

“De invloed van sociale marketing strategieën op het bereik en effect van buurtgerichte interventies ter preventie van overgewicht bij kinderen in achterstandswijken.”

Net als elders in de wereld komt overgewicht en obesitas bij de jeugd in Nederland de laatste jaren steeds meer voor. Om dit probleem aan te pakken, richt men zich momenteel op de ontwikkeling van actieprogramma's, waarbij de focus ligt op een geïntegreerde buurtaanpak met behulp van zogeheten 'sociale marketing strategieën'. Deze strategieën zijn toegepast binnen het succesvolle Franse EPODE project (Ensemble, Prévenons l'Obésité Des Enfants).

Sociale marketing strategieën bereiken vrijwillige gedragsverandering door de behoeftes en wensen van de doelgroep als uitgangspunt te nemen en vanuit die inzichten het gewenste gedrag met behulp van een integrale aanpak te promoten. Hoewel het EPODE project succesvol was, ontbreekt het vooralsnog aan eenduidige evaluaties betreffende de effectiviteit van deze lokale geïntegreerde strategieën op basis van sociale marketing.

Het onderzoek tracht meer inzicht te verkrijgen in de effectiviteit van de sociale marketing strategieën door de toepassing hiervan in verschillende case-studies te monitoren en op basis van deze vindingen indicatoren te benoemen waarmee de sociale marketing aanpak geëvalueerd kan worden. Tot de cases behoren het 'Lekker Fit! Gezinsaanpak' in Rotterdam en de "Integrale aanpak overgewicht in Noordwest" in Utrecht project. Met behulp van de resultaten van deze onderzoeken, kunnen praktische instrumenten en formaten voortkomen die verder geïmplementeerd kunnen worden in andere regio's en voor een landelijke integrale aanpak voor gezond gewicht bij kinderen zorgen.

Naast de toepassing van sociale marketing strategieën zijn er natuurlijk ook andere aspecten belangrijk bij een integrale aanpak gericht op de preventie van overgewicht bij kinderen. Gezamenlijk met vier andere onderzoeken, die ook verrijkend en ondersteunend onderzoek doen naar de integrale aanpak van overgewicht op lokaal niveau, vormt dit onderzoek CIAO - het Consortium Integrale Aanpak Overgewicht. CIAO heeft het versterken van elementen van de integrale aanpak van overgewicht door het uitvoeren van onderzoek tot doel. Zie voor meer informatie www.ciao-onderzoek.nl