfactoren

Bron: Springbok Coaching dashboard

eNPS-score

De eNPS-score of Employer Net Promotor Score is een maatstaf voor de employee experience van je medewerkers. Deze score bepaalt in hoeverre medewerkers aan bekenden zouden aanraden om in de organisatie te komen werken. De actieve promotors, met scores van 9 en 10, leveren punten op. Medewerkers die heel laag scoren, zorgen voor anti-reclame en kosten je dus punten. Voor deze scores bestaan een aantal benchmarks om eenvoudig te kunnen vergelijken en een target voorop te stellen.

Uit **medewerkersonderzoek van Realise** bij meer dan 65.000 medewerkers uit verschillende Nederlandse organisaties blijkt dat de gemiddelde eNPS in 2022 rond de +1 ligt. Er zitten echter wel grote verschillen tussen organisaties. Zo loopt de eNPS van organisaties uit dit onderzoek van -20 tot +42. Voor high-performing organisaties waarbij de bevlogenheid en organisatiebetrokkenheid hoog ligt, zien we een gemiddelde eNPS van +13. Een mooie eNPS om naar te streven.





Stap 3

Ontwerp en planning

Met je visie uit stap 1 voor ogen en de meetgegevens uit stap 2 voorhanden kan je een **plan opmaken** dat aansluit bij je visie en data.

Betrek je medewerkers: co-creatie

In deze fase van ontwerpen en plannen is het heel belangrijk om je medewerkers te betrekken. Of ook: in co-creatie te werken – bij uitstek voor de moeilijkere of meer kwetsbare doelgroepen. Hoewel het meer tijd vergt, kunnen we het ten zeerste aanbevelen. Co-creatie **verhoogt de motivatie** van de medewerkers aanzienlijk. Dat blijkt ook uit **de zelfdeterminatietheorie**: motivatie stijgt naargelang medewerkers meer **autonomie, betrokkenheid/verbinding** en **competentie** verwerven.



Bron: Springbok Coaching



Bron: Springbok Coaching x Moore

Zet in op autonomie, betrokkenheid en competentie

De 3 basiselementen om mee te nemen in deze derde stap: **autonomie, betrokkenheid en competentie**. Door je medewerkers te betrekken geef je ze de kans op **zelfsturing** en meer **autonomie**. Co-creatie is **verbindend** en zorgt op zich al voor een grotere **betrokkenheid** aangezien je beroep doet op de **kennis en competenties** van de doelgroep – zelf expert van hun leefwereld. ▶



Bereik ook niet-geïnteresseerden

De juiste mensen bereiken is hierbij één van de meest uitdagende aspecten. Wie zich uit eigen beweging inschrijft voor een welzijnsworshop is reeds intrinsiek gemotiveerd. Je wil ook diegenen motiveren die nog niet voldoende bewegen, gezond eten, slapen, stress ervaren of zich weinig verbonden voelen – de ruimere doelgroep. Betrek hen bij het plan en zoek naar oplossingen en ideeën om hen aan boord te krijgen. Uit ervaring blijkt dat er steeds mensen zijn die hier graag bij helpen.

Welk budget inplannen?

Het budget dat je hiervoor moet of kan inplannen, varieert naargelang de prioriteiten. Volgens de **AON Global Wellbeing Survey** geeft meer dan de helft aan **2 tot 5% van hun winst te herinvesteren in wellbeing**. Dat is een goede vuistregel.



Bron: Springbok Coaching x Torfs, foto door ©MORREC

Kijk naar de 3 niveaus

In deze designfase is het belangrijk om jezelf de vraag te stellen: wat doen we op elk van deze **3 verschillende niveaus**?



1. De organisatie



2. Het team



3. Het individu

Zo werk je niet alleen aan individuele vaardigheden, maar creëer je ook een kader dat de beoogde verandering **blijvend faciliteert**.



Stap 4

Whealth promotie

Whealth promotie omvat alle communicatie en onderhoudsinitiatieven die worden gelanceerd in het kader van welzijn en gezondheid op het werk. Bv. welzijns- en gezondheidscampagnes, promotie-initiatieven zoals challenges, en het gebruik van nudging.

In deze stap gaan we het **plan uitrollen op de 3 niveaus** →

- **de organisatie**
We moedigen organisaties aan om op bedrijfsniveau aan te geven waarom welzijn en gezondheid voor het bedrijf belangrijk is.
- **het team**
We stimuleren teams om binnen hun context actieve afspraken te maken rond welzijn en gezondheid.
- **het individu**
We bieden individuen de kans om zich individueel aan te melden voor welzijn-en gezondheidsinitiatieven.

Het individu: overtuigingen over werk en welzijn

Heel veel mensen zijn opgevoed met deze adviezen of gewoontes: stilzitten, niet opvallen, braaf volgen, vriendelijk zijn, doordoen, niet luiëren ... Ze zijn vaak goedbedoeld, deels waar en hebben ook hun voordelen. Het gevaar is dat we ze als universeel geldend beschouwen of ze een denkreflex worden. Ook en vooral in een werkomgeving werken ze net contraproductief.



Bron: Springbok Coaching x Torfs, foto door ©MORREC

1

Overtuiging Fixatie op stilzitten

De overtuiging dat stilzitten goed is, is onjuist. Uit verschillende internationale studies en boeken blijkt: voldoende bewegen is onomstotelijk gezond¹, **lang stilzitten is ongezond**, en regelmatig pauzes nemen en het **lange zitten doorbreken** is the way to go.

Conclusie: het is belangrijk om **voldoende beweging** in te bouwen **in je werkdag**. Deze overtuiging zal helpen om gezond gedrag te vergemakkelijken. ►



2 Overtuiging Niet opvallen, normaal doen en braaf volgen

In top-performing teams is er **constructief conflict** aanwezig: mensen zeggen wel degelijk hun mening, zelfs als die minder populair zou zijn. (Lencioni, 2009) Ook de ‘braaf zijn’-overtuiging werkt contraproductief. Het is net door contrasterende gezichtspunten te uiten dat **jijzelf, het team en de organisatie vooruit kunnen**. Bovendien werkt het bevorderend voor het beeld dat anderen van jou krijgen.

3 Overtuiging Rust roest. Is ledigheid het oorkussen van de duivel?

Neen dus. De universele overtuiging dat je altijd maar moet door-
doen en rust iets verwerpelijks is, zit helaas bij velen ingebakken.
Om **topprestaties** te kunnen leveren, is het net heel belangrijk
om **voldoende rust** te nemen. Het is de afwisseling tussen actie
en rust die je fitheid bepalen. Om het met de woorden van Joop
Zoetemelk te zeggen: **‘De tour win je in bed’**.

“De tour win je **in bed.**”

Ook verschillende wetenschappelijke onderzoeken pleiten voor **slimme pauzes** tijdens de werkdag. De meest productieve 10% van de gebruikers van de app DeskTime werkt zelfs in een regime van 52-17: **52 minuten gefocust werken en 17 minuten pauze nemen**. Tijdens de pauze namen ze geen nieuwe informatie tot zich en keken ze niet op hun smartphone.

Lange termijn: blijvende positieve impact

Veel van onze ingesleten denk- en doepatronen zijn nuttig **op de korte termijn** maar **nefast op de lange termijn**. Het is dus goed om in veel van deze overtuigingen ook de lange termijn op te nemen. Dat is je nu eenmaal je doel: blijvende positieve impact en resultaten. ►



Wat drijft mensen?

Als we een niveau dieper gaan, komen we bij de drijfveren van werknemers, hun hogere doelen. Wat drijft hen? Wat zijn hun behoeften en waar willen ze naartoe? Om hieraan tegemoet te komen, is het belangrijk dat een bedrijf inzet op een duidelijk doel, een 'purpose'. De purpose is het gevoel dat werknemers hebben bij hun werk. Hoe ze via hun job en bedrijf een bijdrage leveren aan de maatschappij. Dat gevoel leidt tot meer tevredenheid op en met het werk. Ruim 1 op 3 (35%) gaat zelfs specifiek op zoek naar een bedrijf met een duidelijke purpose.



Bron: Springbok Coaching



Bron: Springbok Coaching breakfast session BRYC

Welzijn linken aan duurzaamheidsdoelen

Er is een algemene groeiende aandacht voor duurzaamheid. Bedrijven en andere organisaties worden dan ook uitgenodigd om mee te werken aan de 17 **SDG's of duurzame ontwikkelingsdoelstellingen** van de VN – een ambitieus en universeel actieplan voor mens, planeet en welvaart. SDG nummer 3: goede gezondheid en welzijn.

Het linken van welzijn aan deze duurzaamheidsdoelen voedt de individuele zin voor purpose, wat goed is voor het welzijn. Je maakt daarbij voldoende tijd om het **individuele werk** van de medewerker te **linken aan het grotere geheel** – één van de belangrijkste acties uit stap 4.



Communicatie over welzijn is cruciaal

Verder is de **communicatie over welzijn** naar je medewerkers van cruciaal belang. De beste aanpak: de informatie in een een-op-eengesprek aan je werknemers laten meedelen door iemand die ze vertrouwen en die betrokken is in het welzijnsproces.

Het is de kunst om een goede communicatiestrategie te bepalen. Een voorbeeldje uit de praktijk: een bedrijf waar de productiemedewerkers geen **communicatiemomenten** hadden **met hun team**, stuitte daardoor op allerlei uiteenlopende problemen. De sleutel tot verbetering: regelmatige en rechtstreekse communicatie installeren. Voorzie hiervoor tijd en (een vaste) ruimte. Hou **korte, krachtige meetings** met goede interactie over zowel de **businessprioriteiten** als het **welzijnsaspect**.



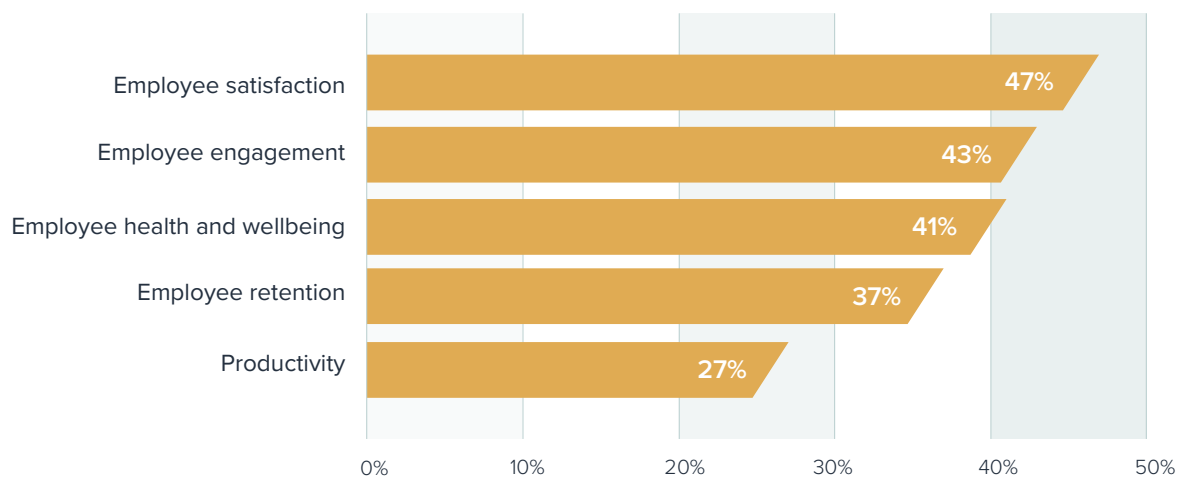
Stap 5

Evaluëren en optimaliseren

Tenslotte is het belangrijk om te opereren als een **lerende organisatie**. Stel jezelf de vraag: 'Hoe maken we het onszelf makkelijk om lessen te trekken uit wat we gedaan hebben?' Deze evaluatiemomenten bouw je niet alleen structureel in in je welzijnsstrategie, je maakt ze best ook logistiek mogelijk: door o.a. bevestigingen, stakeholderinterviews of focusgroepen. De deelnemende bedrijven aan het wereldwijde AON-rapport volgden onderstaande topics op.

Tevredenheid, betrokkenheid, gezondheid en welzijn zijn het meest bevestigd als **parameters** om het **succes van welzijnsinitiatieven** te evalueren.

Bovendien kan je enorm veel leren van elkaar, van andere afdelingen binnen je bedrijf of van andere bedrijven. Leg de aanpak van welzijn als gespreks-onderwerp op tafel, deel je uitdagingen én je goede ervaringen. Op deze manier is de kans groter dat je als organisatie autonoom wordt in het verder blijven ontwikkelen van welzijn-en gezondheid op de werkvloer, aangepast aan de steeds veranderende context. ▶



Resultaten AON-rapport bevestiging

Bron: AON-rapport



De **5 stappen** voor een efficiënt beleid naar een echte *Whealthy Workplace*.



Stap 1 Afstemmen en connecteren

Integreer **welzijn** in het bedrijfs-DNA en tracht **iedereen aan boord** te hebben. Pak hiervoor eerst enkele belemmerende overtuigingen aan. Creëer een **visie**.



Stap 2 Meten is weten

Weet waar je staat. Meet regelmatig het **welzijn** en hou **overzicht** in een dashboard.



Stap 3 Ontwerp en planning

Stel je plan op in functie van **wat je echt wil**. Denk daarbij aan de **doelgroepen** die je wil bereiken en betrek hen in **co-creatie**. Voorzie welzijnsacties op de **3 niveaus**: organisatie, teams en individuen. Voorzie ook **budget** – welzijn is een (cruciale) investering.



Stap 4 Whealth promotie

Denk bij de uitrol van je activiteiten ook aan het **veranderen van de overtuigingen** rond bepaalde topics. Voorzie **hoe je mensen zal meetrokken** en informeren met aandacht voor de **een-op-eencommunicatie**.



Stap 5 Evalueren en optimaliseren

Zorg dat je kan **leren uit wat je gedaan hebt**. Ben je effectief dichter bij je doel geraakt? Vraag veelvuldig feedback, organiseer sessies om je **best-practice** te bepalen en leer van elkaar.

04. Springbok Coaching: je onestopshop voor welzijn op het werk



De kernvraag binnen ons team:

**‘Hoe kunnen we het welzijn in een organisatie verhogen?’
Vanuit een passie voor de medemens en vanuit de ervaring
dat je met een gestructureerde aanpak
ontzettend veel kan bereiken.**

Een praktijkvoorbeeld:

Eén van de directieleden van een bedrijf met een vrij hoog burn-outcijfer vroeg een infosessie rond stress en burn-out. Vanuit onze expertise en ervaring wezen we hem erop dat één infosessie weinig

zou uithalen en stelden we een grondigere aanpak voor. Na overleg met de CEO wezen ze het voorstel af – niet vanwege het budget of de onzekere resultaten – wel ‘om geen slapende honden wakker te maken’. ▶

Deze houding van 'niets doen en alles op zijn beloop laten', doet de situatie net escaleren. Het doel van deze whitepaper is daarom: steeds meer mensen op het welzijnsschip krijgen. En samen steeds **meer Whealthy Workplaces** creëren. Vooral het **meten-is-weten-fundament** van de Whealthy Workplace is hierbij van groot belang. Door welzijn te objectiveren bied je tegengewicht aan de hyper-rationele meetmethoden rond **winst en groei** – de klassieke 'reasons to be' van bedrijven.

Met welzijn komen er namelijk heel wat **extra reasons to be** bij: een vervullende job hebben, plezier beleven in je werk, je goed voelen in het algemeen. Eerder ongreepbare elementen – maar wel van wezenlijk belang om ze tastbaar te maken met de middelen die we hebben. En dat is de keuze die je moet maken als mens en als bedrijf. Het 'of-of'-denken maakt plaats voor het 'en-en'-denken. Je kan én winst maken én zorgen voor welzijn. Waarom zou je er dan niet bewust voor kiezen?

Ik hoop dat deze whitepaper jou, beste lezer, op ideeën gebracht heeft om binnen je organisatie (nog actiever) met welzijn aan de slag te gaan. En dat ook jij binnenkort in een Whealthy Workplace werkt.

Diederik Joukes
partner Springbok Coaching



(Nog) meer weten over een duurzame welzijns- en gezondheidsbegeleiding?

Neem contact op

www.springbokcoaching.be

www.whealthyworkplaces.be

een concept en realisatie van

