

## 'NOG VEEL TE WINNEN IN AANPAK GEZONDHEID VAN KINDEREN'

Er wordt veel onderzoek gedaan naar allerlei aspecten van overgewicht bij kinderen, maar de aanpak ervan blijft ingewikkeld. Wetenschappelijk gezien zijn er nog veel onduidelijkheden, en ook de uitvoering kent knelpunten. Dat bleek tijdens het CEPHIR-Seminar 'Overgewicht bij kinderen: resultaten uit wetenschap en praktijk', op 26 januari jl. Het seminar was georganiseerd vanwege de promoties van Anne Wijtzes (13 mei) en Selma Bouthoorn (3 maart) van de afdeling Maatschappelijke Gezondheidszorg van het Erasmus MC.

Het onderzoek van Anne en Selma is gedaan binnen het grootschalig geboortecohort van Generation R in Rotterdam. Zij hebben gekeken naar verschillen in sociaal-economische status (SES) en leefstijlgedragingen bij verschillende etnische populaties in Rotterdam, in relatie tot gezondheid en overgewicht bij kinderen. "Het idee bestaat dat SES en etniciteit een indirecte invloed hebben op gezondheid", vertelde **Anne Wijtzes**. "Kinderen van 6 jaar uit gezinnen met een lage SES spelen bijvoorbeeld minder vaak buiten en doen minder aan sport. Dat zien we ook bij bepaalde etnische groepen, met name Marokkaanse en Turkse kinderen. Deze kinderen nuttigen bovendien meer calorierijke snacks en zoete drankjes, en slaan vaker het ontbijt over. Ook werd gevonden dat deze kinderen een hogere BMI en een hogere vetmassa hebben."

Niet te verklaren

In het onderzoek hebben Anne en Selma ook gekeken naar factoren die kunnen verklaren waarom deze kinderen vaker ongunstige leefstijlgedragingen en vetuitkomsten hebben. "Maar veel van de gevonden verschillen zijn niet te verklaren met deze factoren", liet Wijtzes weten. Daarmee is niet duidelijk waar interventies zich op moeten richten. "Het verbeteren van de SES is sowieso heel moeilijk. En van de huidige interventies voor andere factoren weten we dat de effectiviteit laag is en kortdurend. Het blijft moeilijk om goede interventies te ontwikkelen."

Het valt bovendien niet mee om de beleidspraktijk af te stemmen op resultaten uit het onderzoek, betoogde **Cornelis Krul**, projectleider van Lekker Fit! Gezinsaanpak bij de gemeente Rotterdam. Er is tijdsdruk, er zijn praktische knelpunten en er spelen belangen bij verschillende betrokken partijen. "Bijvoorbeeld het betrekken van ouders bij een gezonde leefstijl van hun kinderen is een prachtige doelstelling, maar in ons project hadden we een jaar de tijd om interventies te ontwikkelen. Dat is een onmogelijke opdracht. In zo'n korte tijd lukt het niet om gedrag te veranderen. Er waren bovendien twee doelstellingen: meer water drinken en minder calorierijke tussendoortjes eten. Dat is te veel voor zo'n korte periode."

Te veel informatie

Andere knelpunten waren het vinden van vergelijkbare interventie- en controlescholen in Rotterdam, en het verwerken van alle informatie uit

vooronderzoeken. "In dit project waren veel mensen bezig met bureauonderzoek, trendonderzoek, wijkanalyses... Er was geen tijd om al die rapporten te lezen. Er was te veel informatie. Daardoor moet je werken met samenvattingen, factsheets en powerpoints. En als je met een onderzoek bijvoorbeeld verschillen vindt in etniciteit, dan ligt dat politiek gevoelig. Want het bestuur zegt: iedereen is Rotterdammer."

Toch hoeft die gevoeligheid geen belemmering te zijn, liet Krul weten. Hij maakte een vergelijking met supermarkt Albert Heijn: "Daar mag iedereen binnenkomen, maar AH is wel gericht op bepaalde doelgroepen. Dat is ook de insteek van onze interventie. Die is beschikbaar voor iedereen, maar wel duidelijk bedoeld voor specifieke doelgroepen."

De watercampagne is aangeslagen: op de twee interventiescholen drinken kinderen 100 ml minder zoete drankjes per dag (circa 250 pakjes minder per dag voor de ongeveer 500 kinderen). Het project leidde in 2014 tot een open access publicatie in de International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity ([www.ijbnpa.org](http://www.ijbnpa.org)).

#### Meer groente

Hoe verleid je ouders om hun jonge kinderen meer groente te geven? Daarover vertelde **Eiskje Clason**, interventieontwikkelaar bij Lekker Fit! Rotterdam. Uit onderzoek blijkt dat landelijk slechts 3 procent van alle 5-jarigen voldoende groente eet. Ruim de helft van alle 2-jarigen eet elke dag groente, maar gemiddeld wel te weinig. De meeste kinderen eten groente tijdens de avondmaaltijd, maar omdat kinderen dan moe zijn levert dat ouders vaak veel stress op.

Volgens de methodiek van sociale marketing en met de slogan 'Van groente groei je groot en sterk' is een zogeheten groentebbox ontwikkeld, met een uitsteekvormpje, stickers en een groeimeter. De boxen zijn bij Centra voor Jeugd en Gezin uitgedeeld aan ouders. "We wilden dat ouders groente aan hun kinderen gingen aanbieden als tussendoortje", vertelde Clason. "Kinderen eten overdag bijvoorbeeld zonder protest snoeptomaatjes of een stuk wortel of komkommer. Ook bij de CJG's stonden schaaltes met snackgroente, waar de kinderen van aten."

Clason kreeg een jaar voor de groentecampagne. Er zijn 442 groentebboxen verspreid aan ouders van kinderen (0-2 jaar) in de Rotterdamse deelgemeente Feijenoord. Daarna is onderzocht of ouders hun kinderen meer groente gaven, en of de kinderen meer groente aten. Clason: "Het bleek dat kinderen na 5 weken inderdaad meer groente aten, maar dat gebeurde ook in de controlegroep. De vragenlijst had hen waarschijnlijk ook op het idee gebracht. We denken nu dat praten over het onderwerp de ouders meer bewust maakt. De groentebbox is een middel om dat gesprek aan te gaan."

#### Dezelfde boodschap

**Michelle Stoel** en **Evelien Joosten** van de Dienst Gezondheid & Jeugd ZHZ vertelden over de aanpak in Dordrecht. Sinds 2012 is Dordrecht is een JOGG-

gemeente (Jongeren op Gezond Gewicht) en in Dordrecht-West loopt de campagne Doe ff Gezond, gericht op 0-23-jarigen en hun omgeving. "In die wijk heeft een derde van de jongeren overgewicht. Dat is ver boven het landelijk gemiddelde", liet Stoel weten. "In de aanpak werken veel partijen samen, zoals scholen, sportclubs, bedrijven, consultatiebureaus en de bibliotheek. Het is belangrijk dat iedereen rond een kind dezelfde boodschap uitdraagt."

Er zijn verschillende producten ontwikkeld, zoals een waterbeker, een 'waterliedje' op cd en een tuitje voor op de kraan. Verder is er veel aandacht voor gezond eten (bv. het project Smakelijke Moestuinen), water drinken en bewegen. Smakelijke Moestuinen is geëvalueerd en het resultaat is o.a. dat kinderen minder moeite hebben met smaak van groente, dat de helft van de ouders vaker groente als tussendoortje wil geven en dat meer ouders een eigen moestuintje hebben. "Ook veel pedagogisch medewerkers ervaren dat kinderen makkelijker groente eten", zei Joosten. "Met de drinkwatercampagne, die na een jaar is geëvalueerd, zien we dat meer leerlingen water drinken in de pauze en dat minder leerlingen een pakje sap drinken in de pauze."

De jaarlijkse fittesten en vragenlijsten op de basisscholen vonden najaar 2014 voor de vierde keer plaats. En hoewel niet op alle Doe ff Gezond-scholen evenveel succes is geboekt, is het overgewicht in Dordrecht-West in vier jaar tijd flink gedaald. JGZ-cijfers laten eenzelfde beeld zien: een daling van overgewicht in Dordrecht-West die niet te zien is in de rest van Dordrecht.

Steeds meer scholen doen mee aan de campagnes. "We zien een opgaande trend in inname van groenten en fruit, ontbijten en sporten. Maar helaas ontbijten en sporten in Dordrecht-West nog steeds minder kinderen dan in andere wijken in Dordrecht. We gaan daarom verder met de campagnes aan de slag, want er is nog veel winst te behalen, zeker op het gebied van gezonde voeding en het verminderen van zoete drankjes."

#### Aansluiten

De discussie ging onder meer over het verspreiden van kennis onder doelgroepen, zoals mensen met lage SES. Hoe kun je de informatie laten aansluiten bij zo'n doelgroep? Ouders vinden bijvoorbeeld vaak niet dat hun kind overgewicht heeft, dus een folder over overgewicht zullen zij niet lezen. Informatie over goed en voldoende eten zal hen wellicht meer aanspreken. Het is belangrijk om te blijven luisteren naar de doelgroep en wat hen beweegt. Ook het verspreiden van kennis onder de professionals kwam ter sprake. Dat gebeurt onder meer met seminars zoals van Cephir, en in andere netwerken. Zo wisselen JOGG-gemeenten ervaringen uit, zodat niet iedereen opnieuw het wiel hoeft uit te vinden. Als uitdaging werd nog wel genoemd het delen van kennis met andere partijen, zoals fysiotherapeuten, sportverenigingen en scholen. Het is in de praktijk lastig om lespakketten op scholen te krijgen en te zorgen dat die ook worden gebruikt. Behalve actief contact met scholen zou ook een medium als Youtube daarbij kunnen helpen. "Bedrijven weten heel goed hoe ze doelgroepen moeten bereiken. Daar kan de overheid van leren", was een laatste opmerking uit de zaal.

