

Bijlage bij plan van aanpak deelconvenant werk: actieve communicatie en voorlichting aan de leden en de achterban over het belang van activiteiten ter bevordering van een actieve leefstijl in en om de werkomgeving (artikel 2 lid 1 deelconvenant werk)

Doel:

Bewustwording bij werkgevers en werknemers tot stand brengen c.q. vergroten, dat de werkvloer een logische omgeving is waar een gezonde leefstijl kan worden gestimuleerd en gefaciliteerd.

Communicatie en voorlichting voor wie:

Primair: Convenantpartijen en hun achterban/leden.

Secundair: bredere publiek en politiek (communicatie en voorlichting richt zich niet op deze groep, maar in afgeleide vorm zal deze groep ook kennis kunnen nemen van de informatie).

Strategie:

De communicatie en voorlichting door partijen bij het deelconvenant werk, hierin ondersteund door de accountmanager, is dus gericht op hun achterban/leden. Het is de bedoeling dat de communicatie "vertakt" diep in de organisaties wordt uitgezet. Via convenantpartijen naar de achterban, zijnde brancheorganisaties en bonden richting bedrijven, organisaties, kaderleden, ondernemingsraden, personeelsafdelingen, etc.

Boodschap:

Een gezonde leefstijl is van belang voor werkgevers en werknemers om voldoende inzetbaar voor het werk te blijven en fit voor de toekomst.

Er zijn verschillende invalshoeken voor de uit te dragen boodschap te kiezen om op maat te communiceren naar de verschillende doelgroepen. Voor invalshoeken en goede voorbeelden in de praktijk wordt verwezen naar de Notitie basisinformatie best practices "De Gezonde Werkvloer" van juni 2009 van de werkgroep De Gezonde Werkvloer. Daarnaast is het de bedoeling concrete producten, middelen en diensten van convenantpartijen te benutten om te communiceren over een gezonde leefstijl (denk aan de middelen van NISB, VCN, Sport en Zaken en het GroentenFruit Bureau).

Hoe:

De achterban/leden van convenantpartijen worden met verschillende middelen benaderd. De verantwoordelijkheid in het bereiken en activeren van de achterban ligt bij convenantpartijen.

Convenantpartijen dragen er zorg voor dat hun afdelingen communicatie en redacties van de branche-, vak-, personeelsbladen, etc. actief bij de bewustwordingscampagne worden betrokken en dat in de communicatieplannen en -strategie van convenantpartijen de onderhavige activiteiten worden opgenomen.

Effect:

Bewustwording wordt in het algemeen gemeten (OBiN – Ongevallen en Bewegen in Nederland, monitor van TNO waar de monitoring ten behoeve van het Convenant aan wordt toegevoegd) vanuit de doelstelling in het koepelconvenant. Door de inspanningen vanuit de deelconvenanten wordt de doelstelling van het koepelconvenant gevoed. Daar komt het effect tot uitdrukking.

Communicatiemiddelen

Middel → Doelgroep ↓	Factsheet	Websites conve- nant- partijen	Branche bladen Vakbladen Personeel bladen	Aansluiten bij activiteiten convenantpar- tijten	Vergaderingen werkgroep	Uitwisseling Best practices Update basisinformatie Notitie
Convenantpartijen	x			x	x	x
Achterban van convenantpartijen -bestuur/directie - management(hrm) - ondernemingsraad -bedrijfsartsen -kaderleden -leden vakbeweging	x	x	x	x		x
Publiek/politiek		x	x			x

Toelichting op de middelen:

1. Factsheet met doel en aanpak koepelconvenant en deelconvenant werk. Deze wordt geregeld geactualiseerd.
2. Websites van alle convenantpartijen bevatten informatie over het convenant, de aanpak, activiteiten. Een deel algemene informatie en specifiek voor de eigen achterban, branche- of sector gerelateerd dan wel met een link naar relevante andere websites.
3. Voor de bewustwordingscampagne is het van belang dat artikelen, columns, interviews, best practices worden toegespitst op de specifieke sector en gericht op de verschillende doelgroepen van de achterban van convenantpartijen.
4. Wanneer sprake is van activiteiten bij convenantpartijen of bij de achterban van partijen elkaar op de hoogte stellen en – desgewenst – daarop aansluiten door middel van eerdergenoemde communicatiemiddelen. Ook het informeren over elkaars producten en diensten die bijdragen aan het vergroten van bewustzijn en de uitwisseling van best practices.
5. Uitwisseling van nieuws, ervaringen en activiteiten. Samenwerking in de werkgroep.
6. Uitwisseling van best practices door convenantpartijen ten behoeve van voorlichting en communicatie (zie verder inspanning 3. van het plan van aanpak).
Jaarlijkse update van de Basisinformatie best practices die voor de overige communicatiemiddelen kan worden benut.

Communicatiekalender (aanzet)

Wanneer	Wat	Wie	Communicatiemiddel	Boodschap
April 2010	Factsheet	Accountmanager Convenant Gezond gewicht	Factsheet	Informatie over doel en aanpak koepelconvenant en deelconvenant werk met voorbeelden.
Juni 2010 en Doorlopend	Informatie op de website Update	Alle convenantpartijen	websites van de convenantpartijen	Informatie over de gezonde werkvloer, voorbeelden voor sectoren, stimuleren tot een aanpak voor een gezonde leefstijl van werkgevers en werknemers(tips en tricks) Links naar andere convenantpartijen en andere relevante organisaties.
Ten minste 2X per jaar	Artikelen, columns, interviews etc.	Alle convenantpartijen	Branche-, vak-, personeelsbladen, interne communicatiebladen, etc.	Samen aan de slag voor een gezonde en vitale werkvloer: -Samen doen! -Houd het simpell! -Vanzelfsprekend! (inbedden in duurzaam bedrijfsbeleid)
Doorlopend en tenminste 4X per jaar vergadering	Gezonde werkvloer activiteiten update convenantpartijen onderling	Alle convenantpartijen	Via e-mail elkaar op de hoogte brengen. (incl. website convenant bureau)	Elkaar stimuleren en versterken.
April om elk jaar (voor het eerst 2011)	Opvragen van best practices bij convenantpartijen	Accountmanager Convenant Gezond Gewicht via convenantpartijen naar achterban	E-mail Website (om best practices op te vragen)	Goede voorbeelden prikkelen en stimuleren om gezondheid en vitaliteit blijvend op de agenda te zetten. (goed voorbeeld doet goed volgen)

Juni van elk jaar update	Basisinformatie best practices Voor artikelen, columns etc.	Accountmanager/ werkgroep	Best practices update	idem
Tweede helft september	Bijeenkomst/workshop voor werkgever en werknemers	Accountmanager /werkgroep	Uitwisseling best practices/andere relevante en actuele onderwerpen	Prikkelen, stimuleren en enthousiasmeren