

# PROGRAMMA GEZONDHEIDSHUIS

## DE HIGHLIGHTS

Voor het programma Gezondheidshuis\* hebben stichting Eten+Welzijn en Greendish de handen ineen geslagen om het voedselaanbod binnen drie ziekenhuizen gezonder te maken door het promoten van groente, fruit en water consumptie.

**797 L**

MEER WATER  
GESERVEERD DOOR  
HET AANBIEDEN VAN  
FRUIT- EN KRUIDENWATER



**71%**

MEER HANDFRUIT  
VERKOCHT DOOR  
POSITIONERING



**MEDEWERKERS**

HEBBEN HOGE  
MOTIVATIE  
(7/10)  
VOOR GEZONDE  
AANPASSINGEN



**122 KG**

MEER GROENTE  
GESERVEERD DOOR  
PORTIEVERHOOGING IN  
BROODJES EN MAALTIJDEN



**GASTEN**

VINDEN  
GEZOND ETEN  
BELANGRIJK  
(8/10)



**2% STIJGING**

IN VERKOOP NA HET  
SUIKERVRIJ MAKEN  
VAN HET  
DRANKAANBOD



## DOEL EN AANPAK PROGRAMMA

Het programma Gezondheidshuis is in werking gezet met als doel het realiseren van het nieuwe normaal bij drie ziekenhuizen met draagvlak onder medewerkers en gebruikers, zoals cliënten/patiënten en hun families, door het aanbod te verbeteren en betrokkenheid daarbij van de gebruikers te vergroten. De leidende vraag hierin was: "Hoe zorgen we ervoor dat het gezond aanbod geaccepteerd en geconsumeerd wordt?".

Dit hebben we gedaan door in samenwerking met Vermaat Groep door de medewerkers en bezoekers van het ziekenhuis op interactieve wijze mee te laten denken over de gezondheid van het aanbod en mogelijke aanpassingen hierin. In een brainstorm met de deelnemende ziekenhuizen zijn op basis hiervan interventies samengesteld. Deze zichtbare en minder zichtbare interventies zijn gedurende een periode van vier weken doorgevoerd waarbij het effect hiervan gemeten is op de verkoopcijfers, de houding van de medewerkers en gastentevredenheid.

\*Het programma Gezondheidshuis is een initiatief van SIGN (Stichting Innovatie Glastuinbouw Nederland), in alliantie met het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. Het programma wordt uitgevoerd door St. Eten+Welzijn in samenwerking met Greendish.



**GREENDISH**

**eten+welzijn**



## RESULTATEN EN DISCUSSIE

Er is gemiddeld 71% meer handfruit verkocht in de interventieperiode in vergelijking tot de nulperiode door deze zichtbaarder te presenteren. Het handfruit werd bijvoorbeeld naast de kassa gelegd om zo de gast te verleiden deze keuze te maken. Het werd de gast ook gemakkelijker gemaakt om voor de gezondere keuze te kiezen door op één locatie het frisdrank aanbod (bijna) volledig suikervrij te maken. Deze aanpassing had geen negatief effect op de verkoopcijfers, er was zelfs een kleine stijging (2%) te zien.

In totaal is er gedurende de interventieperiode van vier weken 797 liter water extra geserveerd in de vorm van het gratis aanbieden van fruit- en kruiden water. Dit aanbieden lijkt geen effect te hebben gehad op de verkoop van flessenwater, hierin was zelfs een stijging in de verkoop zichtbaar. Echter, in de verkoop van totale frisdranken is wel een daling zichtbaar op twee van de drie locaties (-21% en -7%), op de andere locatie is een stijging in de verkoop te zien (+30%)\*.

Ook is er in totaal 122 kg extra groente geserveerd tijdens de interventieperiode door het verhogen van de portie groente in de warme maaltijden (alle locaties) en belegde broodjes (1 locatie). De verkoop van de warme maaltijden is verminderd in twee van de locaties (-33% en -18%) en toegenomen in een andere locatie (+233%)\*. De verkoop van de belegde broodjes is ook afgenomen (-5%).

Gasten gaven tijdens de interventie periode aan dat de locaties het consumeren van groente fruit en water sterk promoten (score 4/5) en dat ze gezond eten belangrijk en lekker vinden (score 8/10).

Medewerkers gaven aan een hoge motivatie (7,3), attitude (6,7) en zelf-effectiviteit (6,5) te hebben voor gezonde veranderingen en gaven aan dat hun omgeving (sociale norm) dit ook belangrijk vindt (6,4). Tijdens de interventieperiode zijn deze scores echter gemiddeld 0,4 punt lager, behalve de onveranderde zelf-effectiviteit\*. In de implementatie van aanpassingen zie je vaker eerst weerstand. Pas als resultaten zichtbaar zijn, zullen de reacties positiever worden. Dit wordt ook beaamd door een van de horeca managers van de deelnemende ziekenhuizen: "er zijn de laatste tijd erg veel veranderingen doorgevoerd in het assortiment en de ongezouten mening van de gasten (gevoel van betutteling) hierover werkt ook door op de medewerkers."

\*Nota bene: De nulperiode en de interventieperiode lagen redelijk ver uiteen (november 2022 versus februari 2023) wat invloed heeft kunnen hebben op de verkoopcijfers. Hiernaast is er door Vermaat een nieuwe voedselvisie gelanceerd eind 2022 wat waarschijnlijk van grotere invloed is geweest op de medewerkersvragenlijst dan het programma Gezondheidshuis.





## CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN



In dit programma is er onderzocht wat in de ziekenhuis catering (personeels- en bezoekersrestaurants) kan werken ter promotie van groente, fruit en water consumptie. Om deze positieve verandering van lange duur te laten zijn raden wij aan deze aanpassingen op te nemen in het bestaande voedingsbeleid. Door dit door te voeren worden deze aanpassingen een inherent onderdeel van de voedselvisie waardoor impact op de lange termijn gerealiseerd kan worden.



Door van de interventies standaard bedrijfsvoering te maken hoeven de menu's slechts eenmalig aangepast te worden. Hierdoor verlaag je de last voor de medewerkers en kan de inkoop hierop worden afgestemd.



Lange adem: Niet alles wat je probeert zal meteen een positief resultaat leveren. Zo zagen we bij twee van de locaties die voor het eerst gratis fruit- en kruidenwater aanboden een daling in de frisdrank verkoop. Echter, bij de locatie die al gratis water aanbood had het extra promoten hiervan juist een positief effect op de frisdrankverkoop.



Medewerkers zijn de sleutel tot succes, maar waarschijnlijk zul je bij veranderingen in het assortiment of de manier van werken eerst tegen weerstand aanlopen. Hier kun je rekening mee houden en op in spelen.

*"Van deze initiatieven leren we veel en stimuleert ons sneller de transitie te maken. Hoe mooi zou het zijn dat een gezond aanbod de norm is die zodoende een bijdrage levert aan een gezonde leefomgeving."*

**Jan Willem van der Flier, Horeca adviseur Vermaat Groep**

*"Ik heb het als erg leuk ervaren, met name de interventie. Bedenken van mogelijkheden als kruidenthee, extra water, extra groente etc. Je kan gasten weldegelijk sturen."*

**Horecamanager deelnemend ziekenhuis**

**Ben je benieuwd naar de rest van de resultaten?**

**Neem contact op met ons!**



duurzamezorg@etenwelzijn.nl

Bezoek ook onze website: [www.etenwelzijn.nl](http://www.etenwelzijn.nl)

