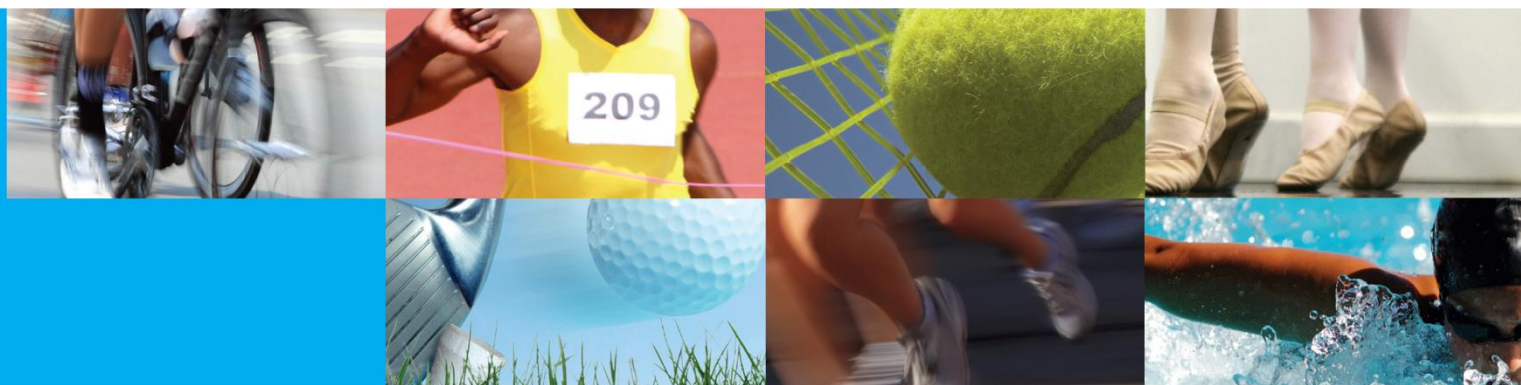




Evaluatie 'Fresh in de les' gemeente Amsterdam

Inzicht in de impact van de wijkinterventie 'Fresh in de les'

Dorine Collard

Vera Scholten

Evaluatie ‘Fresh in de les’ gemeente Amsterdam

Inzicht in de impact van de wijkinterventie ‘Fresh in de les’

in opdracht van gemeente Amsterdam

Dorine Collard & Vera Scholten

Mulier Instituut
sociaal-wetenschappelijk sportonderzoek

*Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht
T +31 (0)30 721 02 20 | I www.mulierinstituut.nl
info@mulierinstituut.nl | @mulierinstituut*

Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1. Aanleiding en theoretisch kader	9
2. Doelstelling	11
3. Methode	13
4. Beschrijving ‘Fresh in de les’ West	15
4.1 Doel en doelgroep	15
4.2 Activiteiten	15
4.3 Samenwerking	18
4.4 Investerings	18
5. Beschrijving ‘Fresh in de les’ Noord	19
5.1 Doel en doelgroep	19
5.2 Activiteiten	19
5.3 Samenwerking	21
5.4 Investerings	21
6. Evaluatie van ‘Fresh in de les’	23
6.1 Bereik van ‘Fresh in de les’	23
6.2 Adoptie en implementatie van ‘Fresh in de les’	24
6.3 Borging van ‘Fresh in de les’	31
6.4 Effecten van ‘Fresh in de les’	31
7. Conclusies en aanbevelingen	33
Bijlage I Interviewhandleiding projectleiders	39
Bijlage II Interviewhandleiding professionals	41
Bijlage III Vragenlijst	43
Bijlage IV Geïnterviewde professionals	47

Samenvatting

‘Fresh in de les’ is een preventieve wijkgerichte interventie om bewustwording te creëren, gezond gedrag te bevorderen en gezond gewicht bij kinderen en jongeren te verbeteren. De thema’s die aandacht krijgen zijn gezonde voeding, voldoende beweging en voldoende nachtrust. Bij de interventie zijn professionals, bewoners, ondernemers, ouders en ouder- en kindteams betrokken. ‘Fresh in de les’ wordt in stadsdeel Amsterdam-West sinds 2012 uitgevoerd en in stadsdeel Amsterdam-Noord sinds 2014. Het doel van dit onderzoek is om meer inzicht te krijgen in de impact van de interventie met behulp van het RE-AIM-model, waarbij het bereik, de adoptie, implementatie, borging en effectiviteit van ‘Fresh in de les’ zijn bepaald. De aspecten van het RE-AIM zijn onderzocht door middel van deskresearch, interviews met professionals, vragenlijsten voor professionals en participerende observaties.

In dit onderzoek wordt geconcludeerd dat professionals bereid zijn de interventie ‘Fresh in de les’ op zich te nemen en uit te voeren. Daarnaast blijkt dat de implementatie van de activiteiten ook goed loopt. De resultaten laten zien dat het borgen van de interventie nog niet succesvol is. De activiteiten worden na ‘Fresh in de les’ niet behouden. Ook het bereik van de doelgroep kan worden verbeterd. De doelgroep, vooral de ouders, worden nog maar moeilijk bereikt. Tot slot geeft minder dan de helft van de professionals aan dat zij redelijk tot behoorlijk zeker zijn dat de interventie tot bewustwording leidt. De verwachte impact van ‘Fresh in de les’ is dus redelijk, maar kan worden verbeterd.

In de toekomst zal ingezet moeten worden op het verbeteren van het bereik van de interventie, het verhogen van de effectiviteit en het stimuleren van borging van de interventie bij lokale professionals. Het bereik kan worden vergroot door ouders meer te betrekken, vaker het gesprek aan te gaan en de communicatie over de activiteiten te verbeteren. De effectiviteit kan worden verhoogd door de boodschap duidelijk over te brengen en de activiteiten goed te onderbouwen. Borging kan worden gestimuleerd door continue aandacht te besteden aan de gezondheidsthema’s en te focussen op een multidisciplinaire benadering. Om de interventie ‘Fresh in de les’ in de toekomst structureel te monitoren, is het belangrijk om een monitoringsplan op te zetten.

1. Aanleiding en theoretisch kader

Het percentage kinderen met overgewicht in Nederland is groot. In 2015 had 12 procent van de kinderen tussen de 4 en 20 jaar oud overgewicht, waarvan 3 procent obesitas. Jongens hebben iets vaker overgewicht dan meisjes. Dit blijkt uit de Gezondheidsmonitor 2015. Tussen 1981 (10%) en 2015 (12%) is een lichte stijging te zien in het percentage jongeren (4 tot 20 jaar) met overgewicht.

Ook in Amsterdam hebben veel kinderen overgewicht en/of obesitas, vooral in de stadsdelen West (25%) en Noord (22%). Zo heeft een op de drie (34%) tienjarige kinderen in Bos en Lommer overgewicht inclusief obesitas (2014-2015). In de Baarsjes, een andere wijk in Amsterdam-West, is het percentage tienjarigen met overgewicht inclusief obesitas 29 procent. Ook in stadsdeel Noord hebben veel kinderen last van overgewicht en/of obesitas. In de stadsdelen Noord-West, Oud-Noord en Noord-Oost is het percentage overgewicht inclusief obesitas van tienjarigen respectievelijk 21 procent, 25 procent en 20 procent. Deze gegevens zijn afkomstig van het Elektronisch kinddossier (KIDOS) (ggdgezondheidinbeeld.nl). Verschillende onderzoeken laten zien dat overgewicht en obesitas bij kinderen gevolgen heeft voor de gezondheid. Daarom is het belangrijk om het overgewicht bij kinderen te verminderen.

De Amsterdamse Aanpak Gezond Gewicht zet in op het voorkomen en terugdringen van overgewicht bij kinderen in Amsterdam. Het doel is dat het gemiddelde gewicht van Amsterdamse kinderen in 2033 niet meer in negatieve zin afwijkt van het landelijk gemiddelde. Om dit te bereiken zijn verschillende tussendoelen benoemd, zoals:

- In 2018 wijkt het gemiddelde gewicht van de Amsterdamse jeugd van 0-5 jaar niet negatief af van het landelijk gemiddelde;
- In 2023 wijkt het gemiddelde gewicht van alle kinderen in Amsterdam tot en met 10 jaar niet negatief af van het landelijk gemiddelde.

Om dit te bewerkstelligen worden in de gemeente Amsterdam allerlei activiteiten ter preventie van overgewicht uitgevoerd. Een van die preventieve interventies is 'Fresh in de les', dat als doel heeft om bij ouders en kinderen bewustwording te creëren over het belang van een gezonde leefstijl.

'Fresh in de les' is een preventieve wijkgerichte interventie, waarbij verschillende partners in de wijk met bewoners samenwerken om de bewustwording te vergroten. De thema's die aandacht krijgen zijn gezonde voeding, voldoende beweging en voldoende nachtrust. Tijdens de interventie komen professionals, bewoners, ondernemers, ouders en ouder- en kind teams een aantal weken lang in actie om bewustwording te creëren, gezond gedrag te bevorderen en daardoor bij te dragen aan het verbeteren van een gezond gewicht bij kinderen en jongeren. Er worden verschillende activiteiten georganiseerd op de (basis)school, na schooltijd en ook in de wijk. De doelgroep van de interventie is kinderen tussen de 0 en 12 jaar en hun ouders, waarbij de focus vooral is gericht op de kinderen en ouders in de basisschoolleeftijd. 'Fresh in de les' is een interventie die onderdeel is van de buurtaanpak Amsterdamse Aanpak Gezond Gewicht in de stadsdelen West en Noord. De interventie wordt per stadsdeel anders vormgegeven. In 2015 is door het raadslid Orhan Kajar een motie ingediend en is het college verzocht een wetenschappelijk onderzoek uit te voeren naar de wijkinterventie 'Fresh in de les'. Naar aanleiding van de motie heeft de gemeente Amsterdam het Mulier Instituut gevraagd onderzoek te doen naar de effecten van 'Fresh in de les'.

Theoretisch kader

Om de impact van de wijkinterventie 'Fresh in de les' te bepalen is in dit onderzoek gebruik gemaakt van het RE-AIM-model (Glasgow ea., 1999¹). RE-AIM staat voor *Reach, Effectiveness, Adoption, Implementation and Maintenance* (zie figuur 1). Verondersteld wordt dat een interventie alleen een impact kan hebben op gezondheid als de doelgroep bereikt wordt (*reach*), als de interventie door professionals wordt geadopteerd (*adoption*), als de interventie wordt geïmplementeerd zoals bedoeld (*implementation*), wanneer de interventie wordt geborgd (*maintenance*) en als de interventie effectief is (*effectiveness*). Als een van deze elementen niet wordt bereikt, zal de impact op gezondheid niet of slechts ten dele worden behaald. Kortom; al deze verschillende evaluatiedoelen zijn belangrijk om de impact van 'Fresh in de les' te bepalen en worden daarom in dit onderzoek meegenomen.

Figuur 1 RE-AIM-model¹



¹ Glasgow, R. E., Vogt, T., & Boles, S. M. (1999). Evaluating the public health impact of health promotion interventions: the RE-AIM framework. *American Journal of Public Health*, Vol. 89, No. 9, pp. 1322-1327.

2. Doelstelling

Het doel van het onderzoek is om meer inzicht te krijgen in de impact van de interventie ‘Fresh in de les’ door onderzoek te doen naar het bereik, de adoptie, implementatie, borging en effectiviteit van ‘Fresh in de les’ in de stadsdelen Amsterdam-Noord en Amsterdam-West.

Onderzoeksvragen hierbij zijn:

1. Welke activiteiten worden in de stadsdelen Amsterdam-Noord en Amsterdam-West uitgevoerd in het kader van ‘Fresh in de les’?

Bereik

2. Welke doelgroepen worden betrokken en wat is het bereik van deze activiteiten in de wijk?

Adoptie

3. Welke partners in de wijk werken samen in het kader van ‘Fresh in de les’?
4. Wat zijn de ervaringen, succesfactoren en verbeterpunten met betrekking tot de samenwerking binnen de preventieve interventie?

Implementatie

5. Worden de activiteiten binnen de interventie uitgevoerd zoals gewenst?
6. Wat zijn de ervaringen, succesfactoren en verbeterpunten met betrekking tot de uitvoering van ‘Fresh in de les’?

Borging

7. Worden de activiteiten na afronding van de interventie nog steeds voortgezet?
8. Wat zijn de randvoorwaarden die nodig zijn voor de borging van ‘Fresh in de les’ in de praktijk?

Effectiviteit

9. Zijn basisschoolkinderen en hun ouders in de wijk zich meer bewust van het belang van een gezonde leefstijl na het inzetten van ‘Fresh in de les’?
10. Wat zijn de overeenkomsten en verschillen van de interventie bij beide stadsdelen en wat kunnen de stadsdelen van elkaar leren?

3. Methode

Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen zijn in dit onderzoek verschillende onderzoeksmethoden gecombineerd.

- Deskresearch
- Interviews met de projectleiders, professionals en partners van 'Fresh in de les'
- Vragenlijst voor projectleiders, professionals en partners van 'Fresh in de les'
- Participerende observaties tijdens activiteiten van 'Fresh in de les'

Deskresearch en interviews projectleiders

Het is belangrijk om allereerst inzicht te krijgen in de middelen die worden ingezet en de activiteiten die worden uitgevoerd in het kader van de preventieve interventie 'Fresh in de les' in de twee stadsdelen. Met behulp van deskresearch en interviews met de projectleiders in Amsterdam-West en Amsterdam-Noord is de interventie per stadsdeel beschreven. In bijlage 1 is de interviewhandleiding voor de projectleiders terug te vinden. De interviews zijn uitgewerkt en teruggekoppeld naar de projectleiders voor feedback. De interventie is beschreven aan de hand van het doel, de doelgroep, de activiteiten, het bereik en de kosten.

Bij de projectleiders is nagegaan welke professionals en partners betrokken zijn bij de wijkinterventie. Een aantal betrokkenen zijn vervolgens geïnterviewd en alle betrokkenen hebben een vragenlijst ontvangen.

Participerende observaties

Naast de interviews zijn participerende observaties uitgevoerd. Bij vijf verschillende activiteiten heeft een onderzoeker geobserveerd om meer zicht te krijgen op de implementatie van de activiteiten en de ervaringen van de einddoelgroep (kinderen en ouders). De ervaringen die zijn opgedaan bij de observaties zijn meegenomen in de ontwikkeling van de interviewhandleiding en de vragenlijst voor professionals en partners. Daarnaast zijn de ervaringen in de beschrijving van de resultaten meegenomen.

Interviews professionals

Er zijn veertien semigestructureerde interviews gehouden met professionals die bij de interventie betrokken zijn. In de interviews is nagegaan wat voor activiteiten worden georganiseerd en of het de professionals lukt de activiteiten uit te voeren zoals gepland. Tevens is gevraagd wat de succesfactoren en verbeterpunten zijn met betrekking tot samenwerking en communicatie en hoe de interventie wordt geborgd. De interviewhandleiding voor professionals is te vinden in bijlage II. Voor een overzicht van de geïnterviewde professionals, zie bijlage IV. De interviews zijn per gesprek uitgewerkt. De belangrijkste resultaten van de interviews zijn samengevat en in deze rapportage beschreven.

Vragenlijsten

Om de resultaten van de kwalitatieve data te verrijken met een aantal kwantitatieve gegevens over de wijkinterventie 'Fresh in de les', hebben 49 betrokken projectleiders, professionals en partners een online vragenlijst ontvangen. Voor de vragenlijst, zie bijlage III. In totaal zijn 31 personen aan de vragenlijst begonnen en hebben 29 personen de vragenlijst volledig ingevuld. Van de respondenten is 45 procent betrokken bij 'Fresh in de les' in stadsdeel Noord en 55 procent in stadsdeel West. De vragenlijst is vooral ingevuld door uitvoerders van activiteiten, projectleiders, oudercontactmedewerkers, directies van scholen, vakdocenten lo en buurtpraktijkteams. Ook zijn enkele professionals betrokken als ouder- en kindadviseur, beweegmanager, sportmakelaar of bewoner.

De antwoorden van de vragenlijst zijn anoniem verwerkt en de belangrijkste resultaten zijn samengevat en in deze rapportage beschreven.

Leeswijzer

De resultaten van het onderzoek staan beschreven in hoofdstuk 4, 5 en 6. In hoofdstuk 4 en 5 is per stadsdeel ingegaan op wat het doel en de doelgroep van de interventie is, welke activiteiten binnen de interventie worden uitgevoerd, welke partners hierbij samenwerken en wat de investering per jaar is om 'Fresh in de les' uit te voeren. Gegevens zijn verkregen via deskresearch en interviews met de projectleiders van 'Fresh in de les'. In hoofdstuk 6 wordt aan de hand van de resultaten van de interviews, vragenlijst en participerende observaties meer inzicht gegeven in de impact van de interventie. Om de impact van de interventie te bepalen is in deze studie gebruik gemaakt van het RE- AIM-model. Er is nagegaan wat het bereik (*Reach*) van de interventie is. Daarnaast is onderzoek gedaan naar de mate van adoptie (*Adoption*), implementatie (*Implementation*), borging (*Maintenance*) van de activiteiten en de ervaring van de professionals met betrekking tot de effecten of opbrengsten (*Effectiveness*) van de interventie. In het laatste hoofdstuk (hoofdstuk 7) worden de belangrijkste conclusies op een rijtje gezet en aanbevelingen gedaan.

4. Beschrijving ‘Fresh in de les’ West

In 2012 is stadsdeel West begonnen met ‘Fresh in de les’. De interventie loopt in dit stadsdeel dus al een aantal jaar en vindt plaats in twee wijken: de Baarsjes en Bos en Lommer. De activiteiten worden vanuit de buurt opgezet en bedacht in samenspraak met buurtpraktijkteams, ouder- en kindadviseurs en basisscholen. Buurtpraktijkteams zijn in de wijk aanwezig om de veiligheid te vergroten en het pedagogisch klimaat op straat te verbeteren. Deze teams inventariseren welke problemen in de verschillende buurten spelen en wegen af naar welke thema’s aandacht gaat. Daardoor is ‘Fresh in de les’ in stadsdeel West geen standaardprogramma. Jaarlijks vinden een maand lang verschillende activiteiten plaats. Gezonde voeding, bewegen en slapen zijn terugkerende thema’s, maar niet de enige onderwerpen. In 2016 is het thema ‘gezond gebit’ aan de interventie toegevoegd nadat bleek dat de verzorging van het gebit van de jeugd in deze wijken niet voldoende was. Verschillende thema’s op het gebied van gezondheid kunnen bij ‘Fresh in de les’ worden ondergebracht. Dit heeft tot gevolg dat de activiteiten in het kader van de interventie niet ieder jaar hetzelfde zijn en aangepast worden aan de behoefte in de wijk.

4.1 Doel en doelgroep

Het voornaamste doel van ‘Fresh in de les’ in stadsdeel West is het creëren van bewustwording op het gebied van verschillende gezondheidsthema’s (zoals gezonde voeding, voldoende bewegen en slapen). Daarnaast beoogt de interventie om de (gezondheids)problemen in de wijk bespreekbaar te maken en in gesprek te gaan met samenwerkingspartners, scholen, buurtbewoners, kinderen, jongeren en andere partijen die actief zijn in de buurt.

De doelgroep van ‘Fresh in de les’ in stadsdeel West bestaat uit kinderen, jongeren, ouders en buurtbewoners. Er zijn activiteiten voor kinderen, jongeren, alleen voor volwassenen of voor kinderen én volwassenen.

4.2 Activiteiten

Alle activiteiten die in de maand mei in het kader van de interventie worden uitgevoerd, staan beschreven in een programmaboekje. Buurtpraktijkteams en partners verspreiden de programmaboekjes van ‘Fresh in de les’ in de wijk. Communicatie vindt ook plaats via Facebook, waar ter promotie foto’s en filmpjes van de activiteiten worden geplaatst. Als kinderen naar de activiteiten komen, wordt geprobeerd om ouders die met de kinderen meekomen ook aan te spreken. Deze gesprekken gaan bijvoorbeeld over gezonde leefstijl, het belang van water drinken en over subsidieregelingen voor contributie van een sportclub.

‘Fresh in de les’ is geen standaardinterventie die ieder jaar hetzelfde is. Per jaar wordt een inventarisatie gemaakt van de problemen die op dat moment in de wijk spelen. Hier worden de activiteiten op aangepast. Daarnaast wordt ieder jaar bekeken welke wijken de meeste aandacht nodig hebben zodat de activiteiten in die wijken kunnen plaatsvinden.

De activiteiten in het kader van 'Fresh in de les'

In 2016 vinden verschillende activiteiten plaats voor kinderen en ouders. Deze activiteiten worden georganiseerd door partners in de wijk, die daarvoor een financiële vergoeding ontvangen. Voor kinderen worden sport- en beweegactiviteiten (zoals ochtendgymnastiek en het Fresh Feest) georganiseerd door West Beweegt, afdeling Sport. Activiteiten op het gebied van gezonde voeding zoals Cookzz en Soepsteen worden in de wijk georganiseerd. Ook op het thema slapen worden een aantal activiteiten georganiseerd zoals de Leesclub en *Bed time stories* waar verhalen worden gelezen over belang van een gezonde leefstijl. Er zijn naast activiteiten voor kinderen ook verschillende activiteiten voor ouders. Zo wordt door de Buurtkamer Gulden Winckel een buikdansenles georganiseerd voor vrouwen. Ook vindt een netwerkbijeenkomst plaats voor vrouwen met als doel om in gesprek te gaan over de drie thema's. Om sport te promoten, worden aan ouders coupons uitgedeeld om een aantal keer gratis te sporten bij een sportaanbieder in West. Ook wordt in de actieperiode actief gewezen op de mogelijkheden van het Jeugdsportfonds. Een overzicht van alle activiteiten die in 2016 worden georganiseerd, is weergegeven in tabel 1. De activiteiten die worden ingezet zijn ontstaan vanuit de praktijk. Daarnaast probeert de interventie zoveel mogelijk aan te haken bij bestaande initiatieven in de wijk.

Tabel 1 Activiteiten stadsdeel West 2016

Activiteit	Omschrijving	Thema	Doelgroep
Breakdance/ Breakin' battle	Kinderen leren (straat)dansen op muziek.	Bewegen	Kinderen
Fresh Feest/ Beweeg je fit/ Lekker bewegen	Verschillende beweegactiviteiten op een openbare plaats zoals voetbal en luchtkussen.	Bewegen	Kinderen
Ochtendgymnastiek/ Fresh Flash	Op speelplein bewegen en dansen op muziek.	Bewegen	Kinderen
Penalty shootout	Kinderen oefenen strafschoppen en ouders kunnen thee krijgen.	Bewegen	Kinderen en ouders
Pingpong Challenge	Tafeltennis-instituutmiddag georganiseerd door tafeltennisvereniging TV Amsterdam.	Sport	Kinderen
Kindersportuurtje	Verschillende sporten in het Erasmuspark door Harmony Sport.	Bewegen	Kinderen
Slenteren in het park	Bewoners en professionals ontmoeten elkaar en komen in gesprek.	Bewegen	Kinderen en ouders
Wandelen door de Baarsjes	Wandeltocht door de wijk georganiseerd voor ouders.	Bewegen	Ouders
Buikdansen	In de buurtkamer gaan vrouwen samen buikdansen.	Bewegen	Ouders
Trainen voor de Colour Run	Conditie trainen door middel van hardlopen.	Bewegen	Kinderen en ouders
Cookzz/ Girlzz/ Gezonde Koffietafel	Verschillende soorten smoothies maken.	Voeding	Kinderen
Fastfood	Kinderen leren zelf vegetarisch fastfood te maken dat lekker en gezond is.	Voeding	Kinderen
Gezonde Lunch bij Homeland	Kinderen wordt gevraagd een gezonde lunch mee te nemen.	Voeding	Kinderen
Verschillende kookworkshops	Er wordt geleerd hoe je gezond (en lekker) kunt koken en gezonde hapjes kunt maken (met een beperkt budget).	Voeding	Kinderen en ouders

Vervolg tabel 1 Activiteiten stadsdeel West 2016

Activiteit	Omschrijving	Thema	Doelgroep
Soepsteen	Interactieve theatervoorstelling over het maken van gezonde soep.	Voeding	Kinderen
Advies gezonde voeding	Een diëtiste geeft advies over gezonde voeding en gaat in gesprek met ouders.	Voeding	Ouders
Tai Chi	Bewegen door middel van Tai Chi-oefeningen.	Bewegen	Ouders
Voetbaltoernooi	Verschillende potjes voetbal worden gespeeld.	Bewegen	Kinderen
Eigen bedtijdverhaal schrijven	Kinderen leren een bedtijdverhaal te schrijven dat later wordt voorgelezen.	Slapen	Kinderen
Leesclub/ <i>Bed time stories</i> in buitenlucht	Boekjes en verhalen lezen over eten, bewegen en slapen	Voeding, bewegen, slapen	Kinderen
Gezondheidsdag	Er wordt informatie gegeven over voeding en gezondheid door onder andere een tandarts.	Voeding, bewegen, slapen	Kinderen en ouders
Buurtcamping	Kinderen, ouders en bewoners overnachten op een plein, lezen verhalen en staan op met een gezond ontbijt en ochtendgymnastiek.	Voeding, bewegen en slapen	Kinderen en ouders, bewoners
Openbare fietsles	Fietsles voor vrouwen	Bewegen	Kinderen en ouders
Weerbaarheidstraining	Kinderen leren steviger in hun schoenen te staan.	Bewegen	Kinderen
Buurtfeest	Bewoners kunnen spullen kopen en verkopen.		Kinderen en ouders
Voorlezen wijkagent	De wijkagent leest een verhaal voor en daarna naar huis / slapen	Slapen	Kinderen
Droomkussens maken	Kinderen gaan kussens maken	Slapen	Kinderen
Vrouwenfit netwerkochtend	Ouders bespreken drie thema's: voeding, bewegen en slapen	Voeding, bewegen, slapen	Ouders

Tijdens de activiteiten wordt gepromoot dat de activiteiten in het kader van 'Fresh in de les' worden georganiseerd. Op de locatie van de activiteit zijn banners en vaak ook posters van 'Fresh in de les' aanwezig. Op de posters wordt bijvoorbeeld uitgelegd hoeveel calorieën in een pizza of in chips zitten en hoe lang je moet fietsen of lopen om dat weer te verbranden.

Daar waar mogelijk probeert 'Fresh in de les' aan te haken bij de activiteiten die reeds worden georganiseerd. Bij deze activiteiten wordt dan extra aandacht gegeven aan de thema's van 'Fresh in de les' namelijk gezonde voeding, voldoende bewegen en voldoende slapen. Er zijn ook activiteiten die speciaal in het kader van 'Fresh in de les' worden georganiseerd zoals het Fresh Feest. De activiteiten zijn voor iedereen toegankelijk.

4.3 Samenwerking

De activiteiten in het kader van 'Fresh in de les' worden georganiseerd door verschillende betrokken organisaties in de wijken, zoals sport- en beweegaanbieders, voedingsdeskundigen en jongerencentra. In 2016 is samengewerkt met de volgende partijen: Kunstsmaak, Harmony Sport, Buurtkamer Gulden Winckel, Cordaan, Kees en Koos, IJdockzz, ABC, Ivoren Kruis, een diëtiste, tandarts, The Mall VTC, politie, Bookstore Homeland, Mix voor kids, Foodscout, Sterk in Eten, BOOZ, Chassé Dance Studio en EH Health Education.

4.4 Investing

De investeringen in 'Fresh in de les' in stadsdeel West zijn in tabel 2 weergegeven. De beweegactiviteiten worden georganiseerd in samenwerking met West Beweegt. Deze afdeling Sport van Stadsdeel West organiseert in het stadsdeel sportactiviteiten voor kinderen, jongeren en volwassenen. De kosten voor externe partijen zijn kosten voor organisaties die worden ingehuurd, maar ook kosten voor inzet vanuit betrokkenen uit de buurt. Ter promotie zijn posters, boekjes, coupons en vlaggen besteld. Ook wordt dit jaar (2016) een promotiefilm gemaakt. In totaal is de investering 50.000 euro per jaar.

Tabel 2 Overzicht investering 'Fresh in de les' West

Kostenpost	Bedrag inclusief BTW
Projectleider	€9.000,-
Beweegactiviteiten	€8.000,-
Kosten externe partijen	€20.000,-
Huur accommodaties	€800,-
Promotiefilm	€5.000,-
Promotiematerialen	€8.000,-
Totaal	€50.000,-

5. Beschrijving ‘Fresh in de les’ Noord

Stadsdeel Noord is, in tegenstelling tot West, in 2014 pas begonnen met de interventie ‘Fresh in de les’. In stadsdeel Noord wordt ‘Fresh in de les’ georganiseerd in de Vogelbuurt, IJpleinbuurt en de Waterlandpleinbuurt. De Vogelbuurt en IJpleinbuurt vormen samen Oud-Noord. In Oud-Noord heeft ‘Fresh in de les’ tot nu toe tweemaal plaatsgevonden en in de Waterlandpleinbuurt vindt het dit jaar voor de derde keer plaats. De interventie wordt aangepast aan de behoefte van de wijk en is dus in de wijken verschillend. In beide wijken worden een maand lang activiteiten in het kader van ‘Fresh in de les’ georganiseerd. In totaal zijn er dus per jaar twee projectmaanden. De projectleider van ‘Fresh in de les’ inventariseert welke thema’s in de wijk aandacht nodig hebben. Uit deze inventarisatie blijkt dat vooral de thema’s voeding, bewegen en slapen aandacht vragen. In het kader van ‘Fresh in de les’ worden verschillende partners in de wijk gevraagd een bijdrage te leveren binnen de eigen activiteiten die in de interventieperiode worden uitgevoerd. Tijdens de uitvoering van de activiteiten wordt veel belang gehecht aan een positieve benadering van de probleemthema’s in de wijk.

5.1 Doel en doelgroep

Het doel van ‘Fresh in de les’ in stadsdeel Noord is om gezondheid op de agenda te zetten van inwoners en partners uit de buurt en om hen op een plezierige manier bewuster te maken van een gezonde leefstijl. De interventie is gericht op basisschoolkinderen en hun ouders in de bovengenoemde wijken. De nadruk ligt hierbij op de ouders. De verwachting is dat ouders ook naar activiteiten voor de kinderen toekomen. Op deze manier wordt geprobeerd om ouders via de kinderen te bereiken.

5.2 Activiteiten

Bij de start van de interventie in 2014 duurden de activiteiten in het kader van ‘Fresh in de les’ een week. Op dit moment worden in stadsdeel Noord per jaar twee projecten georganiseerd. Dit houdt in dat gedurende één maand activiteiten in de Waterlandpleinbuurt worden georganiseerd en gedurende één maand in Oud-Noord. Alleen dit jaar (2016) zijn de activiteiten verspreid over drie maanden. In verband met de Ramadan zijn de sport- en beweegactiviteiten apart georganiseerd van de activiteiten rondom voeding en slapen. De activiteiten worden gecommuniceerd via posters die via scholen en partners in de wijk worden verspreid. Tijdens activiteiten worden filmpjes gemaakt die op YouTube worden geplaatst. Als kinderen naar de activiteiten komen, worden ouders die meegaan naar de activiteit ook aangesproken.

De activiteiten in het kader van ‘Fresh in de les’

De interventie haakt aan bij de activiteiten die door partners in de wijk worden georganiseerd. Via ‘Fresh in de les’ is het mogelijke deze activiteiten uit te breiden en meer aandacht te geven aan de thema’s bewegen, voeding en slapen. Ook in stadsdeel Noord, evenals in West, is de interventie geen standaardprogramma. Ieder jaar wordt bekeken welke nieuwe activiteiten kunnen worden opgepakt en welke bestaande activiteiten kunnen worden aangepast. De projectleider bepaalt welke activiteiten worden georganiseerd. Betrokken professionals kunnen bij de projectleider ideeën aandragen voor activiteiten.

Tijdens de activiteitenperiode worden sportlessen en verschillende sport- en spelactiviteiten georganiseerd. Kinderen kunnen meedoen met streetdance, freerunning, bootcamp, en de vechtsporten Wushi en Tai Chi. Verder wordt door middel van kookworkshops en een interactief theater voorlichting

gegeven over voeding en opvoeding. Tijdens de voorlichting worden veel voorkomende situaties nagebootst en wordt besproken hoe hiermee om te gaan. De activiteiten voor kinderen vinden plaats op school tijdens de gymles en op de speelpleinen na schooltijd. Voor ouders worden de activiteiten in de ouderkamers van scholen georganiseerd maar ook in het Huis van de Wijk (zoals de voorstelling Kophonger, kookworkshops en interactief theater). De activiteiten zijn, indien in een openbare ruimte georganiseerd, voor iedereen toegankelijk. Een overzicht van alle activiteiten die in 2015 zijn georganiseerd, is weergegeven in tabel 3. De activiteiten van 2016 zijn niet beschreven omdat nog niet alle activiteiten bekend zijn.

Tabel 3 Activiteiten stadsdeel Noord 2015

Activiteit	Omschrijving	Thema	Doelgroep
Smoothies workshop	Ouders leren gezonde smoothies maken met groente, fruit, noten, zuivel en kruiden.	Voeding	Ouders
Workshop gezonde voeding	Ouders bezoeken met een diëtiste een supermarkt en krijgen uitleg over voedingsmiddelen en een gezonde leefstijl.	Voeding	Ouders
Workshop koken met groente	De kok van Resto van Harte leert ouders koken met groente en een diëtiste geeft informatie over gezonde en gevarieerde maaltijden.	Voeding	Ouders
Kookworkshop stichting Andishe	Ouders leren met een klein budget een gezonde maaltijd te koken onder leiding van een diëtist.	Voeding	Ouders
Kophonger	Interactief theater waarbij acteur zijn ervaring deelt in de strijd tegen overgewicht.	Voeding	Ouders
Interactief theater	Acteurs spelen scènes over het thema (op)voeding die vervolgens worden besproken.	Voeding	Ouders
Voorlichting	Diëtisten geven op verschillende scholen voorlichting over (gezond) ontbijt.	Voeding	Ouders en kinderen
Slaap je fit quiz	Een quiz met vragen over goede slaapgewoonten en de gevolgen van slechte slaapgewoonten.	Slapen	Kinderen en ouders
Lichtjesfeest	Feest in samenwerking met diverse partners voor de kinderen en ouders uit de wijk/buurt.	-	Kinderen en ouders
Freerunning	Een baan met hindernissen waar kinderen tijdens de gymles overheen moeten springen.	Bewegen	Kinderen
Bootcamp	Actief bewegen waarbij allerlei oefeningen worden gedaan met het lichaam tijdens de gymles.	Bewegen	Kinderen
Wushu/ Tai Chi	Kinderen leren Thaise zelfverdedigings- en vechtechnieken tijdens de gymles.	Bewegen	Kinderen
Streetdance	Kinderen gaan straatdansen op muziek tijdens de gymles.	Bewegen	Kinderen
Sportdag	Scholen zijn gestimuleerd om een sportdag te organiseren waar 'Fresh in de les' aanvullende activiteiten regelde zoals klimwand, luchtkussen.	Bewegen	Kinderen

Een voorbeeld van een activiteit dat is gericht op het thema gezonde voeding is de voorstelling Kophonger die wordt georganiseerd voor ouders. De voorstelling wordt uitgevoerd door een man die voorheen ernstig overgewicht had. Het publiek wordt geconfronteerd met een herkenbaar verhaal, een verhaal dat bij velen dagelijks zichtbaar is. Naast de activiteiten gericht op voeding, wordt ook gezonde

voeding gepromoot. Plaatselijke winkeliers worden gevraagd om gezonde producten in hun aanbiedingen op te nemen. ‘Fresh in de les’ maakt dan een flyer met de acties voor gezonde producten. Voor het thema slapen wordt aandacht gevraagd tijdens de Slaap Je Fit Quiz. Deze quiz wordt zowel voor ouders als kinderen georganiseerd door de slaappoli van het Slotervaart ziekenhuis. Ouders en kinderen kunnen door middel van een rode of groene kaart aangeven of ze denken dat een stelling over slapen (in relatie tot gezondheid en prestaties) wel of niet waar is. Actieve bewoners en zelforganisaties worden benaderd en aan hen wordt ook gevraagd om een bijdrage aan de gezonde boodschap te leveren. Zij krijgen ondersteuning van het projectteam. Als deze partijen enthousiast zijn om gezonde leefstijl vaker op de agenda te zetten, kunnen ze doorstromen naar de *community* interventie. Tot slot lopen verschillende ervaringsdeskundigen van Sciandri, Dock en het stadsdeel Noord af en toe avondrondes om met ouders en kinderen over de drie thema’s in gesprek te gaan .

5.3 Samenwerking

De activiteiten in het kader van ‘Fresh in de les’ worden georganiseerd door verschillende betrokken organisaties in de wijken, zoals sport- en beweegaanbieders, horeca en gezondheidsbevorderaars. In 2015 is samengewerkt met de volgende partijen: Wijsneus, Combiwel, Tinteltuyn, Cordaan, SPIN, Jump-In/GGD, Andishe, DOCKzz, KDO Gymnastiek, Ouderkamers, Ouder-Kind-Centrum, Pancration, Sciandri, Streetmotion, Winkeliers Waterlandplein en Stadsdeel Noord. Om niet alleen kinderen te bereiken, maar ook ouders bij de activiteiten te betrekken, worden onder andere oudercontactmedewerkers binnen de interventie ingezet. De oudercontactmedewerker is het aanspreekpunt binnen de ouderkamer, een plek voor ontmoeting en uitwisseling tussen ouders, school en kind. Het Ouder-Kind-Centrum (OKC) speelt hierbij een belangrijke rol door ouders, verzorgers, kinderen en jongeren informatie en advies over gezondheid, opvoeding en opgroeien te geven.

5.4 Investing

De investering voor ‘Fresh in de les’ in het stadsdeel Noord wordt weergegeven in tabel 4. In stadsdeel Noord wordt het project volledig uitbesteed. De investering per wijk bestaat uit een projectleider (€23.800), algemene ondersteuning uitvoering project (€500), beweegactiviteiten (€4.000), activiteiten op het gebied van voeding (€3.000), huur accommodaties (€500) en promotiematerialen (€2.000).

De algemene ondersteuning bij de uitvoering van het project wordt door de projectleider gedaan. Het budget voor de beweegactiviteiten gaat naar sport- en spelactiviteiten voor basisschoolkinderen (op school en op speelpleinen) zoals freerunning, streetdance en dansexpressie. Daarnaast worden beweegactiviteiten voor ouders gestimuleerd. De kosten voor de activiteiten voor gezonde voeding gaan naar verschillende workshops en de inzet van een diëtiste. Voor een aantal onderdelen wordt accommodatie gehuurd. Om de bekendheid van ‘Fresh in de les’ te vergroten wordt promotiemateriaal gebruikt zoals flyers, ‘give aways’ en certificaten. In totaal worden per jaar twee projectmaanden georganiseerd. In totaal is de investering 67.600 euro per jaar.

Tabel 4 Overzicht begroting ‘Fresh in de les’ Noord

Kostenpost	Bedrag inclusief BTW
Investering ‘Fresh in de les’ Waterlandpleinbuurt	€33.800,-
Investering ‘Fresh in de les’ Oud-Noord	€33.800,-
Totale investering ‘Fresh in de les’ stadsdeel Noord	€67.600,-

6. Evaluatie van ‘Fresh in de les’

In dit hoofdstuk worden de resultaten per onderdeel van het RE-AIM-model weergegeven gebaseerd op de gegevens uit de interviews met professionals, de vragenlijsten en de participerende observaties.

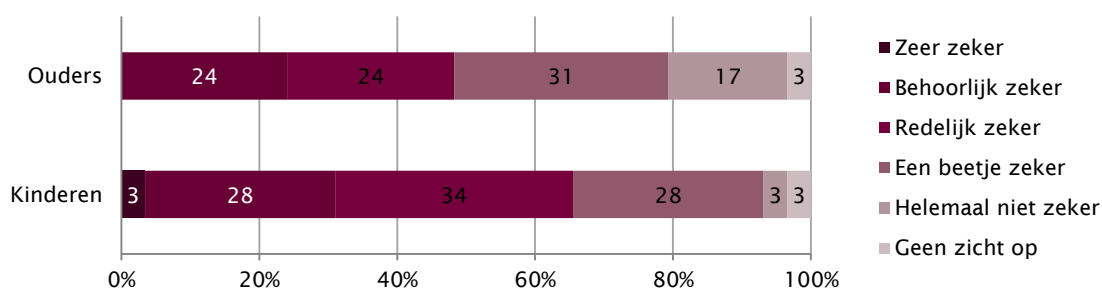
6.1 Bereik van ‘Fresh in de les’

In de interviews is gevraagd of de betrokkenen het gevoel hebben met de interventie de doelgroep te bereiken die moet worden bereikt. Uit de interviews blijkt dat het lastig is om de doelgroep te bereiken die de interventie echt het meeste nodig heeft. Dit kan komen door de taal, culturele verschillen, mensen die geïsoleerd leven of sociale problematiek. Sommige gezinnen hebben andere en grotere problemen dan gezondheid. Hierdoor ligt de focus niet op het verbeteren van een gezonde leefstijl. Er wordt geconcludeerd dat toch vaak de ‘actieve’ kinderen en ouders op de activiteiten afkomen. Activiteiten vinden onder andere plaats op speelpleinen. De kinderen en ouders die al op deze speelpleinen aanwezig zijn, doen aan de activiteiten mee. Soms blijkt dat ouders en kinderen niet speciaal naar het speelplein toekomen voor de activiteiten.

“Sommige ouders zie je weinig. Die komen sowieso al weinig naar school of in de buurt. Dat een aantal ouders moeilijk te bereiken is, zie je ook op school, zoals bij rapportbesprekingen. Aan met name de participatie van ouders en het bewust opvoeden van kinderen is nog wel eens een tekort.” Stadsdeel Noord

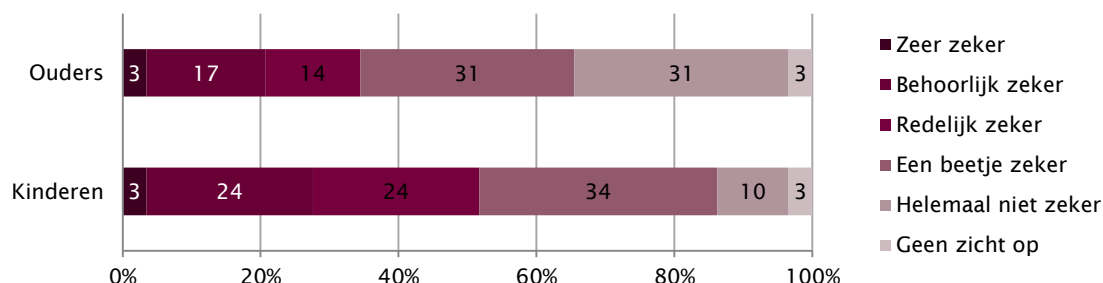
Ook uit de vragenlijst blijkt dat de professionals niet zeker zijn dat de doelgroep wordt bereikt. Van de professionals is 17 procent helemaal niet zeker of de ouders worden bereikt (zie figuur 2). Dit is een stuk hoger vergeleken met kinderen, waar slechts 3 procent helemaal niet zeker is of kinderen worden bereikt.

Figuur 2 Beoordeling of ‘Fresh in de les’ de doelgroep (ouders en kinderen) bereikt die zij wil bereiken (in procenten; n=29)



Bij de vraag of de doelgroep wordt bereikt die er het meeste behoefte aan heeft, scoren wederom ouders wat minder goed (zie figuur 3). Een derde van de professionals is helemaal niet zeker of de ouders worden bereikt die er de meeste behoefte aan hebben. Bij kinderen is dit 10 procent. Uit de resultaten van de vragenlijsten blijkt dat over de opkomst bij activiteiten drie kwart van de professionals (zeer) tevreden is en 7 procent hierover ontevreden is (niet in figuur). Volgens professionals is het altijd lastig om de mensen te bereiken die dit het meeste nodig hebben.

Figuur 3 Beoordeling of 'Fresh in de les' de doelgroep (ouders en kinderen) bereikt die er de meeste behoefte aan hebben (in procenten; n=29)



Het bereik wordt in stadsdeel Noord geregistreerd door bij te houden hoeveel deelnemers per activiteit aanwezig zijn. De activiteiten worden met name op en rond school georganiseerd waardoor veel kinderen aanwezig zijn (verplichting van de school). Met de beweegactiviteiten wordt een grote groep kinderen bereikt (913 kinderen bij freerunning, 861 kinderen bij streetdance). Met de workshops worden per activiteit tussen de 50 en 90 ouders bereikt. Met het interactief theater zijn 191 ouders bereikt en de Slaap Je Fit Quiz is door 412 kinderen en ouders gedaan. In totaal zijn in stadsdeel Noord in het jaar 2015 in ieder geval 2212 kinderen en 565 ouders bereikt.

In stadsdeel West worden deelnemersaantallen niet geregistreerd. Binnen het stadsdeel West is bewust gekozen om de deelnemersaantallen niet bij te houden. De projectleider geeft aan dat het niet gaat om zo veel mogelijk kinderen en ouders te bereiken, maar om met kinderen en ouders in gesprek te gaan. Uit de observaties en de interviews blijkt dat de activiteiten wisselend worden bezocht. De locatie van de activiteit kan volgens de geïnterviewden hierbij een rol spelen. Soms is de opkomst vijf tot twintig personen, bij een grotere activiteit voor de hele wijk kunnen ook 100 kinderen en ouders komen. Doordat er geen deelnemersaantallen worden geregistreerd, kunnen we geen uitspraken doen over het bereik van de interventie in stadsdeel West.

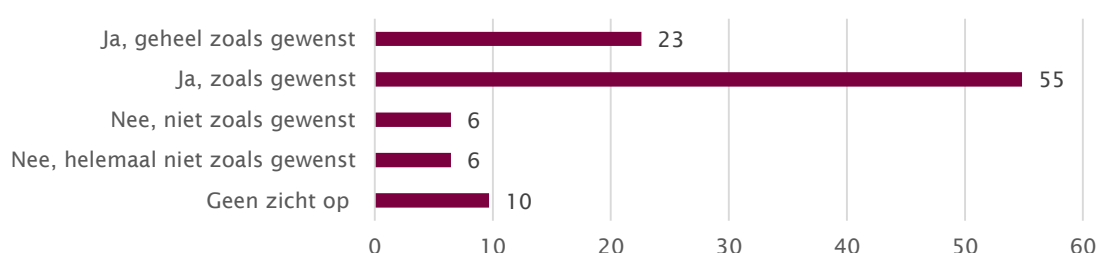
6.2 Adoptie en implementatie van 'Fresh in de les'

De uitvoering van 'Fresh in de les' is door de jaren heen veranderd. De interventie begon klein (in één buurt in stadsdeel West) vanuit de afdeling Jeugd en Veiligheid. Er werden avondrondes gelopen met lokale professionals, waarbij problemen in de wijk werden signaleerd. Deze professionals kennen de buurt en de bewoners, en weten wat er speelt. Tijdens die avondrondes werd het gesprek aangegaan met bewoners over de problemen die speelden. Op die manier werden ouders bewust gemaakt van het gedrag en het effect daarvan op de gezondheid en leerprestaties van het kind. Vervolgens is de interventie groter geworden, verspreid over meerdere wijken in West en is de interventie inmiddels ook gestart in stadsdeel Amsterdam-Noord. In stadsdeel West is de uitvoering van de interventie verplaatst naar de afdeling Sport van de gemeente Amsterdam. In Amsterdam-Noord wordt de interventie uitbesteed. Om het gesprek aan te kunnen gaan en om kennis en bewustwording bij de bewoners te bevorderen, is het belangrijk dat professionals bekend zijn met de dynamiek en achtergrond van de bewoners in de wijk. Wanneer externen worden ingezet voor de uitvoering van de interventie, is het lastig om met bewoners in gesprek te komen over gezondheidsthema's. Waar voorheen de nadruk van de interventie lag op de lokale en integrale benadering met lokale professionals, is de focus meer

verschoven naar de uitvoering van de activiteiten en workshops. De activiteiten worden aangeboden waarbij de integrale benadering een kleine rol speelt.

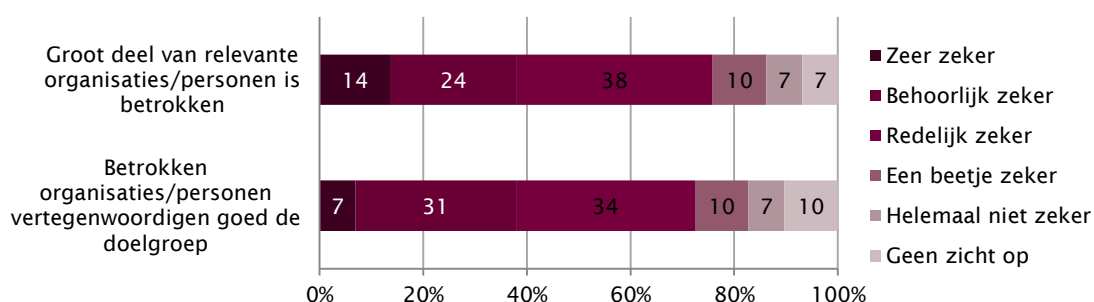
In de vragenlijsten zijn de activiteiten die in het kader van 'Fresh in de les' worden uitgevoerd en de uitvoering van de activiteiten beoordeeld met een gemiddeld rapportcijfer van 7,6 (n=31). Volgens het merendeel van de professionals (78%) worden de activiteiten uitgevoerd zoals gewenst (zie figuur 4).

Figuur 4 In hoeverre de activiteiten zoals gewenst verlopen (in procenten; n=31)



De meeste professionals denken dat een groot deel van de relevante organisaties/personen betrokken zijn bij de uitvoering van 'Fresh in de les' en dat de betrokken organisaties/personen de doelgroep goed vertegenwoordigen (zie figuur 5).

Figuur 5 Beoordeling of een groot deel van de relevante organisaties/personen betrokken is bij de uitvoering van 'Fresh in de les' en of betrokken organisaties/personen de doelgroep goed vertegenwoordigen (in procenten; n=29)



Succesfactoren

- Vormgeving van de activiteiten

Uit de interviews met professionals komt naar voren dat zij van mening zijn dat de combinatie van kennis delen en zelf aan de slag gaan met activiteiten goed werkt. Op deze manier vinden ouders en kinderen activiteiten leuk. Zij kunnen zelf ontdekken en ervaren. Bij sommige activiteiten kunnen kinderen ook werkelijk iets concreets maken wat zij vervolgens mee naar huis kunnen nemen om te laten zien (zoals een stuk kaas of verse pasta).

Een andere succesfactor is dat de activiteiten van ‘Fresh in de les’ gratis zijn. Dit maakt de activiteiten toegankelijk en laagdrempelig. Voor het slagen van de activiteit is het tot slot nog belangrijk dat de activiteiten aansluiten bij de denkwijze en gewoonten van de doelgroep.

“Ik heb bij de diëtiste aangegeven dat als ze producten meeneemt, ze naar de Aldi moet gaan. Want de ouders kopen de boodschappen voornamelijk hier bij de Aldi en bij de AH de goedkope producten.”
Stadsdeel Noord

- Begrip en respect voor elkaars cultuur

Wanneer de professionals/workshopleiders de cultuur van de bewoners kennen en begrijpen, heeft dit volgens de geïnterviewden een positief effect. De professionals vinden dan aanknopingspunten om over te praten en de bewoners voelen zich begrepen. Dit is een goede basis om het gesprek over een gezonde leefstijl aan gaan.

“De culturen, als je daar meer over weet, bereik je ook de mensen. Het is van belang dat iemand die voorlichting geeft, veel over culturen weet en dat ook laat blijken in de workshop. Dan voelen ouders zich gehoord/begrepen.” Stadsdeel Noord

- Inzet van lokale professionals

Lokale professionals die al in de wijk actief zijn, weten welke problemen in de wijk spelen en kennen de achtergrond van ouders en kinderen. Hierdoor komen zij gemakkelijker in gesprek met de bewoners dan bijvoorbeeld oproepkrachten. Daarnaast zijn de lokale professionals na de ‘Fresh in de les’ periode nog actief in de wijk en kunnen zij die boodschap het hele jaar door uitdragen. Wanneer van oproepkrachten gebruik wordt gemaakt, is het belangrijk dat zij vooraf goed worden geïnstrueerd en achteraf betrokken zijn bij de evaluatie.

“Dat is lastig aan uitzendkrachten: vaak kennen ze de namen van kinderen ook niet, ze kennen de dynamiek niet. We hebben veel ogen en oren in de wijk, maar ze zien niet de dingen die we zouden willen zien. Het is lastig om uitzendkrachten daar ook op in te praten. Ik denk dat het echt alleen werkt met mensen die de buurt al kennen en er ook blijven.” Stadsdeel West

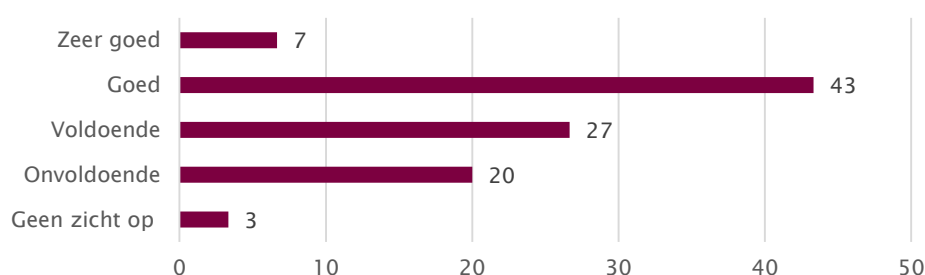
Verbeterpunten

- Communicatie naar doelgroep

Verschillende professionals geven aan dat de communicatie over de activiteiten naar de doelgroep toe een belangrijk verbeterpunt voor de interventie is. Volgens de geïnterviewden zijn alleen flyers en boekjes niet voldoende om de mensen aan te zetten naar de activiteiten te komen. Daarnaast wordt aangegeven dat het programmaboekje en/of de flyer vaak niet bij de doelgroep terecht komt. Persoonlijke benadering is hierbij belangrijk. Het gaat dan met name over de communicatie van activiteiten op pleinen, buurthuizen, bibliotheek etc. De activiteiten die op scholen worden uitgevoerd, bereiken de doelgroep wel goed. Daarnaast wordt aangegeven dat de informatie in de flyers en de boekjes niet altijd even duidelijk is. Dit betreft locatie, tijden maar ook wat de activiteit precies inhoudt. Voor een goed bereik zouden bijvoorbeeld scholen en buurtorganisaties meer betrokken kunnen worden bij de communicatie over de activiteiten die buiten scholen plaatsvinden.

Uit de vragenlijsten blijkt dat 20 procent van de professionals de communicatie van activiteiten richting de doelgroep als onvoldoende beoordeelt (zie figuur 6). Alleen professionals die betrokken zijn vanuit stadsdeel West geven de communicatie van activiteiten richting de doelgroep een onvoldoende. Volgens respondenten kan de communicatie eerder plaatsvinden en gericht. Ze geven als tip om een strategisch (marketing- of communicatie)plan te maken.

Figuur 6 Beoordeling van communicatie van activiteiten richting de doelgroep (in procenten; n=30)



- Overdracht boodschap ‘Fresh in de les’ tijdens activiteiten

De boodschap van ‘Fresh in de les’ wordt volgens de geïnterviewden soms wel en soms helemaal niet overgebracht. Tijdens het interactief theater of de zogenaamde ‘slaapquiz’ wordt de boodschap expliciet benoemd. Er zijn echter ook een aantal activiteiten georganiseerd waar dit niet het geval is. Dit blijkt uit zowel de interviews als observaties. Bij deze activiteiten komen de thema’s gezonde voeding, voldoende bewegen en voldoende slaap niet of nauwelijks terug. Om dit te verbeteren zou bij de start van de activiteiten een toelichting moeten worden gegeven over de thema’s en het belang van een gezonde leefstijl. Ook viel op dat de thema’s niet bij alle professionals die de activiteiten uitvoeren bekend zijn. Soms worden tegenstrijdige boodschappen gegeven. Zo blijkt bijvoorbeeld uit de observaties dat tijdens een ‘Fresh in de les’ activiteit pizza’s werden besteld. Sommige activiteiten zijn vooral opgezet om plezier te beleven aan bijvoorbeeld bewegen, maar missen een concrete boodschap. Uit de resultaten van de vragenlijsten komt naar voren dat volgens 10 procent van de professionals de boodschap van ‘Fresh in de les’ tijdens de activiteiten onvoldoende wordt benadrukt (n=31). Verder vindt 30 procent dat dit voldoende gebeurt en 60 procent dat de boodschap van ‘Fresh in de les’ tijdens de activiteiten (zeer) goed wordt benadrukt. Volgens de professionals is de boodschap van de activiteiten voor deelnemers niet altijd duidelijk.

- Vaardigheden professionals

Het streven van ‘Fresh in de les’ is om met name het gesprek aan te gaan met buurtbewoners over gezonde voeding, voldoende bewegen en voldoende slapen. Het idee is om tijdens de Fresh-activiteiten met kinderen en ouders te spreken over een gezonde leefstijl met behulp van een positieve benadering. Het blijkt dat de professionals het lastig vinden hierover met kinderen en ouders in gesprek te gaan. In stadsdeel West is dit jaar voor het eerst een *briefing* georganiseerd voor professionals waarin zij handvatten ontvingen voor het aangaan van een gesprek over de thema’s. In de toekomst is het belangrijk dat de professionals vaardigheden leren om ook daadwerkelijk een gesprek te beginnen, de boodschap overtuigend te brengen en gezondheid te bevorderen.

- Focus op multidisciplinaire aanpak en samenwerking van professionals in de wijk

Om de problemen in de wijk, zoals overgewicht, aan te pakken zijn een integrale benadering en samenwerking in de wijk belangrijk. Door de tijd heen is de aandacht verschoven van de multidisciplinaire kleinschalige lokale aanpak naar een grootschaliger meer *top-down* aanpak. Het is van belang dat lokale professionals met elkaar samenwerken om de problemen aan te pakken.

“Een voorbeeld is het Fresh Feest, hierbij staat ieder zijn eigen ding te doen. Dan is de samenwerking tussen lokale professionals minder omdat de focus heel erg ligt op de uitvoering van de activiteiten. Men vergeet daar die focus met elkaar te maken om dezelfde boodschap uit te dragen. Partijen zouden moeten samenwerken in plaats van ieder hun eigen activiteit doen.” Stadsdeel West

- Onderbouwing van activiteiten

Om met de activiteiten het beoogde effect te bereiken, is een goede onderbouwing van de activiteiten van belang. Wat is het doel van de activiteit, op welke doelgroep is het gericht, op welk werkend mechanisme wordt ingespeeld en welke activiteiten passen daar het beste bij? Tot slot kan de vraag gesteld worden wat de meerwaarde van de activiteiten is ten opzichte van wat al in de stad wordt georganiseerd. Communiceer de doelen ook naar de uitvoerders van de activiteit. Wanneer deze doelen duidelijk zijn, kan hier per activiteit gericht op worden geëvalueerd.

“Fresh is een goed middel om gezonde leefstijl onder de aandacht te brengen, maar je moet per activiteit goed nadenken waarom je het doet en wat je ermee wil bereiken. De laatste jaren is het geworden tot: ‘we hebben iemand die wat wil doen, dat kunnen we op de flyer zetten.’ Er wordt niet nagedacht welke doelgroep je wil bereiken, én als die doelgroep er is, hoe je het gesprek aangaat. De activiteit is een middel en lijkt nu een doel op zich geworden.”

Stadsdeel West

‘Fresh in de les’ beoogt met een korte actieperiode een structurele verandering. Er kan na worden gedacht hoe dit kan worden bereikt. De interventie kan bijvoorbeeld bijdragen aan het creëren van draagvlak wat vervolgens kan leiden tot een structurele verandering, bijvoorbeeld in de vorm van beleid (zoals beleid over wat wordt gegeten en gedronken).

- Kwaliteit boven kwantiteit

De afgelopen jaren is de interventie in beide stadsdelen steeds gegroeid en uitgebreid, maar dit is vooral het geval in het stadsdeel West waar het aantal activiteiten is toegenomen. Het is van belang om na te denken over hoe de kwaliteit van de activiteiten wordt bewaakt. De geïnterviewde professionals geven aan dat het niet mogelijk is om bij alle activiteiten als professionals aanwezig te zijn en het gesprek aan te gaan met de bewoners.

“Het is te groot geworden. Het is lastig om bij alle activiteiten mensen te regelen die het gesprek aan kunnen gaan. Te veel activiteiten in een te korte tijd. Er zijn dagen dat er vijf activiteiten zijn. Vroeger was het vijf per week. Je kan beter een paar dingen doen en die heel goed doen. De juiste mensen betrekken, goed voorbereiden en uitvoeren, elkaar aanspreken en goed evalueren.” Stadsdeel West

Samenwerking

Volgens de geïnterviewde professionals verlopen de samenwerking en afstemming binnen de wijkinterventie 'Fresh in de les' goed. De lijnen met de projectleiders zijn kort en er is openheid in de communicatie. De samenwerking met de gemeente Amsterdam binnen de wijkinterventie 'Fresh in de les' is via de vragenlijsten als zeer positief beoordeeld. Gemiddeld krijgt dit aspect van de professionals een 8,0 als rapportcijfer (n=30). De samenwerking met andere professionals binnen de wijkinterventie scoort een half punt lager. De communicatie met de gemeente Amsterdam over de interventie is beoordeeld met gemiddeld een 7,4 en de communicatie met andere professionals scoort wederom iets lager (7,0; n=30).

Succesfactoren

- Openheid

De geïnterviewde professionals ervaren openheid bij de communicatie. Professionals kunnen samen met de projectleiders sparren en brainstormen en het contact is laagdrempelig.

- Eén aanspreekpunt

De meeste geïnterviewden geven aan één aanspreekpunt te hebben en dat als prettig te ervaren. Hierdoor weten zij wie ze voor vragen moeten benaderen.

- Korte lijnen

Uit de interviews blijkt dat de lijnen met de projectleiders kort zijn en taken goed worden afgestemd tussen de projectleider, professionals en uitvoerders.

- Communicatie ruim voor een activiteit

De geïnterviewden vinden het prettig dat ruim op tijd over een activiteit wordt gecommuniceerd. Hierdoor hebben de professionals genoeg tijd om alle zaken te regelen.

- (Kleine) successen benoemen en delen

Het benoemen van (kleine) successen kan volgens de geïnterviewden andere betrokkenen bij de interventie enthousiast maken.

“Het moet ook leuk zijn voor mensen die zowel komen als het organiseren. Dat doe je door dingen te benoemen: ‘ik zag kinderen helemaal opleven, dat een kind naar me toe kwam en zei dat hij een bruine boterham ging eten.’ Kleine successen delen en enthousiasme van anderen delen. Je voelt dan ook waarvoor je het doet, ziet meteen resultaat.” Stadsdeel West

Verbeterpunten

- Werken vanuit een gemeenschappelijke focus

Volgens de geïnterviewden is het tijdens 'Fresh in de les' belangrijk dat de neuzen van de professionals één kant op staan: dat ze samenwerken om de problemen in de wijk aan te pakken. Wanneer ze gezamenlijk aan één probleem werken, zal het effect groter zijn dan wanneer iedere professional met zijn eigen aandachtsgebied bezig is. Daarbij is het belangrijk dat de boodschap nog meer vanuit verschillende kanten wordt gecommuniceerd, bijvoorbeeld ook vanuit andere programma's.

"De kracht van 'Fresh in de les' zit in één maand de boodschap duidelijk overbrengen met activiteiten en daarna op de achtergrond door de professionals door laten lopen. Als je het goed inzet, leer je professionals vanuit de gemeenschappelijke focus te werken in plaats van allemaal hun eigen stukje te doen." Stadsdeel West

- Communicatie naar uitvoerders

Uit de interviews en observaties komt naar voren dat professionals op de locaties van activiteiten niet altijd op de hoogte zijn van de activiteiten. Voorbeelden hiervan zijn dat bij de school niet bekend was dat er een activiteit op het plein bij de school werd uitgevoerd en dat bij de bibliotheek niet bekend was dat er die middag in het kader van 'Fresh in de les' werd voorgelezen. Wanneer deze communicatie goed is geregeld, voelen de professionals op de locatie zich meer betrokken en kunnen zij bijvoorbeeld ook de activiteiten promoten. Een dag of een week voor de activiteit een reminder sturen of even langsgaan, brengt de activiteit en de thema's weer onder de aandacht.

- Aanhaken bij bestaande organisaties/activiteiten

Uit de interviews blijkt dat er kansen liggen bij organisaties die al in de wijk activiteiten organiseren. Door te communiceren kan worden afgestemd dat gedurende de actieperiode van 'Fresh in de les' de activiteiten van andere organisaties aansluiten bij de thema's van 'Fresh in de les'. Dit gebeurt al deels, maar er zijn nog meer mogelijkheden. Een voorbeeld hiervan is afstemming met Sciandri, dat in veel gemeenten het sportbuurtwerk uitvoert.

Partners die betrokken kunnen worden

Volgens de geïnterviewden zijn sportverenigingen kansrijke partners voor 'Fresh in de les'. Tot nu toe worden sportverenigingen nog maar weinig bij de interventie betrokken. Andere partijen die volgens de geïnterviewden (meer) bij de interventie betrokken kunnen worden, zijn jongerenorganisaties (zoals jongerenwerk Dock en speeltuinvereniging Spin). Daarnaast kan meer ingezet worden op publiek-private samenwerking. Ondernemers/supermarkten kunnen producten aanleveren/sponsoren in het kader van 'Fresh in de les'. Ook kunnen zij hun marketing aanpassen op 'Fresh in de les' door in de actieperiode gezonde producten onder de aandacht te brengen.

In de vragenlijst zijn professionals ook gevraagd aan te geven welke partners nog meer bij 'Fresh in de les' betrokken kunnen worden. Volgens respondenten kunnen de GGD, ouder- en kindadviseurs en het onderwijs explicieter betrokken worden bij Fresh in de les. Ook kunnen migrantenorganisaties (meer) bij de interventie betrokken worden. Verder wordt het idee geopperd om een rolmodel (bijvoorbeeld een bekende Nederlander) te betrekken om een gezonde leefstijl te promoten.

6.3 Borging van ‘Fresh in de les’

De activiteiten van ‘Fresh in de Les’ vinden één of twee maanden per jaar in de wijk plaats. Om ook in de andere maanden aandacht te hebben voor gezonde leefstijl in de wijk is het van belang dat de boodschap wordt geborgd. De boodschap dient continu onder de aandacht te worden gebracht bij de doelgroep, maar ook bij de professionals. Een aanjager kan ervoor zorgen dat de lokale professionals het hele jaar door samen gefocust zijn op de thema’s in de wijk.

“Als je het goed wilt neerzetten en zo groot, dan denk ik dat je hier bijna een projectleider fulltime op kan zetten. Die kan het hele jaar door in gesprek gaan met ondernemers en professionals die in de wijk aan het werk zijn. In gesprek gaan over wat die maand wordt gedaan en dat afstemmen met professionals. Op locaties kleine multidisciplinaire teams maken en bespreken wat de focus zal worden (wat zijn de problemen). En dat ze dan met elkaar programma’s maken. Je hebt iemand nodig die dat voortdurend aanjaagt.” Stadsdeel West

Om de interventie te borgen is volgens de geïnterviewden tijd nodig voor een goede voorbereiding, afstemming, uitvoering van de activiteiten en evaluatie. Om hier tijd in te kunnen steken, is geld nodig. Daarnaast vragen ondernemers geld om activiteiten te organiseren. Workshops die tijdens ‘Fresh in de les’ door ondernemers worden gegeven, vinden daarbuiten ook plaats maar dan zijn ze niet gratis toegankelijk. Om deze activiteiten laagdrempelig en toegankelijk te maken voor de doelgroep van ‘Fresh in de les’, is gratis toegang belangrijk.

6.4 Effecten van ‘Fresh in de les’

Om inzicht te krijgen in de effecten en opbrengsten van de activiteiten is aan de betrokken professionals ook gevraagd welke opbrengsten zij van de interventie ervaren. Volgens de geïnterviewden zijn de activiteiten van ‘Fresh in de les’ vooral effectief bij ouders. Geïnterviewden denken dat ouders door de activiteiten bewuster worden van hun gedrag en de effecten daarvan op gezondheid. Het gaat dan wel om ouders die vaak al bezig zijn met gezondheid. Of de activiteiten uiteindelijk ook tot verandering van gedrag leiden, vinden geïnterviewden moeilijk te zeggen. Volgens veel geïnterviewden is gedragsverandering een proces van een lange adem. De activiteiten vinden maar in een korte periode plaats. Geïnterviewden vragen zich af hoelang die boodschap blijft hangen.

Over de effectiviteit van de activiteiten bij kinderen zijn geïnterviewden minder zeker. De gedachte is dat kinderen (op de korte termijn) meer gaan bewegen door de activiteiten. Verder is wel lichte gedragsverandering waarneembaar. Het is lastig te zeggen of dat gedrag alleen of mede door ‘Fresh in de les’ is veranderd. De professionals zijn van mening dat vooral de ouders bij de interventie betrokken moeten worden omdat zij bepalen wat het kind eet, hoeveel hij/zij beweegt en slaapt.

“Ik heb wel de indruk dat mede door Fresh in de les er meer water en minder zoete drankjes worden gedronken (maar dat is ook een van de speerpunten van ons Jump In programma). Bij sommige groepen werkt het heel goed, en bij andere groepen is dat nog een beetje minder. Steeds meer kinderen komen met gezonde traktaties (met fruit) in plaats van allerlei chips en lekkernijen die minder gezond zijn.” Stadsdeel Noord

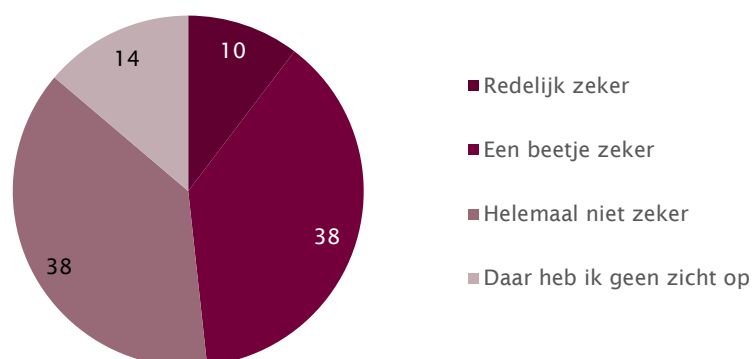
Uit de vragenlijsten blijkt dat 'Fresh in de les' volgens de meeste professionals de mogelijkheid biedt om het gesprek aan te gaan over een gezonde leefstijl. Slechts 10 procent is hier helemaal niet zeker over. Of 'Fresh in de les' vervolgens ook daadwerkelijk leidt tot verandering bij de doelgroep in bewustwording, attitude of 'eigen effectiviteit' ten aanzien van een gezonde leefstijl, zijn de meningen verdeeld (zie tabel 5). 'Eigen effectiviteit' houdt in dat ouders of kinderen in staat zijn om te doen wat zij zich hebben voorgenomen. Dit gaat bijvoorbeeld over of het de ouders lukt om een gezonde maaltijd klaar te maken voor hun kind. Overwegend is 35 tot 40 procent van de professionals redelijk of behoorlijk zeker dat 'Fresh in de les' leidt tot verandering in bewustwording, attitude of eigen effectiviteit en 50 tot 60 procent is hier een beetje of helemaal niet zeker over.

Tabel 5 Beoordeling of 'Fresh in de les' leidt tot verandering bij de doelgroep in bewustwording, attitude en 'eigen effectiviteit' ten aanzien van een gezonde leefstijl (in procenten; n=29)

	Bewustwording	Attitude	Eigen effectiviteit
Behoorlijk zeker	14	7	7
Redelijk zeker	27	28	24
Een beetje zeker	31	34	38
Helemaal niet zeker	21	24	24
Geen zicht op	7	7	7

De helft van de professionals is een beetje of redelijk zeker dat 'Fresh in de les' leidt tot concrete gedragsverandering (zie figuur 7). Van de respondenten is 40 procent hier helemaal niet zeker over. Enkele respondenten geven aan dat een actieperiode eens per jaar te weinig is om mensen bewust te maken van de thema's van Fresh in de les. Daarnaast wordt aangegeven dat verandering in leefpatroon een langzaam proces is.

Figuur 7 Beoordeling of 'Fresh in de les' leidt tot concrete gedragsverandering bij de doelgroep ten aanzien van een gezonde leefstijl (in procenten; n=29)



7. Conclusies en aanbevelingen

De impact van een interventie is afhankelijk van verschillende factoren. Om de impact van 'Fresh in de les' te bepalen, is in dit onderzoek gekeken naar het bereik van de interventie, de adoptie en implementatie van de activiteiten en de borging en effectiviteit van de interventie (figuur 8). Hierbij is tevens gevraagd naar succesfactoren en verbeterpunten om de interventie verder te kunnen ontwikkelen. De gegevens zijn verzameld met behulp van interviews, vragenlijsten en participerende observaties.

Figuur 8 RE-AIM-model²



Hieronder worden de belangrijkste conclusies beschreven aan de hand van de geformuleerde onderzoeksvragen.

Welke activiteiten worden er in de stadsdelen Amsterdam-Noord en West uitgevoerd in het kader van 'Fresh in de les'?

In hoofdstuk 4 en 5 worden het doel, de doelgroep, de interventie en de investering van 'Fresh in de les' per stadsdeel beschreven. 'Fresh in de les' wordt in stadsdeel West sinds 2012 uitgevoerd en in stadsdeel Noord sinds 2014. Er worden in stadsdeel West en Noord veel verschillende activiteiten georganiseerd voor kinderen en ouders. De activiteiten worden specifiek georganiseerd in wijken waar overgewicht een groot probleem is. Zij vinden plaats op school, na school en op pleinen in de wijk en zijn met name gericht op de thema's bewegen en voeding. Activiteiten met het thema slapen worden wat minder vaak georganiseerd. Opvallend is dat de boodschap van 'Fresh in de les', namelijk gezonde voeding, voldoende bewegen en voldoende slapen bij veel activiteiten vaak niet expliciet wordt besproken. De activiteiten worden allemaal in één maand georganiseerd zodat die hele maand de wijk in het teken staat van 'Fresh in de les'. In beide stadsdelen worden verschillende activiteiten

² Glasgow, R. E., Vogt, T., & Boles, S. M. (1999). Evaluating the public health impact of health promotion interventions: the RE-AIM framework. *American Journal of Public Health*, Vol. 89, No. 9, pp. 1322-1327.

georganiseerd, vaak in samenwerking met lokale initiatieven. In stadsdeel Noord worden bestaande activiteiten die reeds in de wijk worden uitgevoerd vooral opgeschaald. Terwijl in stadsdeel West de activiteiten door de professionals in de wijk worden bedacht.

Bereik

Welke doelgroepen worden betrokken en wat is het bereik van deze activiteiten in de wijk?

De doelgroep van de interventie in stadsdeel West zijn kinderen, jongeren, ouders en buurtbewoners. In stadsdeel Noord is de interventie vooral gericht op ouders van basisschoolkinderen en basisschoolkinderen zelf. Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat het lastig is om de doelgroep te bereiken die de interventie echt het meest nodig heeft. Activiteiten op de basisscholen bereiken alle kinderen, omdat kinderen verplicht zijn om naar school te gaan. Bij de activiteiten op de speelpleinen, in de wijk en buurthuizen is het lastiger om alle kinderen en ouders te bereiken. 31 procent van de professionals is niet zeker of een beetje zeker dat de kinderen worden bereikt. De professionals zijn van mening dat met de interventie ouders minder goed bereikt worden dan de kinderen. 48 procent van de professionals is niet zeker of een beetje zeker dat ouders bereikt worden. In stadsdeel Noord wordt het aantal deelnemers geregistreerd en werden in 2015 2212 kinderen en 565 ouders met de interventie bereikt. In stadsdeel West worden geen deelnemersaantallen geregistreerd. De communicatie van de activiteiten naar de doelgroep wordt over het algemeen als voldoende beoordeeld. Volgens de professionals in stadsdeel West is de communicatie naar de doelgroep onvoldoende. Geadviseerd wordt om een strategisch communicatieplan te maken en de doelgroep meer persoonlijk te benaderen.

Adoptie

Welke partners in de wijk werken samen in het kader van 'Fresh in de les'?

Er zijn verschillende organisaties in de wijken betrokken bij de interventie. Hierbij valt te denken aan sport- en beweegaanbieders, buurtkamers, jongerencentra, politie, GGD en Ouder-Kind-Centrum. Daarnaast zijn ook een aantal commerciële organisaties bij de interventie betrokken die verschillende activiteiten, workshops en voorstellingen organiseren. Professionals geven aan dat in de toekomst ook andere organisaties nog betrokken kunnen worden zoals sportverenigingen, Jeugdsportfonds en jongerenorganisaties. Daarnaast kan nog meer worden ingezet op de samenwerking tussen publiek en private organisaties. Tot slot wordt door de professionals benoemd dat het belangrijk is om nog beter aan te sluiten bij de reeds bestaande initiatieven die in de wijk plaatsvinden.

Wat zijn de ervaringen, succesfactoren en verbeterpunten met betrekking tot de samenwerking binnen de preventieve interventie?

Over het algemeen wordt de samenwerking als zeer goed ervaren. De samenwerking met de gemeente wordt door de professionals met het cijfer 8 beoordeeld. Ook de samenwerking met professionals binnen de wijkinterventie wordt positief beoordeeld (cijfer 7,5). Om de interventie te laten slagen is het met name belangrijk om één aanspreekpunt en korte lijnen in de organisatie te hebben. Een verbeterpunt hierbij is dat het nodig is om ruim op tijd te communiceren naar professionals en uitvoerders over de geplande activiteiten. Ook het werken vanuit een gemeenschappelijke focus blijft bij de interventie een belangrijk aandachtspunt.

Implementatie

Worden de activiteiten binnen de interventie uitgevoerd zoals gewenst?

De activiteiten binnen de interventie worden uitgevoerd zoals gepland. De uitvoering van de activiteiten wordt met een gemiddeld rapportcijfer van 7.6 beoordeeld. Met name in stadsdeel Noord geven de professionals aan dat de activiteiten geheel zoals gewenst worden uitgevoerd. Twee derde van de professionals is behoorlijk zeker dat de professionals in staat zijn de activiteiten goed uit te voeren. Er zou meer aandacht moeten zijn voor de vaardigheden van professionals om ook werkelijk in gesprek te gaan met de doelgroep over een gezonde leefstijl. Het gesprek aanknopen tijdens de activiteiten gebeurt nu te weinig. Een training voor professionals zou een mogelijkheid kunnen zijn om deze vaardigheden aan te leren.

Wat zijn de ervaringen, succesfactoren en verbeterpunten met betrekking tot de uitvoering van 'Fresh in de les'?

De interventie 'Fresh in de les' wordt over het algemeen goed uitgevoerd. De activiteiten die worden uitgevoerd, zijn vaak een combinatie van kennis delen en zelf aan de slag gaan. Dit is wat de doelgroep erg aanspreekt. Daarnaast zijn de activiteiten laagdrempelig en toegankelijk voor iedereen, wat erg belangrijk is voor het slagen van de interventie. Een aantal verbeterpunten wordt ook benoemd. Ten eerste, om het gesprek met de doelgroep aan te gaan is vertrouwen nodig. Lokale professionals die in de wijk actief zijn en weten welke problemen in de wijk spelen, zijn daardoor de ideale partners om de activiteiten mee uit te voeren. Zij kunnen gemakkelijker het gesprek beginnen in tegenstelling tot de professionals die eenmalig in de wijk een activiteit uitvoeren. Daarnaast zijn zij ook buiten de periode, waarin de 'Fresh in de les' activiteiten worden georganiseerd, in de wijk betrokken om het met de bewoners over een gezonde leefstijl te hebben. Ten tweede dient bij de uitvoering van de interventie meer nadruk te liggen op de thema's gezonde voeding, voldoende bewegen en voldoende slapen. De boodschap overbrengen en in gesprek gaan is tijdens de activiteiten van essentieel belang om bewustwording te verbeteren. Tot slot zijn de activiteiten die worden ingezet niet theoretisch onderbouwd. Om met de activiteiten het beoogde effect te bereiken, bewustwording en uiteindelijk verandering van gedrag, is een goede onderbouwing van belang. Er dient beter nagedacht te worden over wat het doel van de activiteit is en op welke manier (via welk werkzame mechanisme) dit doel wordt bereikt.

Borging

Worden de activiteiten na afronding van de interventie nog steeds voortgezet?

De activiteiten van 'Fresh in de les' vinden gedurende één maand in het jaar plaats. De activiteiten worden na de Fresh-maand niet voortgezet. Er wordt geprobeerd om de boodschap van de interventie te borgen door lokale professionals te stimuleren de thema's het gehele jaar terug te laten komen. Iedereen is van mening dat het nodig is de thema's continu onder de aandacht te brengen en dat één maand niet voldoende is om bewustwording te creëren.

Wat zijn de randvoorwaarden die nodig zijn voor de borging van 'Fresh in de les' in de praktijk?

De lokale professionals staan open om meer met de thema's te doen, maar hiervoor zijn middelen zoals tijd en financiën nodig. Daarnaast is een aanjager nodig die het thema continu onder de aandacht brengt bij professionals en verbindingen zoekt.

Effectiviteit

Zijn basisschoolkinderen en hun ouders in de wijk zich meer bewust van het belang van een gezonde leefstijl na het inzetten van 'Fresh in de les'?

De Fresh in de les-activiteiten worden als leuk ervaren en worden redelijk tot goed bezocht. De doelgroep kinderen wordt volgens de professionals voldoende bereikt. Toch blijkt het nog lastig om de ouders te bereiken. Om bewustwording te creëren is het nodig een duidelijke boodschap over te brengen en in gesprek te gaan. Het blijkt dat de boodschap over het belang van bewegen, gezonde voeding en slapen niet bij alle activiteiten expliciet terugkomt. Ook blijkt dat de professionals het lastig vinden het gesprek aan te gaan met kinderen en ouders over gezonde leefstijl. Hiermee is het de vraag of de doelgroep zich door 'Fresh in de les' meer bewust is van het belang van een gezonde leefstijl. Minder dan de helft (41 procent) van de professionals is redelijk tot behoorlijk zeker dat de interventie tot verandering in bewustwording leidt.

Wat zijn de overeenkomsten en verschillen van de interventie van beide stadsdelen en wat kunnen de stadsdelen van elkaar leren?

Tot slot kunnen de volgende conclusies worden getrokken over de verschillen van de interventie tussen beide stadsdelen. Het concept van de interventie is in beide stadsdelen vergelijkbaar. In stadsdeel West wordt de interventie al een aantal jaar langer uitgevoerd dan in stadsdeel Noord. Het doel in stadsdeel West is met name het creëren van bewustwording op het gebied van verschillende gezondheidsthema's door het gesprek in de wijk aan te gaan. In stadsdeel Noord is het doel met name om het thema gezondheid op de agenda zetten bij inwoners en partners in de wijk door hen op een plezierige manier bewuster te maken van een gezonde leefstijl.

Geconcludeerd kan worden dat in beide stadsdelen in het kader van de interventie een maand lang een veelheid aan activiteiten worden georganiseerd. De activiteiten die in stadsdelen West en Noord worden uitgevoerd zijn niet hetzelfde, maar wel vergelijkbaar. De samenwerking in West is met name met buurtpraktijktteams, waar in stadsdeel Noord met name samen wordt gewerkt met scholen. Tot slot, in stadsdeel Noord wordt het bereik van de interventie geregistreerd (aantal deelnemers), dit gebeurt niet in stadsdeel West. Opvallend is dat de projectleiders van 'Fresh in de les' in stadsdeel West en Noord geen ervaringen met elkaar uitwisselen. De ene interventie is niet beter of minder goed dan de andere interventie. Beide interventies zijn op maat passend bij de wijken waarbinnen de interventie wordt uitgevoerd. Om van elkaar te kunnen leren is het belangrijk gezamenlijk ervaringen te delen over wat wel en wat niet goed werkt.

Samenvattend: Volgens het RE-AIM-model kan een interventie pas impact hebben als er voldoende bereik is, professionals bereid zijn de interventie aan te nemen, een goede implementatie en borging van de interventie aanwezig zijn en als de interventie effectief is. Geconcludeerd wordt dat professionals bereid zijn 'Fresh in de les' op zich te nemen en uit te voeren. Ook de implementatie van de activiteiten loopt goed. Het borgen van de interventie is nog niet succesvol. De activiteiten worden na 'Fresh in de les' niet behouden. Ook het bereik van de doelgroep kan worden verbeterd. De doelgroep, vooral de ouders, worden nog maar moeilijk bereikt. Professionals geven aan dat zij er niet zeker van zijn dat de interventie tot bewustwording leidt. De verwachte impact van 'Fresh in de les' is dus redelijk maar kan worden verbeterd.

De investering voor 'Fresh in de les' ligt ongeveer tussen de 50.000 en 70.000 euro per jaar. Op basis van het bekende bereik en de investering zou een inschatting gemaakt kunnen worden van de kosten van de interventie per kind of ouder. Op basis van wat bekend is, lijken de kosten om 'Fresh in de les' uit te voeren ongeveer 24 euro per kind of ouder per jaar (67.600 euro / 2.777 kinderen/ouders). Hierbij moet worden opgemerkt dat het doel van de interventie niet alleen gericht is op het bereiken van de doelgroep. Om goede uitspraken te kunnen doen over de kosten ten opzicht van de opbrengsten van de interventie, dient meer zicht te komen op het behalen van de doelen van de interventie. Daarvoor is het als eerste nodig om concrete doelen te formuleren en deze doelen in de toekomst te monitoren.

Aanbevelingen

Hieronder worden een aantal aanbevelingen genoemd met betrekking tot de interventie 'Fresh in de les' en de monitoring en evaluatie van de interventie. In de toekomst zal ingezet moeten worden op het verbeteren van het bereik van de interventie, het verhogen van de effectiviteit en het stimuleren van borging.

Aanbevelingen voor de wijkinterventie 'Fresh in de Les'

Verbeteren van het bereik

- Om een gezonde leefstijl bij kinderen te stimuleren is het *betrekken van ouders* bij de interventie van belang. Ouders kunnen op verschillende manieren betrokken worden. Het bieden van handvatten om een gezonde leefstijl te stimuleren of om juist om te gaan met lastige situaties rondom een gezonde leefstijl is nodig. Ondersteuning kan aangeboden worden via workshops of individuele begeleiding.

- Om de doelgroep te bereiken moet *het gesprek worden aangegaan* in de buurt. Belangrijk is dat lokale professionals, die de buurt en de mensen kennen, ouders bij de hand nemen en stimuleren om bijvoorbeeld naar een ondersteuningsaanbod gaan. Daarnaast kunnen ouders een actieve rol krijgen bij ouder-kind activiteiten. Er moet vertrouwen bij de doelgroep worden gewonnen om hen ervan te overtuigen bij de activiteiten langs te komen. Veel activiteiten binnen 'Fresh in de les' worden op dit moment van bovenaf georganiseerd waardoor de doelgroep niet bereikt wordt. Er dient een training te worden georganiseerd voor professionals om vaardigheden te leren hoe het gesprek aan kan worden gegaan.
- Een derde aandachtspunt om de doelgroep beter te bereiken is het goed communiceren van de 'Fresh in de les' activiteiten. Een duidelijk *overzicht van de activiteiten* is nodig om mensen te stimuleren naar de activiteiten te komen. Er moet worden gekeken naar manieren om de communicatie over de activiteiten te verbeteren. Een mogelijkheid hierbij is het opzetten van een communicatieplan.

Verhogen van de effectiviteit

- *De boodschap* over een gezonde leefstijl naar de doelgroep toe is niet bij alle activiteiten helder. Er worden activiteiten georganiseerd in het kader van de thema's, maar bij de meeste activiteiten wordt niet bewust ingezet op het verbeteren van kennis over gezonde leefstijl, verhogen van bewustwording of het veranderen van gedrag.
- De activiteiten die tijdens 'Fresh in de les' worden ingezet, zijn niet voldoende onderbouwd om bewustwording te verbeteren of gedrag te veranderen. Het is niet duidelijk welke werkzame elementen de activiteiten bevatten om het doel met betrekking tot een gezonde leefstijl te behalen. *Werkzame elementen zijn de essentiële succesfactoren of strategieën* van een effectieve interventie die moeten worden ingezet om effecten te behalen. Goede voorbeelden van effectieve activiteiten en erkende interventies kunnen worden gevonden op effectiefactief.nl. In de toekomst zal *kritisch naar de activiteiten moeten worden gekeken* en moeten bepaald welke activiteiten ook echt een bijdrage leveren aan het behalen van het doel van Fresh in de les, namelijk bewustwording creëren.

Stimuleren van borging

- Voor het borgen van de interventie is *continue aandacht voor de gezondheidsthema's* nodig. Dus niet alleen tijdens de Fresh in de les-activiteiten periode, maar het gehele jaar.
- Hierbij is ook een *multidisciplinaire benadering* van belang. Verschillende lokale professionals dienen samen te werken in de wijk om ouders en kinderen bij de 'Fresh in de les' activiteiten te betrekken. Het is belangrijk om mensen uit diverse organisaties te (blijven) betrekken. Dit vergroot de kans dat er aandacht blijft voor gezondheidsbevordering. Als de lokale professionals bekend zijn met de werkwijze en de interventie, is het mogelijk om deze te integreren in hun eigen werkzaamheden door de interventie op te nemen in hun beleidsplannen of uitvoeringsplannen.

Aanbevelingen Monitoring en evaluatie

Om de interventie 'Fresh in de les' in de toekomst structureel te monitoren is het belangrijk om een monitoringsplan op te zetten. Onderdelen als het bereik, de implementatie van de activiteiten, de mate van borging en de effectiviteit dienen beter gemonitord te worden. Om de effectiviteit te bepalen is het aan te raden niet alleen naar de *outcome* (overgewicht, gedrag en bewustwording) te kijken, maar ook de *throughput* (samenwerking) en *output* (activiteiten, bereik) als indicatoren mee te nemen.

Voor het monitoringsplan zijn een aantal stappen van belang. Als eerste is het nodig om goed te beschrijven wat het doel en de subdoelen van de interventie zijn. Dit dient zo SMART mogelijk te gebeuren: zo specifiek en meetbaar mogelijk. Daarnaast dienen de doelen en subdoelen acceptabel en realistisch te zijn en moeten zij passen bij de interventie. Ook dient aangegeven te worden wanneer het doel of subdoel bereikt moet zijn (tijdgebonden). Daarnaast is het nodig om een logisch model te schetsen waaruit blijkt hoe de doelen met de interventie gaan worden bereikt. De doelen kunnen vervolgens worden vertaald in meetbare indicatoren. Wanneer een set van meetbare indicatoren bekend is, dient in een volgende stap nagedacht te worden op welke manier deze gegevens kunnen worden

verzameld. Te denken valt aan het afnemen van vragenlijsten en interviews, maar ook het registreren van gegevens. Daar waar mogelijk is het verstandig aan te sluiten bij bestaande gegevensverzamelingen, zoals de Jeugdmonitor, Gezondheidsmonitor, Sportmonitor of de Amsterdamse Aanpak Gezond Gewicht Outcome monitor. Wanneer bepaalde indicatoren nog niet gemeten worden, dient gedacht te worden over de juiste aanpak en meetinstrumenten om de resultaten te verzamelen. Tot slot is het voor de verantwoording van belang dat de resultaten beschreven worden in een (bondige) rapportage om zo inzicht te hebben in de impact van de interventie 'Fresh in de les'.

Bijlage I Interviewhandleiding projectleiders

1. Wat is het doel (zijn de subdoelen) van Fresh in de les? / welke thema's?
2. Wat is de doelgroep van Fresh in de les? Specifieke doelgroep?
3. **Interventie:** Wat is de interventie: welke activiteiten worden er uitgevoerd in het kader van Fresh in de les?
 - a. Welke werkzame principes zitten achter de keuze voor de activiteiten
 - b. Wat is het bereik van de activiteiten? Hoeveel scholen/kinderen/ouders komen erop af?
 - i. Heeft u het gevoel dat alle kinderen die u wilt bereiken bereikt worden, dus ook de kinderen die juist nodig hebben (etniciteit, lage ses, opleiding)
 - ii. Welke belemmeringen ziet u bij het bereiken van uw doelgroep?
 - c. Worden de activiteiten uitgevoerd zoals u ze voor ogen heeft? / Is de interventie beschreven in een handleiding?
 - d. Wat zijn uw ervaringen met de uitvoer van de activiteiten?
 - e. Wat zijn naar uw mening de succesfactoren bij de uitvoering? Waar bent u trots op?
 - f. Wat zijn naar uw mening de verbeterpunten bij de uitvoering? Wat kan beter?
4. **Samenwerking:** Wie worden erbij betrokken, welke professionals en welke partners?
 - a. Wat is uw ervaring met deze samenwerking? Zijn professionals enthousiast?
 - b. Wat zijn naar uw mening de succesfactoren van deze samenwerking? Waar bent u trots op?
 - c. Wat zijn naar uw mening de verbeterpunten van deze samenwerking? Wat kan beter?
5. **Borging:** Worden de activiteiten na afronding voortgezet, wat is nodig voor borging?
6. Is de interventie naar uw mening effectief?
 - a. Zo ja, waarop?, zo nee, waarom niet/wat is er nodig?
7. Registreert/monitort u wat er allemaal gedaan wordt binnen Fresh in de les?
 - Registraties activiteiten / samenwerking / hoeveel kinderen/ouders?
8. Heeft u contact/samenwerking met buurtmanager/projectleider Fresh in de les in Noord?
 - a. Zo ja op wat voor manier, zo nee waarom niet, zou u dat wel meerwaarde vinden?
9. Wat is volgens u de kracht van de interventie?

Bijlage II Interviewhandleiding professionals

1. **Algemeen**
 - a. Wat is uw functie?
 - b. Bij welke activiteit(en) van Fresh bent u betrokken?
 - c. Welke rol heeft u daarbij?
2. **Doel:** Wat is volgens u het doel (zijn de subdoelen) van Fresh in de les? & doelgroep
3. **Bereik:**
 - a. Is het bereik naar uw mening voldoende?
 - b. Worden de kinderen/ouders die dit het meest nodig hebben bereikt?
 - c. Welke belemmeringen ziet u bij het bereiken van de doelgroep?
4. **Uitvoering van de activiteiten**
 - a. Wat is uw ervaring met de uitvoering van de activiteiten (verloopt de activiteit zoals u wenst) Opkomst?
 - b. Wat zijn hierbij succesfactoren, waar bent u trots op?
 - c. Wat zijn hierbij faalfactoren, wat kan beter?
5. **Samenwerking**
 - a. Wat is uw ervaring met betrekking tot samenwerking binnen de interventie (o.a. afstemming, communicatie, enthousiasme,)
 - b. Wat zijn hierbij succesfactoren, waar bent u trots op?
 - c. Wat zijn hierbij verbeterpunten, wat kan beter?
 - d. Welke partners zouden nog meer bij Fresh betrokken kunnen worden?
6. **Borging**
 - a. Worden de activiteiten na Fresh in de les nog steeds uitgevoerd/voortgezet?
 - b. Wat zijn de randvoorwaarden voor borging van de activiteiten? (wat is er nodig?)
7. **Effectiviteit:** is de interventie volgens u effectief?
 - a. Zo ja, waarop?
 - b. Zo nee, waarom niet wat is er nodig?
8. **Kracht:** Wat is volgens u de kracht van de interventie?
9. **Boodschap:** Hoe wordt de boodschap van Fresh in de les overgebracht? (impliciet/expliciet)
10. **Kosten:** Investeert uw organisatie zelf geld in Fresh dat organisatie niet vergoed krijgt?

Bijlage III Vragenlijst

Algemeen

1. Hoe bent u betrokken bij het programma 'Fresh in de les'?

- Oudercontactmedewerker
- Directie van school
- Vakdocent lo
- Uitvoerder van activiteiten
- Projectleider
- Anders namelijk.....

2. Vanuit welk stadsdeel bent u betrokken bij 'Fresh in de les'?

- Amsterdam-Noord
- Amsterdam-West

Uitvoering activiteiten

In het kader van 'Fresh in de les' worden gedurende een maand allerlei activiteiten georganiseerd voor kinderen en ouders. De volgende vragen gaan over deze activiteiten.

3. Welk rapportcijfer geeft u de activiteiten, die in het kader van 'Fresh in de les' worden uitgevoerd? (schaal 1-10; niet van toepassing)

4. Welk rapportcijfer geeft u de uitvoering van deze activiteiten? (schaal 1-10; niet van toepassing)

5. Zijn deze activiteiten naar uw mening uitgevoerd zoals gewenst?

- ja, geheel zoals gewenst
- ja, zoals gewenst
- nee, niet zoals gewenst
- nee, helemaal niet zoals gewenst
- daar heb ik geen zicht op

6. Hoe wordt naar uw mening de boodschap van 'Fresh in de les' (gezond eten, voldoende bewegen en slapen) tijdens de activiteiten benadrukt?

- zeer goed
- goed
- voldoende
- onvoldoende
- zeer onvoldoende
- daar heb ik geen zicht op

Geef hieronder indien gewenst een toelichting.

Samenwerking & Communicatie

Bij de voorbereiding en uitvoering van 'Fresh in de les' werken verschillende organisaties samen. De volgende vragen gaan over de samenwerking en communicatie.

7. Welk rapportcijfer geeft u de *samenwerking* met de gemeente Amsterdam binnen deze wijkaanpak? (schaal 1-10; niet van toepassing)

8. Welk rapportcijfer geeft u de *samenwerking* met andere professionals binnen deze wijkaanpak? (schaal 1-10; niet van toepassing)

9. Welk rapportcijfer geeft u de *communicatie* met de gemeente Amsterdam binnen deze wijkaanpak? (schaal 1-10; niet van toepassing)

10. Welk rapportcijfer geeft u de *communicatie* met andere professionals binnen deze wijkaanpak? (schaal 1-10; niet van toepassing)

11. Hoe is, naar uw mening, de communicatie van de activiteiten richting de doelgroep (kinderen en ouders)?

- zeer goed
- goed
- voldoende
- onvoldoende
- zeer onvoldoende
- daar heb ik geen zicht op

Geef hieronder indien gewenst een toelichting.

Bereik

Het doel van 'Fresh in de les' is om bewustwording bij kinderen en oudere te creëren over het belang van een gezonde leefstijl. De volgende vragen gaan over het bereiken van deze doelgroepen.

1. Hoe zeker bent u dat 'Fresh in de les' een groot deel van de *kinderen* bereikt die zij wilt bereiken?
 - zeer zeker
 - vrij zeker
 - matig zeker
 - een beetje zeker
 - totaal niet zeker
 - daar heb ik geen zicht op
2. Hoe zeker bent u dat 'Fresh in de les' de *kinderen* bereikt die er de meeste behoefte aan hebben?
 - zeer zeker
 - vrij zeker
 - matig zeker
 - een beetje zeker
 - totaal niet zeker
 - daar heb ik geen zicht op
3. Hoe zeker bent u dat 'Fresh in de les' een groot deel van de *ouders* bereikt die zij wilt bereiken?
 - zeer zeker
 - vrij zeker
 - matig zeker
 - een beetje zeker
 - totaal niet zeker
 - daar heb ik geen zicht op
4. Hoe zeker bent u dat 'Fresh in de les' de *ouders* bereikt die er de meeste behoefte aan hebben?
 - zeer zeker
 - vrij zeker
 - matig zeker
 - een beetje zeker
 - totaal niet zeker
 - daar heb ik geen zicht op
5. In hoeverre bent u tevreden over de opkomst van de doelgroep tijdens de 'Fresh in de les' activiteiten?
 - heel tevreden
 - tevreden
 - niet tevreden of ontevreden
 - ontevreden
 - heel ontevreden
 - daar heb ik geen zicht op

Effect

Het doel van de interventie is om verandering te realiseren. De volgende vragen gaan over het effect en de opbrengst van 'Fresh in de les'.

17. Hoe zeker bent u dat 'Fresh in de les' de mogelijkheid biedt *het gesprek met kinderen en ouders aan te gaan* over een gezonde leefstijl?
 - zeer zeker
 - vrij zeker
 - matig zeker
 - een beetje zeker
 - totaal niet zeker
 - daar heb ik geen zicht op
18. Hoe zeker bent u dat 'Fresh in de les' leidt tot verandering in *bewustwording* van het belang van een gezonde leefstijl?
 - zeer zeker
 - vrij zeker
 - matig zeker
 - een beetje zeker
 - totaal niet zeker
 - daar heb ik geen zicht op
19. Hoe zeker bent u dat 'Fresh in de les' leidt tot verandering in *attitude* ten aanzien van gezonde leefstijl?
 - zeer zeker
 - vrij zeker
 - matig zeker
 - een beetje zeker
 - totaal niet zeker
 - daar heb ik geen zicht op
20. Hoe zeker bent u dat 'Fresh in de les' leidt tot verandering in *eigen effectiviteit* ten aanzien van gezonde leefstijl (= als iemand in staat is om te doen wat hij/zij zich heeft voorgenomen)
 - zeer zeker
 - vrij zeker
 - matig zeker
 - een beetje zeker
 - totaal niet zeker
 - daar heb ik geen zicht op

21. Hoe zeker bent u dat 'Fresh in de les' leidt tot *concrete gedragsverandering*?

- zeer zeker
- vrij zeker
- matig zeker
- een beetje zeker
- totaal niet zeker
- daar heb ik geen zicht op

Geef hieronder indien gewenst een toelichting.

Draagvlak bij verschillende partners

Bij de uitvoering van 'Fresh in de les' zijn verschillende organisaties betrokken. De volgende vragen gaan over de deze organisaties.

22. Hoe zeker bent u dat een groot deel van de relevante organisaties/personen betrokken is bij de uitvoering van 'Fresh in de les'?

- zeer zeker
- vrij zeker
- matig zeker
- een beetje zeker
- totaal niet zeker
- daar heb ik geen zicht op

23. Hoe zeker bent u dat de betrokken organisaties/personen de doelgroepen goed vertegenwoordigen?

- zeer zeker
- vrij zeker
- matig zeker
- een beetje zeker
- totaal niet zeker
- daar heb ik geen zicht op

24. Welke organisaties/personen zou u in de toekomst willen betrekken bij de uitvoering van 'Fresh in de les'? << open vraag>>

Implementatie

25. Hoe zeker bent u dat de activiteiten van 'Fresh in de les' zijn uitgevoerd zoals bedoeld?

- zeer zeker
- vrij zeker
- matig zeker
- een beetje zeker
- totaal niet zeker
- daar heb ik geen zicht op

26. Hoe zeker bent u dat de professionals met verschillende functies en niveaus in staat zijn de activiteiten van 'Fresh in de les' goed uit te voeren?

- zeer zeker
- vrij zeker
- matig zeker
- een beetje zeker
- totaal niet zeker
- daar heb ik geen zicht op

Einde

Hartelijk dank voor uw deelname aan de vragenlijst.

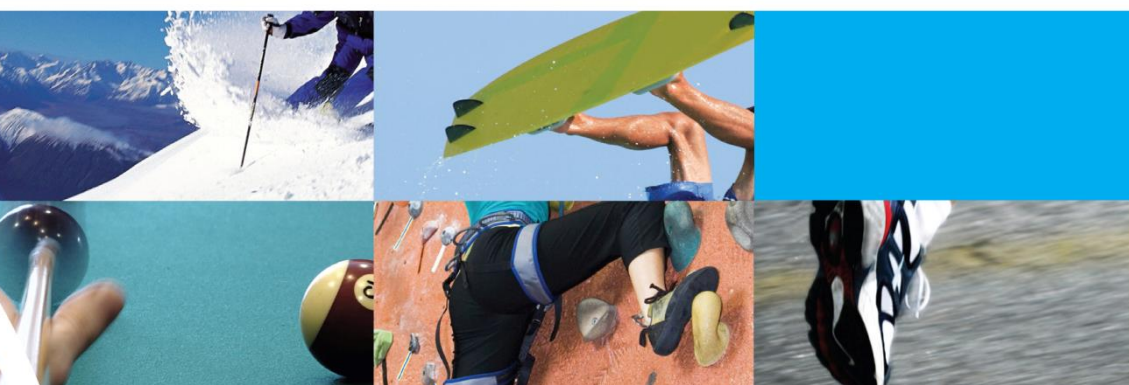
Bijlage IV Geïnterviewde professionals

Noord

Professional	Geslacht	Functie
Inge Koster	V	Oudercontactmedewerkster Bekkersschool: Waterlandpleinbuurt
Fatiha Kaddouri	V	Oudercontactmedewerkster Klimop en Vogelnest Oud-Noord
Ronald van Zanten	M	Directie IJpleinschool Vogelbuurt Oud-Noord
Wim van Marsbergen	M	Vakdocent lo Kinderboom Oud-Noord
Geertje de Man	V	Talentmakelaar van Wijsneus Waterlandpleinbuurt
Robin Mooijen	M	Sciandri (uitvoering straat sport)
Paul van Opdorp & Khalid Heyouf	M	Gezondheidscoach GGD

West

Professional	Geslacht	Functie
Wilma Timmer	V	Teamleader jongerencentrum The Mall
Mourad el Kharroubi	M	Medewerker jeugdhulpverlening van streetcornerwork
Enrico Kruydenhof	M	Projectleider jeugd en veiligheid gemeente Amsterdam-West
Martien van Rijn	V	Projectleider jeugd en veiligheid gemeente Amsterdam-West
Sanghita Mehciz	V	Ouder en kind adviseur
Hiske Sterk	V	Runt een Kinderkookschool
Rhea Labree	V	Ayurvedische kok en voedingsconsulent



Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht | Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
T +31 (0)30 721 02 20 | info@mulierinstituut.nl | www.mulierinstituut.nl