



Slim bewegen met de juiste dosis

The art of move smart

Tekst: Geert – Jan van der Sangen

Illustraties: Anne van den Berg

Het plaatje waarin we de evolutie van de mens zien, beginnend als neanderthaler en nu in dezelfde houding achter het bureau zittend, is schrijnend. Vaak staat er dan onder: ‘man was made to move’. Een stellingname die we allen omarmen en van waaruit we een aanbod formuleren, gericht op het in beweging krijgen van iedereen die dat nog niet doet. De echte vraag is of wij mensen wel zijn gemaakt om te bewegen. Dat het goed is voor ons lijf is wel duidelijk. De echte vraag is of wij mensen wel zijn gemaakt om te bewegen zonder dat daar een sterke noodzaak toe is.

Dat bewegen goed is voor de mens trek ik niet in twijfel, maar de praktijk leert ons dat we liever zitten, op kantoor of voor de buis. De meesten van ons komen alleen in beweging ‘als het moet’, dus misschien is het wel niet zo evident dat de mens echt gemaakt is om te bewegen. Kijk naar de leeuw, de koning van het dierenrijk; hij ligt minstens 20 uur per dag lekker lui te dommelen, verplaatst zich af en toe en is zo’n 30 minuten lichamelijk actief om een prooi te vangen, en dan vaak nog om de dag. Zelfs de koning van het dierenrijk haalt de beweegnorm niet en komt alleen in beweging om te eten. Dit zelfde gedrag zien we bijvoorbeeld ook bij de leefwijze van inheemse Afri-

kaanse stammen. De mannen gaan om de paar weken op jacht (liggen de rest van de tijd voor de hut) en als de jacht niet lukt, starten ze de death race, waarbij 1 lid van de stam op het heetst van de dag achter de prooi aanrent totdat

We weten allemaal dat het veranderen van iemands beweeggewoontes niet bepaald eenvoudig is. Het is de kunst om iemand op de juiste manier en in de juiste taal aan te spreken en op die manier te motiveren. Waar de een gevoelig is voor met name face-to-face contact en een omgeving met veel mensen, moet de ander daar niets van hebben en wil het juist zelf doen, het liefst in zijn eigen omgeving.

Stappenteller en hartslagmeter

Als je dan kijkt op welke manier mensen zich tegenwoordig 'laten beïnvloeden', spelen moderne technische middelen, zoals sociale media en apps, een steeds grotere rol. Alle nieuwe digitale technieken zorgen ervoor dat mensen de deur niet meer uit hoeven om boodschappen of bankzaken te doen of om te shoppen (Aan ons natuurlijk de taak om deze mensen toch in beweging te krijgen). Het 'gemak' van het gebruik van deze digitale hulpmiddelen, verwacht men ook wanneer het gaat om in beweging te komen. Mensen zoeken apps die

Er zijn voorbeelden genoeg van apps en wearables (fitness trackers, stappentellers, hartslagmeters etc.) die gouden bergen beloven. Denk maar aan de bekende fitness trackers van PulseOn, Nike, Jawbone, Fitbit, Polar of Garmin. Ze zijn er allemaal op gericht om niet alleen in een club te bewegen, maar ook buiten in beweging te komen. Er zijn apps die meer fungeren als een 'persoonlijke' fitnesscoach zoals Moov, Evi en Runkeeper (kijk voor een actueel overzicht op www.inkin.com/wearables/). Daarnaast zijn er duizenden gezondheidsapps (o.a. gericht op afvallen of

groeïende Nederlandse bedrijven, gaan heel digitaal en virtueel en maken koppelingen met apps als Runkeeper en MyFitnesspal, maar ook met wifi weegschalen of activity trackers.

Het komt allemaal op hetzelfde neer; het zijn grote beloftes om met minimale inspanning maximaal resultaat te bereiken. Op Facebook vind je tal van challenges met de leukste filmpjes en prachtige voorbeelden, maar of je nu in 100 dagen voor altijd fit en gezond kan worden?

Bewustwording en volhouden

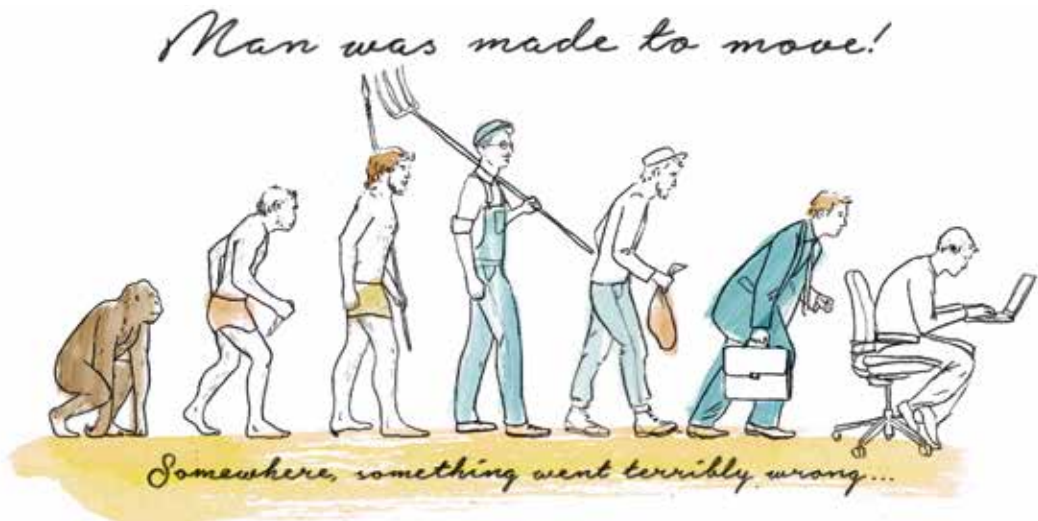
Het aanpassen van iemands beweeggewoontes is in feite gedragsverandering. In de vorige uitgave heb ik al uitvoeriger toegelicht hoe je dit stapsgewijs kunt bewerkstelligen. De belangrijke eerste fase hierbij is de fase van bewustwording. Al deze apps en devices zijn een mooie toevoeging in deze bewustwordingsfase.

Wat later, in de fase van het volhouden kunnen bijvoorbeeld challenges een belangrijke bijdrage leveren. Dan is de sociale context, ook virtueel, wel degeïjk van belang. In die zin kun je moti-

Laten we echter een tweede belangrijke evolutionaire wet niet vergeten: 'Je moet je aanpassen om niet uit te sterven'

het bewegen zo makkelijk en inzichtelijk mogelijk maken, om zo het snelste resultaat te bereiken. Wearables kunnen eveneens worden gebruikt om fysieke parameters zoals hartslag, bloeddruk, gewicht, vetpercentage en bloedsuikerwaarde te meten.

meditatie) waarvan de meeste zijn gericht op een (snelle) work-out voor thuis. '7 minutes' is misschien wel de bekendste. Heel populair is samen trainen met een digitale 'personal trainer' zoals FitStar, FitOrbit of FitNet dat aanbieden. Fitmo en VirtuaGym, snel





vatie overal vinden. Motivatie kan wel doelgroep afhankelijk zijn. Zo blijkt uit onderzoek dat de prikkels voor mannen en vrouwen verschillen. Mannen meten graag hun prestaties, vrouwen registreren veel meer zaken rondom eten en gewicht. Een belangrijk gegeven om rekening mee te houden. Ook apps om slaap, drankgebruik, roken en het innemen van medicatie te 'meten' zijn populair. Hartslag wordt bijna standaard gemeten op alle wearables. Voor bloed-druk- of glucosemetingen zijn specifieke apparaten nodig, maar ook daar zien we dat bedrijven zoals Philips, Google en Apple zich erop richten. De Apple Watch is gepositioneerd als HealthWatch en dat is direct de belangrijkste toegevoegde waarde. Maar ook op de smartphones is gezondheid een belangrijk thema en het blijkt dat veel gebruikers de smartphone toch verkiezen boven een extra wearable.

Het zal zonder twijfel de toekomst worden van de meer op preventie gerichte gezondheidszorg. Op dit moment doen we de eerste ervaringen op en leren we van het gebruik. In de toekomst zullen de voordelen zo groot zijn voor gebruikers dat er geen ontkomen aan is.

Integratie online en offline

Kortom, er zijn opties te over, maar waar doe jij als ondernemer nu goed aan om in mee te gaan? Want veel devices richten zich op de eindgebruiker en slaan de stap naar de aanbieder van fysieke activiteiten over. Hoe kun jij je als personal coach onderscheiden in dit digitale geweld? Het liefst wil je ze waarschijnlijk weg houden bij jouw cliënten, zodat jouw kennis en kunde centraal staan in de begeleiding.

Laten we echter een tweede belangrijke evolutionaire wet (naast die dat de mens, al dan niet, gemaakt is om te bewegen) niet vergeten: 'Je moet je aanpassen om niet uit te sterven.' Je kunt je ogen dus beter niet sluiten voor alle veranderingen die je om je heen ziet gebeuren. Dus ... waarom integreer je ze niet binnen je eigen aan-

pak? De beste coaches, trainers en leiders beschikken over de capaciteit om situationeel leiderschap te vertonen. Iedere klant is anders en vraagt andere vaardigheden van jou om aangesproken te worden. Moderne technieken kunnen helpen om het beste uit je klant te halen. Dus faciliteer je je klant juist met moderne middelen om hem en jezelf meer kwantitatief en kwalitatief inzicht te geven in zijn veranderende beweegpatroon.

Het is de kunst om iemand op de juiste manier
en in de juiste taal aan te spreken en op die
manier te motiveren

Vergeet ook niet dat na de fase van bewustwording nog meer fases doorlopen moeten worden om het veranderende gedrag te verduurzamen. Namelijk, de fase van informeren/adviseren en de fase van actie/aanmoedigen. Een goede coach helpt om de juiste keuzes te maken en hierbij iemand aan te moedigen. En bij de een zal dat meer via face-

to-face contact gaan, bij andere klanten kan dat grotendeels online gebeuren.

Maar hoe dan ook is aanpassen aan de nieuwe – veelal virtuele – wereld van belang. Aanbieders zien door de bomen het bos niet meer, hoe zouden consumenten dit beleven?

E-health is in opkomst en in de zorg

Leefstijlverandering

In de inleiding stelde ik al vast dat ‘in beweging komen’ minder vanzelfsprekend is dan je zou verwachten, uitgaande van de stelling dat de mens gemaakt zou zijn om te bewegen. Het is interessant om iemand die de eerste stap om in beweging te komen heeft gezet (al is het maar via een app), te vragen wat

De coach zal in alle gevallen de gepassioneerde inspirator moeten zijn

steeds nadrukkelijker aanwezig. Nu ook steeds meer in de ‘leefstijl’ markt en gericht op de eindgebruiker, helemaal los van de aanbieder van fysieke activiteiten. Dat is een bedreiging, maar er liggen direct tal van kansen.

Wanneer het gaat om informatie, communicatie, registratie en motivatie is het domein van e-health natuurlijk uitermate geschikt. Van gezondheidsapps tot een online platform en van fitness trackers tot wearables.

de reden hiervan is. Heel vaak zal je te horen krijgen dat ‘het tijd werd om iets te gaan doen’. Bijvoorbeeld omdat de garderobe niet meer goed past, of omdat iemand lichamelijke beperkingen begint waar te nemen.

Wanneer je aan de slag gaat met veranderen van iemands beweeggedrag is het van groot belang dat er een goede afstemming is tussen de drie pijlers van leefstijl: bewegen, voeding en rust (zoals in de vorige MoveMens in het artikel

‘Niet of wel te ruste’ al naar voren is gekomen). Denk maar mee; als iemand een intensieve training ingaat, maar weinig energiereserves heeft omdat zijn voedingspatroon niet is aangepast, dan is de kans groot dat het hongergevoel dat tijdens de training ontstaat, wordt gestild met een snelle (suikerrijke) snack. Aandacht voor voeding, voor, tijdens en na een inspanning is noodzakelijk.

Maar ook het belang van een goed lichamenlijk herstel na een training wordt onderschat. De effectiviteit van een training (in termen van het lichamenlijk echt sterker worden) wordt hoofdzakelijk bepaald door de kwaliteit van het herstel, niet door de duur of intensiteit van de training zelf.

De ideale gezondheidsapp

Als we alle genoemde aspecten in overweging nemen, dan zijn een aantal zaken van belang om tot de ideale gezondheidsapp te komen.

Sowieso moet deze app de drie thema's rondom leefstijl combineren: bewegen, voeding en rust. En op alle drie deze vlakken moet de app in kunnen spelen op





de fase van gedragsverandering waarin iemand zich bevindt. Voor de bewustwording zijn vooral de eenvoudige wearables belangrijk die het beweeg-, voeding- en rustpatroon kunnen kwantificeren. In de fases omtrent het in actie komen en volhouden, spelen bijvoorbeeld challenges een grotere rol.

Daarnaast moet de app inzicht geven in bepaalde persoonlijkheidsaspecten van de gebruiker. Beschikt deze over voldoende 'zelfmanagement' vaardigheden? Dat bepaalt voor een belangrijk deel in hoeverre de coaching dwars door de verschillende fases van gedragsverandering meer online of meer offline moet plaatsvinden.

Het is zowel een kans als uitdaging voor professionals: het combineren van online en offline waarbij apps en wearables ondersteunend zijn. De coach zal in alle gevallen de gepassioneerde inspirator moeten zijn. Moderne technologie zal helpen om de coach zich te laten focussen op zijn of haar taak om te motiveren en samen met de klant te zorgen dat het (SMART) resultaat ook wordt gehaald. Want het werkt twee kanten op: Voor

de coach, trainer, adviseur of therapeut is het online begeleiden efficiënt, plezierig en mogelijk frequenter. En daarnaast verzamel je veel meer data om de juiste adviezen te geven.

Hoe mooi de techniek is, hoe stimulerend de social media zijn of hoe motiverend de app blijkt, je wordt niet fit van het lezen van een gebruiksaanwijzing van

het voor de grote doelgroep de combinatie tussen online en offline zijn.

De volgende stap

Die combinatie van e-health (on-line) met het reguliere beweegaanbod (off-line) is ook onderdeel van 'blended care'. En dat in een omgeving, waar al meer op het gebied van leefstijl gebeurt. Waar

Je wordt niet fit van het downloaden van een app of het lezen van een gebruiksaanwijzing van een wearable

een wearable of het downloaden van een app. Bij gedragsverandering gaat het om het gehele proces; van intentie naar daadwerkelijk doen.

In de fase van bewustwording is het een mooie spiegel. Bij het voorlichten en adviseren is het heel goed om gebruik te maken van deze moderne middelen. Wanneer klanten in staat zijn het heft in eigen handen te nemen is het blijvende ondersteuning, in het andere geval is er face-to-face contact nodig. In die zin zal

mensen al komen omdat gezondheid een thema is. Uiteraard behoren (fysiotherapie)praktijken daartoe, maar tevens apotheken, gezondheidscentra en sportclubs. Het is ook de combinatie van fysiek, mentaal en virtueel. En niet te vergeten de combinatie van een locatie elders, thuis en buiten.

Move smart betekent dus dat er een beweging in gang wordt gezet die gebruik maakt van 'smart' technologieën en daarbij meetbare en haalbare doelen stelt. De