



VET GEZOND

Plan van aanpak

2021 - 2023



 Ridderkerkvetgezond

 Ridderkerkvetgezond

www.ridderkerkvetgezond.nl





Colofon:

Vormgeving:

Danique Smit - Theelen
Renske Nicolai

Tekstredactie:

Steffanie Helmink
Gertjan Kroon



*“Een gezondere leefstijl voor
alle inwoners”*

Inhoudsopgave

Inleiding	4
1. JOGG nader uitgelegd	5
2. Organisatie	7
3. Communicatie	11
4. Kinderen	12
5. Jongeren	14
6. Volwassenen	17
7. Omgeving	19
8. Monitoring en Evaluatie	20
9. Financiën	22
Literatuurlijst	23
BIJLAGE: Uitvoeringsplan	24



Inleiding

Vanaf 1 oktober 2016 is Ridderkerk aangesloten bij JOGG Nederland. Vanaf maart 2018 heeft het programma in Ridderkerk de naam VET GEZOND gekregen; bedacht door kinderen.

VET GEZOND zet zich in voor een gezondere leefstijl. Waar we ons in eerste instantie richtte op de kinderen, is de doelgroep nu uitgebreid naar alle inwoners van Ridderkerk. Met hierbij de kanttekening dat de doelgroep senioren wordt opgepakt vanuit het Ouderenwerk van Facet en niet direct vanuit de VET GEZOND organisatie. Daarom worden in dit Plan van Aanpak de doelgroepen kinderen, jongeren en volwassenen genoemd.

Overgewicht en de daarbij vaak gepaard gaande ongezonde leefstijl kan tot verschillende gezondheidsproblemen leiden op zowel jonge als latere leeftijd. VET GEZOND zet zich daarom in om overgewicht bij kinderen, jongeren en volwassenen te voorkomen en te verminderen. De VET GEZOND aanpak is een lokale, integrale en duurzame aanpak gericht op de doelgroep en hun omgeving (school, werk, fysieke omgeving etc.).

Naast de uitbreiding van de doelgroep wordt er ook meer specifiek ingezet op minimahuishoudens. Kinderen die opgroeien in een gezin in de laagste inkomensgroep kampen duidelijk vaker met overgewicht dan kinderen uit gezinnen in de hoogste inkomstengroep.

In de laagste inkomensgroep heeft bijna 1 op de 5 kinderen overgewicht, in de hoogste inkomensgroep iets meer dan 1 op de 20. Obesitas komt ook aanzienlijk vaker voor onder kinderen die opgroeien in een gezin met een laag inkomen.

Het doel van VET GEZOND is het creëren van een gezondere leefstijl van alle Ridderkerkse gezinnen. Dit doel bereiken we samen met partners door het opzetten van interventies en het uitvoeren van activiteiten en evenementen waar een gezonde leefstijl centraal staat.

Sociaaleconomische status 2017

Per vierposities postcodegebied



Bron: Sociaal Cultureel Planbureau

Lage SES cijfers Ridderkerk, 2017, <https://www.volksgezondheidenzorg.info/onderwerp/sociaaleconomische-status/regionaal-internationaal/regionaal>

1. JOGG nader uitgelegd

De landelijk JOGG-aanpak richt zich op alle kinderen en jongeren van 0 maanden t/m 19 jaar. JOGG richt zich op het gezond maken van de leefomgevingen waarin zij zich bevinden (thuis, school, buurt, sport, vrije tijd, werk en media) door te werken aan essentiële voorwaarden.

Deze zes voorwaarden (politiek-bestuurlijk draagvlak, publiek-private samenwerking, gedeeld eigenaarschap, verbinding preventie & zorg, communicatie en monitoring & evaluatie) vormen de basis voor alle activiteiten die worden uitgevoerd door een landelijk en lokaal werknets dat bestaat uit beleidsbepalers, professionals en alle volwassenen die om het kind heen staan.

1. Politiek bestuurlijk draagvlak

Politiek Bestuurlijk Draagvlak is essentieel voor een succesvolle invoering en borging van de JOGG-aanpak. Burgemeester en wethouders zijn enthousiaste en betrokken ambassadeurs voor de aanpak. Het lokale JOGG-team werkt samen met de verschillende beleidsdomeinen aan een gezonde omgeving.

2. Publiek-private samenwerking

“It takes a village to raise a child”. Een gezonde jeugd in een gezonde omgeving is een gedeelde maatschappelijke verantwoordelijkheid. Meer kinderen op gezond gewicht kun je alleen voor elkaar krijgen door met alle partijen, publiek én privaat, samen te werken binnen de omgevingen waar alle kinderen en jongeren wonen, leren, recreëren en werken.

3. Gedeeld eigenaarschap

Effectieve gedragsverandering bereiken kan alleen door goed bij de (eind)doelgroep aan te sluiten, ze te betrekken en elkaar te versterken, ieder vanuit zijn eigen rol en verantwoordelijkheid.

4. Verbinding preventie en zorg (VPZ)

Binnen de pijler VPZ staat de verbinding centraal. Het gaat over samenwerking en afstemming tussen professionals op de vier preventieniveaus.

1. Universele preventie: richt zich op de gezonde bevolking en bevordert en beschermt actief de gezondheid van de bevolking.
2. Selectieve preventie: richt zich op bevolkingsgroepen met een verhoogd risico en voorkomt dat personen met één of meerdere risicofactoren voor een bepaalde aandoening daadwerkelijk ziek worden. Denk bijvoorbeeld aan kinderen in een lage SES-wijk.
3. Geïndiceerde preventie: richt zich op mensen met beginnende klachten en voorkomt dat beginnende klachten verergeren tot een aandoening. Hier betreft het de kinderen en jongeren die overgewicht hebben.
4. Zorggerelateerde preventie: richt zich op mensen met een ziekte of aandoening en voorkomt dat een bestaande aandoening leidt tot complicaties, beperkingen, een lagere kwaliteit van leven of sterfte. Dit is van toepassing op de kinderen en jongeren die ernstig overgewicht of obesitas hebben.

5. Communicatie

Communicatie is essentieel voor JOGG-gemeenten. Het maakt activiteiten en ontwikkelingen zichtbaar en transparant, zorgt hiermee voor meer draagvlak in gemeenten en draagt bij aan het bereiken van de doelen.

6. Monitoring & evaluatie

Deze voorwaarde richt zich op het verzamelen van informatie over de JOGG-aanpak met als doel de behaalde resultaten te laten zien, interpreteren en in te zetten voor het verbeteren van de lokale aanpak.



2. Organisatie

VET GEZOND wordt getrokken door de regisseurs en de programmamanager. De regisseurs zijn werkzaam bij Facet Ridderkerk en zijn verantwoordelijk voor de coördinatie en uitvoering van VET GEZOND Ridderkerk. De programmamanager is werkzaam bij de gemeente en is verantwoordelijk voor het gehele programma en het politiek en bestuurlijk draagvlak.

De stuurgroep

De stuurgroep is sturend en voorwaardenscheppend. De stuurgroep beslist over het Plan van Aanpak, de planning en voortgang, begroting en het aangaan van samenwerkingen met private en publieke partners. De leden van de stuurgroep denken strategisch mee en enthousiasmeren andere partijen om zich bij VET GEZOND aan te sluiten.

Publieke en private partners

Publieke en private partners zijn hard nodig om VET GEZOND tot een succes te maken. Om te werken aan een gezondere leefstijl voor iedere Ridderkerker hebben we een multidisciplinaire samenwerking nodig. Gezamenlijk zetten we in op een gezondere leefstijl.

Het bedrijfsleven heeft een grote impact op de leefomgeving van kinderen, jongeren en volwassenen. Daarom is het werven van partners een belangrijk onderdeel van de Ridderkerkse aanpak. We besteden veel tijd aan het binnen halen van partners, maar ook aan het onderhouden van onze

contacten. Dit wordt door de partners als zeer prettig ervaren waardoor er ook buiten VET GEZOND meer samenwerking ontstaat. Partners dragen bij aan iets waarvan het belang steeds duidelijker wordt: een gezonde leefstijl voor iedereen. De partners krijgen een imago boost door zichtbaar mee te doen met maatschappelijke activiteiten. Daarnaast worden partners betrokken in de communicatie uitingen van VET GEZOND.

Speciaal voor partners organiseren we 1x per jaar een netwerkbijeenkomst. Daarnaast bieden wij hulp bij en stimuleren we gezondheid op de werkvloer.

Twee keer per jaar is er een tekenmoment voor nieuwe partners. Tijdens dit moment worden de overeenkomsten ondertekend, de blokken met VET GEZOND logo overhandigd en wordt er een persfoto gemaakt.



Op dit moment hebben we de volgende private partners:



Onze publieke partners zijn:



In 2021 komen daar onder andere de volgende partijen bij:



3. Communicatie

Er worden verschillende communicatie kanalen gebruikt om VET GEZOND onder de aandacht te brengen. Per doelgroep kijken we welk soort communicatie het beste past. Bij jongeren richten we ons op dit moment bijvoorbeeld meer op Instagram en Snapchat en bij ouderen/volwassenen meer op de krant en Facebook.

Website

De website valt onder het beheer van Facet en wordt wekelijks bijgehouden met nieuws en trends. De website is vooral bedoeld als 'basis': hier is alle informatie te vinden voor iedereen die meer wil weten over VET GEZOND.

Social media

Op social media, Facebook en Instagram wordt minimaal twee keer in de week een bericht geplaatst. Voor een grote activiteit of een groot project wordt dagelijks iets geplaatst. Op het ridderkerkvetgezond YouTube account worden ook video's van activiteiten en evenementen geplaatst.

Krant

VET GEZOND heeft regelmatig contact met de redactie van de Combinatie en de Blauwkai. Wanneer er een VET GEZOND activiteit is, wordt dit gedeeld met de krant waarna vaak een artikel wordt geplaatst.

Flyers en nieuwsbrieven

Voor verschillende doelgroepen en voor verschillende projecten worden flyers gemaakt. Denk aan een menukaart voor potentiële partners waarin duidelijk wordt hoe ze mee kunnen doen met VET GEZOND of een flyer voor Fitcoins. In de schoolniewsbrieven is ook altijd ruimte voor informatie over VET GEZOND.

Landelijk mediabureau JOGG

We hebben goede contacten met het landelijke mediabureau van JOGG Nederland. Zij plaatsen regelmatig een artikel in hun nieuwsbrief voor andere regisseurs of delen via hun eigen social media kanalen filmpjes over wat we in Ridderkerk doen.



VET GEZOND

Jong geleerd...
Eén op de zeven kinderen in Nederland is te zwaar. Kinderen met overgewicht zitten vaak niet lekker in hun vel, zijn minder fit dan hun leeftijdsgenoten en worden vaker gepest. De basis voor een gezond gewicht leg je voor een groot deel al op jonge leeftijd. De jeugd van nu groeit op in een omgeving die uitnodigt tot veel eten en weinig bewegen. VET GEZOND streeft naar een samenleving waarin alle kinderen en jongeren wonen, leren, recreëren en werken in een omgeving waarin een gezonde leefstijl de normaalste zaak van de wereld is!

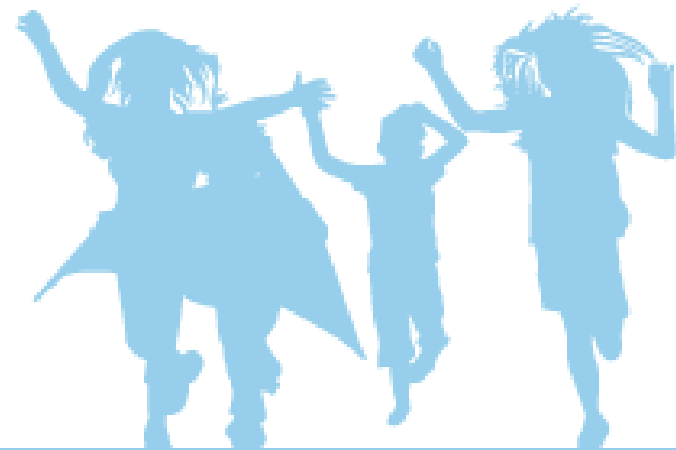
Over VET GEZOND
Sinds 1 oktober 2016 is Ridderkerk een JOGG-gemeente. JOGG staat voor Jongeren op Gezond Gewicht en richt zich op de jeugd in de leeftijd van 0 tot 19 jaar. De belangrijkste beïnvloeders van deze doelgroep, zoals ouders, verzorgers en professionals, worden betrokken. JOGG is voor en werkt samen met kinderen. Daarom hebben we aan kinderen gevraagd een lokale naam te bedenken. Dat is VET GEZOND geworden. VET GEZOND is een paraplu en ondersteunt publieke en private partners op het gebied van een gezonde leefstijl.

Volg ons op Facebook en Instagram om te zien welke activiteiten er zijn!

www.ridderkerkvetgezond.nl
#ridderkerkvetgezond @ridderkerkvetgezond

4. Kinderen

De eerste jaren hebben we vanuit de gedachte “jong geleerd is oud gedaan” bewust ingezet op de doelgroep 2 tot 12 jaar. Er is aanbod ontwikkeld voor basisscholen, we zijn gestart met gezondere sportkantines en hebben gezonde leefstijl activiteiten uitgevoerd in verschillende wijken. Ook de komende jaren blijven we inzetten op deze belangrijke doelgroep.



2 jarigen (cijfers van CJG Ridderkerk)

	2015 - 2016	2017 - 2018	2018 - 2019
Overgewicht	8,4%	9,2%	8,2%
Obesitas	1,9%	2,0%	1,3%

3 jarigen (cijfers van CJG Ridderkerk)

	2015 - 2016	2017 - 2018	2018 - 2019
Overgewicht	6,8%	5,8%	10,5%
Obesitas	1,6%	1,5%	1,9%

5-6 jarigen (cijfers van CJG Ridderkerk)

	2015 - 2016	2017 - 2018	2018 - 2019
Overgewicht	12,6%	6,1%	9,6%
Obesitas	2%	2,1%	3,0%

9-10 jarigen (cijfers van CJG Ridderkerk)

	2015 - 2016	2017 - 2018	2018 - 2019
Overgewicht	19,3%	16,0%	13,5%
Obesitas	4%	3,7%	7,0%

- ▶ Cijfers uit **2014/2018** (GGD tabellenboek 2020)
Eet minimaal 5 keer per week fruit, 1 t/m 3 jaar
92% / 92%
Eet minimaal 5 keer per week fruit, 4 t/m 11 jaar
85% / 79%
Eet minimaal 5 keer per week groente, 1 t/m 3 jaar
87% / 79%
Eet minimaal 5 keer per week groente, 4 t/m 11 jaar
82% / 78%
- ▶ Cijfers uit **2014/2018** (GGD tabellenboek 2020)
Drinkt dagelijks water, 1 t/m 3 jaar
47% / 78%
Drinkt dagelijks water, 4 t/m 11 jaar
48% / 77%
- ▶ Cijfers uit **2014/2018** (GGD tabellenboek 2020)
Speelt minstens 5 dagen per week buiten, 2 en 3 jaar
87% / 91%
Speelt minstens 5 dagen per week buiten, 4 t/m 11 jaar
72% / 67%
- ▶ Cijfers uit **2014/2018** (GGD tabellenboek 2020)
Voldoet aan beweegnorm (NNGB= beweegt dagelijks minimaal 1 uur matig intensief), 4 t/m 11 jaar
88% / 83%

Ervaring jeugdartsen Centrum Jeugd en Gezin Ridderkerk

Er is veel overgewicht wat volgens medewerkers van het CJG veroorzaakt wordt door onvoldoende bewegen en onvolwaardige voeding. Binnen veel gezinnen ontbreekt kennis over gezonde producten en het bespreekbaar maken hiervan is een drempel. Het blijft een gevoelig onderwerp, jongeren maakt het erg onzeker, vooral als het gaat om overgewicht of een gezond gewicht. Belangrijk om te vermelden is dat gewicht niet alles zegt. Sommige kinderen sporten heel veel en ontwikkelen hierdoor veel spiermassa. Het is echt de combinatie van factoren die het lichaam gezond maken. De inactiviteit die sommige jongeren hebben, blijft de CJG medewerkers verbazen.

Doelstellingen

Hoofddoelstelling

Het percentage kinderen van 2 t/m 11 jaar met overgewicht en obesitas in Ridderkerk ten minste laten stagneren en waar mogelijk omzetten in een daling, waarbij in 2024 een daling van 2% wordt beoogd ten opzichte van 2020.

Subdoelstellingen

- Het stimuleren van het eten van groente en fruit.
- Het stimuleren van het drinken van water.
- Het stimuleren van bewegen in de buitenruimte / buitenspelen.
- Toename van het aantal kinderen dat voldoet aan de beweegnorm.

Hoe bereiken we de doelgroep

We bereiken de doelgroep voornamelijk via basisscholen, kinderopvang, aanbod in de wijk, jongerenwerk, sport-/ en welzijnsaanbieders, CJG, zorgprofessionals.

5. Jongeren

**Uit gesprekken met partners blijkt dat veel jongeren een ongezonde leefstijl hebben.
Dit kan leiden tot overgewicht en andere problemen nu en op latere leeftijd.**

12 -13 jarigen (cijfers van CJG Ridderkerk)

	2015 - 2016	2017 - 2018	2018 - 2019
Overgewicht	15,5%	18,9%	16,2%
Obesitas	2,5%	3,6%	2,1%



- ▶ Cijfers uit **2015/2019** (GGD tabellenboek 2020)
Eet dagelijks fruit, 13 t/m 16 jaar **34% / 38%**
Eet dagelijks groente, 13 t/m 16 jaar **35% / 45%**
- ▶ Cijfers uit **2015/2019** (GGD tabellenboek 2020)
Drinkt dagelijks water, 13 t/m 16 jaar **62% / 72%**
- ▶ Cijfers uit **2015/2019** (GGD tabellenboek 2020)
Sport wekelijks zonder club, vereniging of sportschool, 13 en 14 jaar **87% / 73%**
Sport wekelijks zonder club, vereniging of sportschool, 15 en 16 jaar **78% / 67%**
Sport wekelijks zonder club, vereniging of sportschool, 13 t/m 16 jaar **83% / 70%**
- ▶ Cijfers uit **2015/2019** (GGD tabellenboek 2020)
Alcoholgebruik afgelopen 4 weken (1 glas of meer), 13 en 14 jaar **9%/4%**
Alcoholgebruik afgelopen 4 weken (1 glas of meer), 15 en 16 jaar **31%/40%**
- ▶ Cijfers uit **2015/2019** (GGD tabellenboek 2020)
Binge drinken afgelopen 4 weken, 13 en 14 jaar **8%/5%**
Binge drinken afgelopen 4 weken), 15 en 16 jaar **24%/25%**
Binge drinken is het drinken van meer dan 4 glazen (voor vrouwen) of meer dan 5 glazen (voor mannen) binnen 1 gelegenheid.

Ervaring jongerenwerkers Facet Ridderkerk

Jongeren drinken ontzettend veel energy drinks. Wanneer jongeren honger hebben kopen ze liever een zak snoep of chips dan een gezond broodje. Veel van de oudere jongeren zijn groot fan van McDonald's en gaan meerdere keren per week door de McDrive. Jongerenwerk is met verschillende jongeren het gesprek aangegaan over sport.

Conclusie: jongeren lijken tegenwoordig liever lui dan moe. Ondanks bovenstaande signaleringen hebben jongeren over het algemeen niet opvallend veel overgewicht. Veel jongeren zijn juist opvallend tenger.

Ervaringen supermarkten in Ridderkerk

De Ridderkerkse supermarkten signaleren dat er steeds meer jongeren in hun tussenuren energy drinks en grote zakken chips kopen. Dit begint soms al 's ochtends vroeg. Sommige supermarkten hebben een limiet dat er 2 jongeren per keer naar binnen mogen.

Doelstellingen Hoofddoelstelling

Het percentage jongeren van 12 t/m 18 jaar met overgewicht en obesitas in Ridderkerk ten minste laten stagneren en waar mogelijk omzetten in een daling, waarbij in 2024 een daling van 2% wordt beoogd ten opzichte van 2020.

Subdoelstellingen

- Het stimuleren van het eten van groente en fruit.
- Het stimuleren van het drinken van water.
- Toename van het aantal jongeren dat wekelijks sport zonder club, vereniging of sportschool.

Hoe bereiken we de doelgroep

We bereiken de doelgroep voornamelijk via het voortgezet onderwijs, aanbod in de wijk, het jongerenwerk en de jeugdsozen, sport- en welzijnsaanbieders, het CJG, zorgprofessionals.

6. Volwassenen

Een belangrijk aspect bij het stimuleren van een gezondere leefstijl onder kinderen en jongeren is de betrokkenheid van ouders. Ouders beginnen thuis met de opvoeding. Zeker bij jonge kinderen, maar ook bij jongeren wordt er voor een groot deel door de ouders bepaald wat er gegeten en gedronken wordt. Als ouders gezonder gaan leven, volgt het kind vaak automatisch. En andersom geldt hetzelfde, als de (oudere) kinderen gezonder willen leven, volgen vaak de ouders. Goed voorbeeld, doet goed volgen.

Deelnemersaantal Fitcoins
(Cijfers via Facet/It's My Life – Fitcoins app)

Jaar	Aantal
2019	250
2020	300

- ▶ Cijfers uit **2012/2016** (GGD tabellenboek 2020)
Matig overgewicht, 19 t/m 64 jaar **36%/ 39%**
Obesitas, 19 t/m 64 jaar **18%/ 13%**
- ▶ Cijfers uit **2016** (GGD tabellenboek 2020)
Drinkt dagelijks water, 19 t/m 64 jaar **80%**
- ▶ Cijfers uit **2012/2016** (GGD tabellenboek 2020)
Drinkt niet of maximaal 1 glas per dag, 19 t/m 64 jaar
42%/ 52%

- ▶ Cijfers uit **2012/2016** (GGD tabellenboek 2020)
Hoeveel procent beweegt voldoende (eigen oordeel)?

19 tot en met 64 jaar	67%/70%
-----------------------	----------------

- ▶ Cijfers uit **2012/2016** (GGD tabellenboek 2018)
Hoeveel procent voldoet aan de beweegnorm?

19 tot en met 64 jaar	54%/52%
-----------------------	----------------



Ervaring sociaal makelaars Facet Ridderkerk

Bewerkt voedsel is goedkoop en makkelijk te bereiden. Gelukkig bestaat de Foodcompany. Keuzes: Pizza voor € 2,00 of aardappel, groente en vlees voor € 3,50? Als jij € 50,00 per week te besteden hebt voor kleding, benzine en eten, wat zou jij kiezen? Men wil wel gezond eten maar dit is niet altijd prioriteit en/of het is lastig vol te houden (ritme/structuur maar ook geld). Gelukkig zijn er veel slimme mensen die porties invriezen/gekoeld bewaren. Of gewoon 2/3 dagen achter elkaar hetzelfde eten omdat voor één-persoon koken lastig en duurder is.

Conclusie: veel bewerkt en best mono eten, omdat men voor meerdere dagen tegelijk kookt. Er liggen kansen voor bewaaradviezen, goede tupperwarebakjes uitdelen en mini-stapjes dieet als tip geven. Kleine dingen volhouden en langzaam bouwen aan een ander ritme.

Doelstellingen

Hoofddoelstelling

Het percentage 19 t/m 64 jarigen met overgewicht en obesitas in Ridderkerk ten minste laten stagneren en waar mogelijk omzetten in een daling, waarbij in 2024 een daling van 2% wordt beoogd ten opzichte van 2020.

Subdoelstellingen

- Het stimuleren van het drinken van water.
- Het laten toenemen van het percentage dat niet of maximaal 1 glas alcohol per dag drinkt.
- Toename van het aantal volwassenen dat naar eigen oordeel voldoende beweegt.
- Toename van het aantal volwassenen dat voldoet aan de beweegnorm.

Hoe bereiken we de doelgroep

We bereiken de doelgroep voornamelijk via het basis- en voortgezet onderwijs, de kinderopvang, de Voedselbank, sport-/ en welzijnsaanbieders, het CJG, zorgprofessionals.

7. Omgeving

Bij de omgeving zetten we vooral in op sportverenigingen en scholen en vanaf 2021 ook op bedrijven/werkgevers.

Cijfers

- 2020: 1 gezondere sportkantine (Stichting KICKS).
- 2020: geen scholen met een Gezonde School (deel)certificaat.
- 2020: geen bedrijven met een gezondere werkvloer incl. Fitcoins.

Doelstellingen

- Eind 2023 hebben 7 sportaanbieders een Gezondere Sportkantine.
- Eind 2023 heeft Ridderkerk 4 scholen die een Gezonde School (deel)certificaat hebben.
- Eind 2023 hebben 5 bedrijven een Gezonde Werkvloer waarbij ze tevens met het hele bedrijf, meedoen met Fitcoins.

Met welke partners gaan we samenwerken

We gaan samenwerken met basisscholen, kinderopvang, sportaanbieders, bedrijven, zorgprofessionals.



8. Monitoring en evaluatie

Monitoren is structureel zicht houden op het project of programmaverloop. Het monitoren van je project doe je voornamelijk tijdens het project. Door gedurende het project structureel informatie te verzamelen kun je tijdig bijsturen waar nodig. Een monitor geeft antwoord op vragen zoals: Ben je op het goede spoor? Dragen je activiteiten bij aan je doel? Wat gaat goed? Wat kan beter? Door te monitoren houd je zicht op je doelbereik. Zo weet je welke stappen je moet zetten om je doel te bereiken en bereik je het doel efficiënter.

Met evalueren wordt het resultaat tegen het licht gehouden. Dit gebeurt meestal na afloop van een project, maar kan ook tussentijds. Je beantwoordt vragen als: Is het doel bereikt? Levert dit het beoogde effect? Een evaluatie brengt helder in kaart wat de resultaten en/of effecten van je project en/of proces zijn. Daarbij worden de succesfactoren en de verbeterpunten benoemd. Met die kennis weet je bij toekomstige trajecten waar je aandachtspunten liggen.

Om zowel tijdens het project zicht te houden op het verloop van het project én inzicht te krijgen in de resultaten wordt monitoring en evalueren vaak samen gedaan. Je krijgt dan een compleet beeld van de effecten van je project en kunt tijdig bijsturen indien nodig.

Evalueren activiteiten

Van alle activiteiten die worden aangeboden wordt het aantal deelnemers bijgehouden. Bij de workshops op scholen wordt er ook aan de kinderen gevraagd wat voor cijfer zij de workshops geven en of zij iets niet leuk vonden en wat hebben de deelnemers nu uiteindelijk geleerd. Na de activiteit wordt er een e-mail verstuurd naar de ouders met highlights van de activiteit, hier wordt ook genoemd wat de kinderen hebben geleerd en er worden nog enkele tips meegegeven voor thuis.

Evalueren projecten

Alle projecten worden individueel geëvalueerd. Het scholen project 'Samen gezond' wordt tussentijds geëvalueerd en aan het einde van het schooljaar nogmaals. Tijdens beide evaluaties komen de volgende onderwerpen aan het bod: hoe verloopt de samenwerking, hoe gaan de aangeboden activiteiten zoals de daily mile, workshops gezondere traktaties (proces) en de gezondheidsonderzoeken van het CJG en de cijfers van de daily mile (product). Aan het einde van het schooljaar worden de cijfers van de daily mile vergeleken met die van het begin van het schooljaar.

Factsheet

Elk jaar brengen wij een factsheet uit. Hier worden alle resultaten die in een jaar zijn behaald benoemd. Voorbeelden hiervan zijn: hoeveel sportaanbieders zijn met de gezondere kantine aan de slag, hoeveel nieuwe partners zijn er en hoeveel kinderen rennen de daily mile. Deze factsheet wordt gedeeld met Gemeente Ridderkerk, partners, nieuwsbrief leden, via de website en social media.

Monitoring

Jaarlijks bespreekt de stuurgroep aan de hand van de Factsheet of we nog op het goede spoor zitten. Tevens kijken we naar de verschillende activiteiten en projecten; dragen zij nog bij aan het halen van de doelstellingen en zo nee, wat moet er dan veranderen?

De overgewicht cijfers van de gezondheidsonderzoeken die op de basisscholen worden afgenomen door het CJG Ridderkerk worden jaarlijks door de epidemioloog gedeeld met de VET GEZOND regisseurs. Hierdoor kunnen we ook kijken of er verschil te merken is in de overgewichtcijfers. De cijfers voor volwassenen zijn 1 keer per 4 jaar beschikbaar via de GGD gezondheidsenquête.



9. Financiën

Facet Ridderkerk levert 32 uur aan VET GEZOND registrateurs, dit is opgenomen in de totale opdracht van de gemeente Ridderkerk aan Facet en valt onder het onderdeel 'Opgroeien en ontwikkelen'. Vanuit de gemeente heeft de programmamanager 2-4 uur per week beschikbaar voor VET GEZOND.

De gemeente en Facet dragen gezamenlijk bij aan het activiteitenbudget.

Daarnaast wordt gebruik gemaakt van de producten en diensten van onze private partners. Denk aan groente en fruit, het geven van workshops en het beschikbaar stellen van kennis.



Literatuurlijst

- ▶ Lage SES cijfers Ridderkerk, 2018, <https://www.volksgezondheidszorg.info/onderwerp/sociaaleconomische-status/regionaal-internationaal/regionaal>
- ▶ https://gezondheidinkaat.nl/jive/report/?id=tabellenboek_incl_wijk&inp_geo=gemeente_597
- ▶ Overgewicht cijfers Ridderkerk, CJG Ridderkerk, op te vragen via epidemioloog

BIJLAGE: Uitvoeringsplan

Voordat we per doelgroep en voor de omgeving de verschillende ideeën weergeven, willen we hier graag aangeven dat er wordt gewerkt met een content kalender zodat VET GEZOND kan aansluiten landelijke themadagen. Denk hierbij aan de Kraanwaterdag, de Suikerchallenge week, de Week voor de Gezonde Jeugd en de Buitenspeeldag.

Meer algemene acties die betrekking hebben op VET GEZOND als programma zijn:

Doelstelling	Idee
Meer draagvlak creëren bij raadsleden en ambtenaren van de Gemeente Ridderkerk.	Het doorsturen van VET GEZOND nieuwsbrieven naar raadsleden en ambtenaren.
Meer (naams)bekendheid van het programma VET GEZOND.	Meer volgers/likes op Facebook en Instagrampagina van VET GEZOND door like en win acties.
Meer private partners.	Minimaal twee gezinnen benaderen om VET GEZOND ambassadeur te zijn. Als voorbeeldfiguren tijdens workshops, evenementen en campagnes.
Meer private partners.	Elk jaar een samenwerkingsovereenkomst aan gaan met zes nieuwe partners.

Kinderen

Doelstelling	Idee	Partners
<p>Het stimuleren van het eten van groente en fruit.</p>	<p>Vier keer per jaar een VET GEZOND activiteit aanbieden in de schoolvakanties. Onderwerpen als suikerhoudende drankjes, gezond lunchen en gezondere tussendoortjes worden gebruikt voor de workshops.</p> <p>Smakelijke moestuinen incl. ouder- en kind bijeenkomsten.</p> <p>“Gezond tussen de oren” campagne twee keer per jaar uitvoeren.</p> <p>Bij sportdagen die Facet organiseert, wordt gezorgd voor fruit en groente.</p> <p>Een welkomstpakket ontwerpen voor de doelgroep 0-1 jaar met het thema “Groente.. Zet je tanden erin”.</p>	<p>Groene Pollepel, Boon’s markt en Albert Heijn, Facet sportstimulering</p> <p>Kinderopvang SKR en De Bron, Buurtlab</p> <p>Albert Heijn Dillenburgplein en Ridderhof</p> <p>Lokale supermarkten en Facet sportstimulering</p> <p>CJG, JOGG Nederland</p>

Vervolg: Kinderen

Doelstelling	Idee	Partners
<p>Het stimuleren van het drinken van water.</p>	<p>Drinkwatercampagne op basisscholen: o.a. de poster van het Voedingscentrum over suikerhoudende dranken verspreiden onder alle basisscholen.</p> <p>Het stimuleren van water drinken bij sport- en spelactiviteiten van de Brede School.</p> <p>Het stimuleren van water drinken bij buurt- en pleintjessport.</p> <p>Drinkwatercampagne bij sportaanbieders.</p> <p>Bij sportdagen van Facet wordt water drinken gestimuleerd en is alleen water verkrijgbaar.</p> <p>Tasjes met bidons en flyers uitdelen bij de voedselbank en de kledingbank om zo water drinken te promoten.</p>	<p>Basisscholen, Voedingscentrum, CJG en Facet sportstimulering</p> <p>Brede school partners en Facet sportstimulering</p> <p>Facet sportstimulering</p> <p>Sportaanbieders, Facet verenigings-ondersteuners en Oasen</p> <p>Lokale supermarkten en Facet sportstimulering</p> <p>Foodcompany en Voedselbank</p>

Vervolg: Kinderen

Doelstelling	Idee	Partners
<p>Het stimuleren van bewegen in de buitenruimte / buitenspelen.</p>	<p>Buitenspeelcampagne om buiten spelen te promoten. Hierbij wordt de Landelijke JOGG campagne "Gratis bewegen, gewoon doen" gebruikt.</p> <p>Activiteiten organiseren op de Buitenspeeldag.</p> <p>Een sport en spel sportdag voor de kinderopvang.</p> <p>Eén keer per jaar een Daily mile cross organiseren voor Ridderkerkse basisscholen die de Daily mile wekelijks lopen.</p> <p>In de Brede School drie keer per jaar een Ridderkerk breed ouder- en kind-activiteit aanbieden. Locaties: de Gorzen, het Reijerpark en het Oosterpark.</p>	<p>Buurtlab, Basisscholen, Wijk- en buurtverenigingen, Scouting, JOGG Nederland, Speeltuinverenigingen en Foodcompany en Voedselbank.</p> <p>Buurtlab, Basisscholen, Wijk- en buurtverenigingen, Scouting, Sportaanbieders, Foodcompany en Voedselbank.</p> <p>Crossfit, Kinderopvang SKR</p> <p>Crossfit en Facet sportstimulering</p> <p>Mark Schouten, Crossfit, Personal fitness 4 you en Facet sportstimulering</p>

Vervolg: Kinderen

Doelstelling	Idee	Partners
Toename van het aantal kinderen dat voldoet aan de beweegnorm.	Vier keer per jaar een VET GEZOND beweegactiviteit aanbieden in de vakanties.	Crossfit, Skanders, Kicks, Mark Schouten, Go Health club, Facet sportstimulering, Foodcompany en Voedselbank.

Jongeren

Doelstelling	Idee	Partners
Het stimuleren van het eten van groente en fruit.	Het aanbieden van een kookactiviteit voor het voortgezet onderwijs om jongeren zo kennis te laten maken met gezondere variaties op vettere recepten en producten.	Voortgezet onderwijs
Het stimuleren van het drinken van water.	<p>Drinkwatercampagne op scholen voor voortgezet onderwijs: o.a. de poster van het Voedingscentrum over suikerhoudende dranken verspreiden onder alle scholen in het voortgezet onderwijs.</p> <p>Het stimuleren van water drinken bij de jeugdsozen tijdens (sport)activiteiten.</p> <p>Drinkwatercampagne bij sportaanbieders.</p> <p>Poster van het Voedingscentrum over suikerhoudende dranken verspreiden in de jeugdaccomodaties en uitgaansgelegenheden De Loods.</p>	<p>Voortgezet onderwijs Voedingscentrum</p> <p>Facet jongerenwerk</p> <p>Sportaanbieders en Facet verenigingsondersteuners</p> <p>Facet jongerenwerk</p>
Toename van het aantal jongeren dat wekelijks sport zonder club, vereniging of sportschool.	In samenwerking met het jongerenwerk en sportaanbieders, die in aanbod hebben in de buitenruimte, een beweegaanbod specifiek voor deze doelgroep realiseren en aanbieden.	Sportaanbieders met een aanbod in de buitenruimte (denk aan Crossfit, wandel-/hardloop- verenigingen, Mark Schouten)

Volwassenen

Doelstelling	Idee	Partners
<p>Het stimuleren van het drinken van water.</p>	<p>Twee keer per jaar een VET GEZOND ouder- en kindactiviteit aanbieden in de schoolvakanties. Onderwerpen als suikerhoudende drankjes, gezond lunchen en gezondere tussendoortjes worden gebruikt voor de workshops.</p> <p>Tasje met bidon en informatieve flyer gratis laten uitdelen bij voedselbank om zo het (gratis) water drinken te promoten.</p> <p>Poster Voedingscentrum over suikerhoudende dranken verspreiden in sportscholen, supermarkten, winkelcentra. Dit om ouders te informeren over verantwoorde dranken.</p>	<p>Groene Pollepel en Facet sportstimulering</p> <p>Foodcompany en Voedselbank</p> <p>Winkels, Sportaanbieders, Supermarkten, CJG</p>
<p>Het laten toenemen van het percentage dat niet of maximaal 1 glas alcohol per dag drinkt</p>	<p>Bij de gezondere sportkantine het onderwerp 'Alcohol' meenemen.</p>	<p>Sportaanbieders, Teamfit en Facet verenigingsondersteuners</p>

Vervolg: Volwassenen

Doelstelling	Idee	Partners
<p>Toename van het aantal volwassenen dat naar eigen oordeel voldoende beweegt en dat voldoet aan de Bewegnorm..</p>	<p>Twee keer per jaar een VET GEZOND ouder- en kindbeweegactiviteit aanbieden in de vakanties.</p> <p>In de Brede School drie keer per jaar een Ridderkerk breed ouder-/ en kind activiteit aanbieden in de Gorzen, Reijerpark en Oosterpark.</p> <p>Een ouder- en kindactiviteit ontwikkelen bij de buitenspeelcampagne.</p> <p>Ouders via de scholen een informatieve flyer geven met tips over makkelijke manieren om thuis te bewegen (en met voorbeelden van gezondere tussendoortjes en/of lunches).</p>	<p>Crossfit, Skanders, Kicks, Go Health club, Mark Schouten, CJG (werven via consultatiebureau), Facet sportstimulering en Foodcompany en Voedselbank</p> <p>Mark Schouten, Crossfit, Personal fitness 4 you en Facet sportstimulering</p> <p>Buurtlab</p> <p>Diëtisten, Basisscholen, Fysiotherapie praktijken, CJG (flyer verspreiden), Foodcompany en Voedselbank</p>

Omgeving

Doelstelling	Idee	Partners
Gezondere Sportkantine.	<p>Zo veel mogelijk sportkantines zijn een Gezondere Sportkantine.</p> <p>Drinkwatercampagne bij sportaanbieders.</p> <p>VET GEZOND sluit in ieder geval één keer per jaar aan bij het Sportcafé.</p>	<p>Teamfit, Sportaanbieders met een eigen kantine, Commerciële sportkantines en Facet verenigingsondersteuners</p> <p>Sportaanbieders en Facet verenigingsondersteuners</p> <p>Teamfit</p>
Gezonde school.	<p>Scholen motiveren om mee te doen met De Gezonde School.</p> <p>Per jaar doet één basisschool mee met het “Samen gezonder” project waarin aandacht is voor bewegen, voeding en preventie.</p> <p>Smaaklessen aanbieden aan alle groepen 5 van de Ridderkerkse basisscholen. Een Smaakles is een les van 45 minuten welke gaat over bewegen, voeding en proeven van aparte soorten fruit.</p>	<p>Basisscholen, PCPO, OZHW, GPOWN, Gezonde School coördinator, CJG (via school jeugdverpleegkundige) en Facet sportstimulering</p> <p>CJG, Fysiotherapie Ridderkerk, basisscholen, Voedingsadviesbureau de Winter, lokale partners die zijn verbonden aan de school en Facet sportstimulering</p> <p>Basisscholen, Lokale supermarkten</p>

Vervolg: Omgeving

Doelstelling	Idee	Partners
<p>Vervolg: Gezonde School.</p>	<p>Gezondheidstour bij Van Gelder voor alle groepen 8 van de Ridderkerkse basisscholen. De tour duurt 2 uur en bestaat uit een rondleiding bij Van Gelder, een quiz en een smaakles.</p> <p>Gezondheidstour aanbieden voor ouders en kinderen van Foodcompany en Voedselbank.</p> <p>Eén keer per kwartaal naar alle basisscholen input sturen voor de nieuwsbrief m.b.t. water drinken en gezondere tussendoortjes met bijvoorbeeld leuke recepten.</p> <p>Met basisscholen informatie delen over verantwoorde voeding voor thuis en op school.</p> <p>Vier keer per jaar ouders via social media motiveren om water en gezondere tussendoortjes mee te geven naar school.</p>	<p>Van Gelder, Basisscholen</p> <p>Van Gelder, Foodcompany en Voedselbank</p> <p>Basisscholen, Voedingsadviesbureau de Winter</p> <p>CJG, Voedingscentrum, Basisscholen</p> <p>Basisscholen en CJG</p>
<p>Gezonde Werkvloer</p>	<p>Bedrijven motiveren en enthousiasmeren om mee te doen met De Gezonde Werkvloer.</p> <p>Fitcoins voor bedrijven.</p>	<p>Bedrijven, JOGG Nederland, Sportaanbieders, Lokale groente- en fruitleveranciers</p> <p>Bedrijven, It's My Life</p>



**Plan van Aanpak
2021 - 2023**