

Preventie en Zorg
Wassenaarseweg 56
Postbus 2215
2301 CE Leiden

www.tno.nl

T +31 71 518 18 18
F +31 71 518 19 01
info-zorg@tno.nl

TNO-rapport

KvL/GB 2010.028

Monitor onder professionals in het werkveld van
sport en bewegen

Resultaten 2009

Datum	Juni 2010
Auteur(s)	J.H. Stubbe A.M.J. Chorus

Oprachtgever	Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB)
Projectnummer	031.20207
Aantal pagina's	66 (incl. bijlagen)
Aantal bijlagen	6

Alle rechten voorbehouden. Niets uit dit rapport mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van TNO.

Indien dit rapport in opdracht werd uitgebracht, wordt voor de rechten en verplichtingen van opdrachtgever en opdrachtnemer verwezen naar de Algemene Voorwaarden voor onderzoeksopdrachten aan TNO, dan wel de betreffende terzake tussen de partijen gesloten overeenkomst.

Het ter inzage geven van het TNO-rapport aan direct belanghebbenden is toegestaan.

Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1 Inleiding	6
1.1 Doelstelling	6
1.2 Vraagstellingen	6
1.3 Leeswijzer	7
2 Opzet onderzoek	8
2.1 Selectie professionals	8
2.2 Resultaten respons	9
2.3 Methode	10
3 Campagne 30minutenbewegen	11
3.1 Inleiding	11
3.2 Nederlandse Norm Gezond Bewegen	11
3.3 Algemene vragen campagne <i>30minutenbewegen</i>	12
3.4 Meerwaarde van de campagne	14
3.5 Producten en diensten campagne	15
3.6 Campagneactiviteiten Start met	18
3.7 Deelcampagne <i>Dubbel30</i>	18
3.8 Deelcampagne 50+	19
3.9 Deelcampagne chronisch zieken	21
4 Nationaal Actieplan Sport en Bewegen	23
4.1 Bekend met NASB en NASB producten	23
4.2 Ondersteuning NASB	25
4.3 Gemeentelijk beleid en uitvoering	26
4.4 Algemene projecten	28
4.5 Projecten basisonderwijs	31
4.6 Voortgezet onderwijs	34
4.7 Projecten chronisch zieken	36
4.8 Projecten ouderen	37
5 Ondersteuning	41
5.1 Bekendheid NISB	41
5.2 Ondersteuning	41
5.3 Ondersteuning onderwijs	42
6 Resultaten kinderopvang	44
6.1 Inleiding	44
6.2 Producten en diensten kinderopvang	44
7 Conclusies en aanbevelingen	46
7.1 Inleiding	46
7.2 Campagne <i>30minutenbewegen</i>	46
7.3 NASB	49
7.4 Ondersteuningsbehoefte	51

7.5	Kinderopvang	52
7.6	Belangrijkste conclusies en aanbevelingen.....	52
7.7	Tot slot.....	54
Referenties		56

Bijlage(n)

- A Bijlage I
- B Bijlage II
- C Bijlage III
- D Bijlage IV
- E Bijlage V
- F Bijlage VI

Samenvatting

TNO Kwaliteit van Leven (TNO KvL) voert in opdracht van het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB) een monitor onder professionals uit in de periode 2007-2010. Deze professionals zijn werkzaam in het werkveld van de campagne *30minutenbewegen* en in de settings uit het Nationaal Actieplan Sport en Bewegen (NASB). In dit rapport staan de resultaten centraal van de derde meting die uitgezet is in het najaar van 2009.

Doel van de monitor is om inzicht te krijgen in de verwachtingen, wensen en behoeftes van deze professionals. De vragenlijsten zijn ingevuld door professionals werkzaam bij algemene organisaties (N=107), professionals werkzaam bij landelijke organisaties (N=36), professionals die zich richten op chronisch zieken (N=78), professionals werkzaam in de kinderopvang (N=113), professionals die werkzaam zijn in het onderwijs (N=172), professionals werkzaam bij woonzorginstellingen of Stichting Welzijn Ouderen (N=70) en ambtenaren sport, ambtenaren gezondheid, ambtenaren welzijn en projectleiders WMO werkzaam bij NASB gemeenten (N=41) en niet-NASB gemeenten (N=113).

De vragen zijn onderverdeeld in vier onderwerpen, te weten de campagne *30minutenbewegen*, het Nationaal Actieplan Sport en Bewegen (NASB), de ondersteuningsbehoefte van professionals en een serie vragen voor professionals werkzaam in de kinderopvang.

Ten aanzien van de campagne *30minutenbewegen* kan geconcludeerd worden dat 96% van de professionals bekend was met de NNGB voor volwassenen en ruim driekwart met de NNGB voor kinderen. In totaal was 94% van de professionals bekend met de campagne. Professionals vonden de campagne met name ondersteunend aan de eigen activiteiten. Echter slechts één op de vier professionals maakte gebruik van de campagnematerialen. Hier ligt een belangrijke uitdaging voor NISB. Om het gebruik van de campagnematerialen te verhogen dient aandacht te worden besteed aan de professionals werkzaam bij GGD'en, woonzorginstellingen, Stichting Welzijn Ouderen en professionals die zich richtten op chronisch zieken.

De bekendheid met de deelcampagne *Dubbel30* en de bijbehorende producten was teleurstellend. Meer dan de helft van de professionals werkzaam in het VMBO was niet bekend met de producten en diensten van deze deelcampagne. Ditzelfde geldt voor de producten en diensten die ingezet worden in het kader van de deelcampagne 50+. De bekendheid met de specifieke producten voor 50-plussers was namelijk zeer laag onder professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen. Ook was het merendeel van de professionals werkzaam in gezondheidscentra, fysiotherapie- of huisartsenpraktijken niet bekend met producten en diensten die ingezet kunnen worden in het kader van de deelcampagne Chronisch zieken. Het is aan te bevelen dat NISB zowel de algemene producten en diensten als de producten en diensten in het kader van de campagne *30minutenbewegen* meer onder de aandacht gaat brengen bij deze doelgroep.

In het tweede deel van het onderzoek stond het NASB centraal. Bijna driekwart van de professionals was bekend met het NASB. De bekendheid met de NASB producten was erg hoog onder professionals werkzaam bij NASB gemeenten. De professionals vonden

de producten ook nuttig voor hun eigen werkzaamheden. De NASB ondersteuning heeft dus zijn vruchten afgeworpen. Ook ambtenaren die werkzaam zijn bij niet-NASB gemeenten bleken goed op de hoogte te zijn van de producten. Dit biedt perspectief voor het landelijk uitzetten van NASB. Echter, de mate van tevredenheid met de ondersteuning van NISB bij de praktische uitvoering van het NASB was niet erg hoog. In totaal was 53% (heel) tevreden over deze ondersteuning. Dit is te verklaren, omdat NISB zich niet richt op deze ondersteuning. De ondersteuning verloopt namelijk via de NASB-adviseurs.

Het derde thema was de behoefte aan ondersteuning. Professionals hebben met name behoefte aan ondersteuning ten aanzien van cijfers over bewegen, geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen en het bereiken van specifieke doelgroepen. Voor alle thema's werd genoemd dat de professionals de meeste behoefte hadden aan schriftelijke materialen. Professionals werkzaam in het onderwijs wilden met name ondersteuning bij het verkrijgen van financiering en informatie over sport- en beweegaanbod. Er was weinig behoefte aan ondersteuning op het gebied van kwaliteits- en deskundigheidsbevordering betreffende de uitvoering van sport- en beweegaanbod. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB meer informatie aan deze groep gaat geven over het verkrijgen van financiering.

Ten slotte hebben de professionals werkzaam in de kinderopvang een aparte vragenlijst ontvangen. NISB heeft in totaal dertien projecten ontwikkeld die ingezet kunnen worden in het kader van bewegen met jonge kinderen. De bekendheid met projecten en diensten varieerde enorm. Het project Beweegkriebels en de bijbehorende website was bij meer dan de helft van de professionals bekend. Een groot aantal professionals maakte ook gebruik van deze twee producten. Echter, het merendeel van de projecten was niet of nauwelijks bekend. Acht op de tien professionals was niet bekend met negen van de dertien projecten. Tevens had meer dan de helft van de professionals behoefte aan informatie over zes van de dertien projecten. Het is aan te bevelen dat NISB deze groep professionals actiever gaat benaderen om de bekendheid van deze projecten te vergroten.

1 Inleiding

1.1 Doelstelling

Het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB) heeft TNO Kwaliteit van Leven (TNO KvL) gevraagd om een Monitor onder Professionals uit te voeren in de periode 2007-2010. Deze professionals zijn werkzaam in het werkveld van de campagne *30minutenbewegen* en in de settings uit het Nationaal Actieplan Sport en Bewegen (NASB). Doel van deze monitor is om inzicht te krijgen in de verwachtingen, wensen en behoeftes van deze professionals. De eerste meting (i.e. nulmeting) vond plaats in 2007 (Chorus & Stubbe, 2008) en de tweede meting in 2008 (Stubbe & Chorus, 2009). In dit rapport staan de resultaten centraal van de derde meting die uitgezet is in het najaar van 2009.

1.2 Vraagstellingen

De vragenlijsten uit 2007 en 2008 dienden als leidraad voor de meting in 2009. De vragen naar de bekendheid en uitvoering van beweginginterventies voor de verschillende doelgroepen zijn aangepast. Om het overzicht van relevante beweginginterventies zo actueel mogelijk te houden, zijn sommige beweginginterventies verwijderd en anderen toegevoegd.

De vragenlijst uitgezet in 2009 bestond uit een algemene deel en een doelgroepspecifiek deel. De algemene module werd voorgelegd aan alle professionals. De doelgroepspecifieke modules zijn alleen voorgelegd aan de professionals die op beleidsniveau of uitvoerend niveau betrokken waren bij bewegingstimulering van de desbetreffende doelgroep. Er zijn drie doelgroepspecifieke modules opgesteld, te weten module jongeren, module chronisch zieken en module ouderen (50+). Voor de kinderopvang is een aparte korte vragenlijst opgesteld.

Het rapport is ingedeeld aan de hand van vier onderwerpen, namelijk de campagne *30minuten bewegen*, het Nationaal Actieplan Sport en Bewegen (NASB), ondersteuningsbehoefte en kinderopvang. Per onderwerp zijn een aantal vraagstellingen gespecificeerd:

Campagne *30minutenbewegen*:

- Zijn professionals bekend met de Nederlandse Norm voor Gezond Bewegen (NNGB) voor volwassenen en kinderen en jongeren?
- Zijn professionals bekend met de campagne *30minutenbewegen* en weten ze wie de afzender is van de campagne?
- Wat zien de professionals als meerwaarde van de campagne *30minutenbewegen* en missen ze bepaalde aspecten in de campagne?
- Zijn de professionals bekend met de producten en diensten die ingezet worden in het kader van de campagne *30minutenbewegen*?
- Zijn de professionals bekend met de deelcampagne *Dubbel30* en weten ze wie de afzender is van de deelcampagne?
- Wat zien de professionals als meerwaarde van de deelcampagne *Dubbel30* en zijn ze bekend met de producten die ingezet worden in het kader van de deelcampagne?

- Zijn de professionals bekend met de producten en diensten die ingezet worden in het kader van de deelcampagne 50+?
- Zijn de professionals bekend met de producten en diensten die ingezet worden in het kader van de deelcampagne chronisch zieken?

NASB:

- Zijn de professionals bekend met NASB en met de bijbehorende producten?
- Zijn de professionals tevreden met de ondersteuning bij de praktische uitvoering van het NASB en op welke thema's willen ze ondersteuning?
- Zijn de professionals bekend met en betrokken geweest bij sport- en beweegprojecten die ingezet kunnen worden voor alle doelgroepen?
- Zijn de professionals bekend met en betrokken geweest bij beweegprojecten die ingezet kunnen worden voor leerlingen in het basisonderwijs?
- Zijn de professionals bekend met en betrokken geweest bij beweegprojecten die ingezet kunnen worden voor leerlingen in het voortgezet onderwijs?
- In hoeverre is men bekend met en wordt er gebruik gemaakt van producten en diensten die specifiek het beweeggedrag van mensen met een chronische ziekte kunnen stimuleren?
- In hoeverre is men bekend met en wordt er gebruik gemaakt van producten en diensten die specifiek het beweeggedrag van te weinig actieve 50-plussers kunnen stimuleren?

Ondersteuningsbehoefte:

- Zijn de professionals bekend met NISB en op welke thema's hebben ze behoefte aan ondersteuning van NISB?
- Op welke gebieden hebben de professionals werkzaam in het basis- en voortgezet onderwijs behoefte aan ondersteuning bij beweegstimulering van leerlingen?

Kinderopvang:

- Zijn de professionals werkzaam in de kinderopvang bekend met de producten/diensten en hebben ze er het afgelopen jaar gebruik van gemaakt?
- Hebben de professionals werkzaam in de kinderopvang behoefte aan informatie over de producten/diensten?

1.3 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 beschrijft hoe de monitor onder Professionals 2009 is ontwikkeld en onder welke professionals de derde meting is uitgevoerd. Tevens wordt de respons besproken. Hoofdstuk 3 gaat dieper in op de campagne *30minutenbewegen*. In hoofdstuk 4 staan de resultaten met betrekking tot het Nationaal Actieplan Sport en Bewegen (NASB) centraal. Hoofdstuk 5 geeft informatie over de ondersteuningsbehoefte van de professionals. Hoofdstuk 6 gaat dieper in op de resultaten binnen de kinderopvang. Ten slotte worden de conclusies van het rapport besproken in hoofdstuk 7.

2 Opzet onderzoek

2.1 Selectie professionals

In totaal werden acht verschillende groepen professionals uitgenodigd om deel te nemen aan de derde meting van de monitor onder professionals 2007-2010, te weten:

- 1) Professionals werkzaam bij algemene organisaties. Hieronder vallen de Provinciale Sportraden, GGD'en, sportservicepunten/gemeentelijke sportbedrijven, en welzijnsorganisaties;
- 2) Professionals werkzaam bij landelijke organisaties;
- 3) Professionals die zich richten op chronisch zieken. Dit zijn huisartsen, praktijkondersteuners (POH'ers), dokterassistenten en fysiotherapeuten;
- 4) Professionals werkzaam in de kinderopvang;
- 5) Professionals werkzaam in het onderwijs. Hieronder vallen professionals die werkzaam zijn in het basisonderwijs, speciaal onderwijs, Voortgezet Middelbaar Beroeps Onderwijs (VMBO) en het Voortgezet Middelbaar onderwijs (overige);
- 6) Professionals die zich richten op ouderen, te weten medewerkers van Stichting Welzijn Ouderen of medewerkers bij een woonzorginstelling;
- 7) Ambtenaren sport, ambtenaren gezondheid, ambtenaren welzijn en projectleiders WMO werkzaam bij NASB gemeenten;
- 8) Ambtenaren sport, ambtenaren gezondheid, ambtenaren welzijn en projectleiders WMO werkzaam bij niet-NASB gemeenten;

Professionals kregen algemene vragen over de campagne *30minutenbewegen* (algemeen deel) en doelgroepspecifieke vragen over NISB producten en diensten (doelgroep-specifiek deel). Een aantal professionals richtte zich op meerdere doelgroepen en aan hen werd een compilatiemodule voorgelegd die bestond uit vragen gericht op de drie doelgroepen (jongeren, chronisch zieken en ouderen).

De selectie van professionals werd grotendeels uitgevoerd door NISB. In theorie werd gestreefd naar een landelijk representatieve steekproef. In de praktijk werd uitgegaan van het bestand van relaties van NISB. Voor vijf doelgroepen heeft TNO andere bronnen benaderd, omdat NISB voor deze groepen geen goed relatiebestand had. Dit werd beoordeeld op basis van de omvang van het relatiebestand van de desbetreffende professionals en beschikbaarheid van emailadressen.

In tabel 2.1 staat weergegeven hoe de verschillende doelgroepen werden benaderd. De meeste professionals werden per email uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek. In deze mail stond een link naar de internetvragenlijst. Indien geen emailadressen beschikbaar waren, werden fysieke adressen opgevraagd. De professionals ontvingen vervolgens een brief van TNO en konden zich via een emailadres aanmelden voor het onderzoek. Bij aanmelding ontvingen de professionals de link naar de internetvragenlijst. Naar professionals die werkzaam waren in het onderwijs en de kinderopvang werd een nieuwsbrief gestuurd met een link naar de vragenlijst.

Tabel 2.1 Wijze van benadering en respons uitgesplitst per groep van professionals.

Professional	Bestand	Benadering	Respons*
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	CD-ROM	Email	10% (N= 70)
Professionals onderwijs	EDG	Nieuwsbrief	18% (N=172)
NASB gemeenten	VSG	Email	98% (N= 41)
Niet-NASB gemeenten	NISB	Email + Brief	28% (N=113)
Algemene organisaties	NISB	Email	22% (N=107)
Landelijke organisaties	NISB	Email	23% (N= 36)
Kinderopvang	EDG	Nieuwsbrief	8% (N=113)
Chronisch zieken	NIVEL/NVDA	Brief	(N= 78)

*Tussen haakjes staat het aantal professionals dat de vragenlijst heeft ingevuld

2.2 Resultaten respons

In totaal zijn 4104 professionals per email of nieuwsbrief aangeschreven, waarvan 652 professionals de vragenlijst ingevuld hebben. Dit betekent een respons van 16%. In tabel 2.1 staat de respons per professionalgroep weergegeven. Voor de responsberekening is de groep professionals die zich richtten op chronisch zieken buiten beschouwing gelaten. Voor deze groep waren namelijk geen emailadressen beschikbaar, maar zijn fysieke adressen verkregen via het Nederlands Instituut voor Onderzoek in de Gezondheidszorg (NIVEL) en de Nederlandse Vereniging voor Doktersassistenten (NVDA). Het is echter onbekend hoeveel huisartsen, fysiotherapeuten en praktijkondersteuners daadwerkelijk de brief over het onderzoek ontvangen hebben, waardoor het niet mogelijk was om de respons voor deze groep te berekenen.

Aan de professionals is gevraagd wat hun functie was bij de organisaties. Het merendeel van de professionals die werkzaam was in het onderwijs was leraar lichamelijke opvoeding (71%), gevolgd door directeur/manager (20%) en overige leraren (12%). In totaal gaf 15% van de professionals aan een andere functie te hebben zoals coördinator en teamleider.

Het bestand van niet-NASB gemeenten bestond voor 72% uit ambtenaren sport, 17% uit ambtenaren welzijn, 3% uit projectleiders WMO en 6% uit ambtenaren gezondheid. De overige genoemde functies waren adviseurs, beleidsmedewerkers etc. Voor de NASB gemeenten gold dat 73% van de professionals ambtenaren sport was, 15% ambtenaren welzijn, 10% ambtenaren gezondheid en 3% projectleiders WMO.

De algemene organisatie professionals waren werkzaam bij provinciale sportraad/provinciaal sportservicepunt (22%), GGD (32%), lokaal of regionaal sportservicepunt/gemeentelijk sportbedrijf (15%) en welzijnsorganisaties (28%).

De professionals die zich specifiek richtten op 50-plussers waren werkzaam bij Stichting Welzijn Ouderen (61%) of woonzorginstellingen (39%). De professionals die zich richtten op chronisch zieken waren werkzaam in een fysiotherapiepraktijk (51%), huisartsenpraktijk (42%) of gezondheidscentrum (4%). Van de professionals die zich richtten op chronisch zieken was meer dan de helft fysiotherapeut (55%). Overige

genoemde functies waren praktijkondersteuner (34%), huisarts (12%) en doktersassistent (3%). In tabel 2.2 staan de functies uitgesplitst voor deze groep professionals en de professionals werkzaam bij landelijke organisaties en woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen.

Tabel 2.2 Functieverdeling uitgesplitst voor de verschillende groepen professionals.

Functie	Algemene organisaties	Landelijke organisaties	Woonzorginstellingen en SWO*
Consulent/voorlichter/adviseur	27%	17%	9%
Directeur/manager	22%	31%	26%
Beleidsfunctionaris	21%	29%	14%
Welzijns-/opbouwwerker	13%	0%	0%
Onderzoeker/projectleider	0%	0%	0%
Activiteitenbegeleider	0%	0%	11%
Anders	23%	31%	56%

*SWO = Stichting Welzijn Ouderen

2.3 Methode

Aan de professionals zijn vragen voorgelegd over de campagne *30minutenbewegen*, het NASB en de ondersteuningsbehoefte. De gegevens zijn geanalyseerd in SPSS. Per vraag zijn frequenties uitgedraaid. De uitkomsten zijn weergegeven in tabellen of grafieken. Soms waren de aantallen te klein om vervolgvragen te analyseren. Dit is dan expliciet vermeld in de tabel. In de grafieken of in de tekst ontbreken deze gegevens dan.

In het rapport worden verschillende vergelijkingen getoetst. Ten eerste worden de resultaten van de totale groep professionals vergeleken met de uitkomsten van vorig jaar. In hoofdstuk 4 wordt deze vergelijking apart uitgevoerd voor professionals werkzaam bij NASB gemeenten. In dit hoofdstuk wordt ten slotte ook gekeken of de gegevens van NASB gemeenten significant verschillen van de gegevens van niet-NASB gemeenten. Met behulp van Chi-kwadraat toetsen wordt telkens getoetst of er sprake was van significante verschillen. Sommige vragen zijn niet gesteld in 2008 of zijn dusdanig aangepast dat vergelijking niet mogelijk was. De gegevens van 2008 ontbreken dan in de tabel of in de tekst.

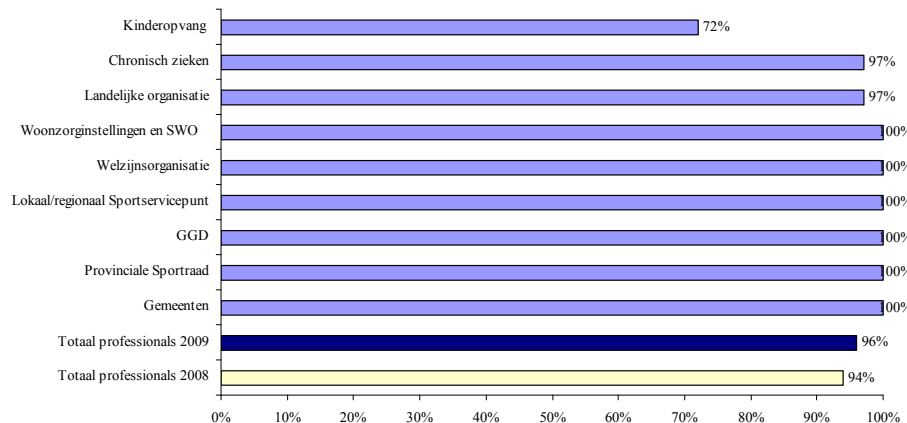
3 Campagne 30minutenbewegen

3.1 Inleiding

In deze paragraaf worden de resultaten beschreven met betrekking tot de verschillende beweegnormen die gehanteerd worden in Nederland. Achtereenvolgens komen de bekendheid met de NNGB voor volwassenen en de NNGB voor kinderen en jongeren aan bod. Vervolgens staan de resultaten met betrekking tot de campagne *30minutenbewegen* centraal. Eerst worden de algemene vragen over de campagne besproken, daarna komt de meerwaarde van de campagne aan bod. De resultaten voor de groep professionals werkzaam bij algemene organisaties zijn gesplitst voor professionals werkzaam bij de Provinciale Sportraad (waaronder Provinciale Sportservicepunten), GGD, lokaal of regionaal Sportservicepunt (waaronder gemeentelijk sportbedrijf) en welzijnsorganisaties.

3.2 Nederlandse Norm Gezond Bewegen

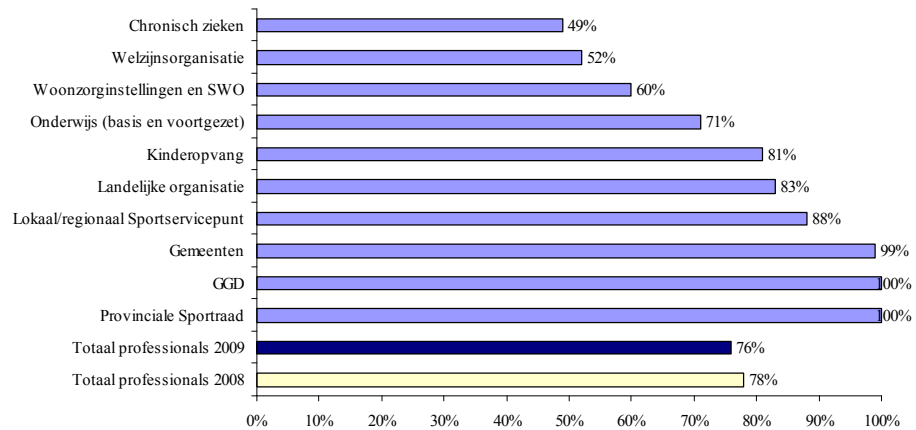
Ten eerste is gevraagd of de professionals bekend waren met de Nederlandse Norm Gezond Bewegen (NNGB) voor volwassenen. De gegevens staan weergegeven in figuur 3.1. In 2008 was de bekendheid al zeer hoog. Ruim negen op de tien professionals was toen bekend met deze norm. In 2009 is de bekendheid toegenomen tot 96%. Dit was geen significante toename. Bijna alle professionals waren dus in 2008 en 2009 op de hoogte van deze norm. Professionals in de kinderopvang waren het minst bekend met de norm. Toch waren ruim zeven op de tien professionals werkzaam in de kinderopvang bekend met de NNGB voor volwassenen, terwijl zij zich niet richtten op deze doelgroep.



Figuur 3.1 Percentage professionals dat bekend is met de Nederlandse Norm Gezond Bewegen (NNGB) voor volwassenen.

De bekendheid met de NNGB voor kinderen is minder groot. In 2008 was ruim driekwart van de professionals bekend met deze norm en in 2009 is dat percentage niet significant toegenomen (figuur 3.2). Onder professionals die zich richtten op de doelgroep kinderen en jongeren was de bekendheid hoger dan gemiddeld. Dit gold echter niet voor de professionals werkzaam in het onderwijs. Zeven op de tien

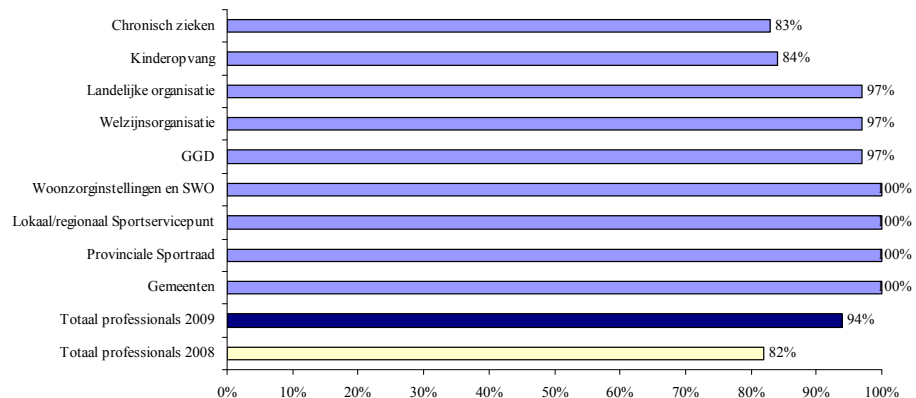
professionals uit het basis- en voortgezet onderwijs was bekend met de norm voor kinderen en volwassenen.



Figuur 3.2 Percentage professionals dat bekend is met de Nederlandse Norm Gezond Bewegen (NGB) voor kinderen en jongeren.

3.3 Algemene vragen campagne 30minutenbewegen

Aan de professionals is gevraagd of ze wel eens gehoord hadden van de campagne 30minutenbewegen. In 2008 was het merendeel van de professionals al bekend met de campagne (figuur 3.3). In 2009 waren significant meer mensen bekend met deze campagne. Ruim negen op de tien professionals had er wel eens van gehoord. Bij alle groepen professionals had minimaal 83% wel eens gehoord van de campagne.



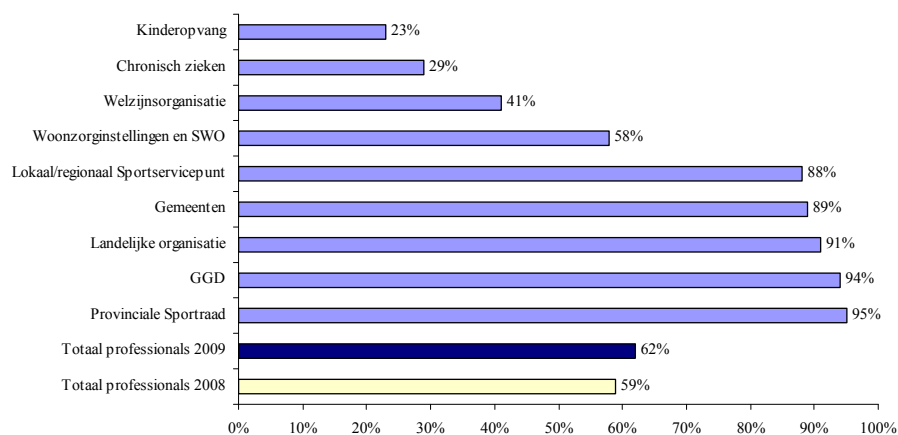
Figuur 3.3. Percentage respondenten dat wel eens gehoord heeft van de campagne 30minutenbewegen.

Vervolgens is gevraagd aan de professionals die wel eens van de campagne hadden gehoord op welke manier dat was gebeurd. In tabel 3.1 staan de resultaten beschreven voor de gehele groep professionals. In bijlage I staan de gegevens uitgesplitst voor de verschillende groepen professionals. Meerdere antwoorden konden ingevuld worden door de professionals, waardoor het totaal optelt tot meer dan 100%.

De totale groep professionals had het vaakst via een reclamespot op tv of via de nieuwsbrief van de campagne gehoord. Het minst genoemd werden de radiospot en het krantenartikel. De resultaten uitgesplitst per doelgroep bevestigden dit beeld. Een aantal verschillen kon echter ook waargenomen worden. Ruim eenderde van de professionals in de kinderopvang gaf aan via een tijdschriftartikel gehoord te hebben van de campagne (35%), terwijl de nieuwsbrief bij deze groep een veel minder grote rol speelde. Slechts 14% had via deze manier van de campagne gehoord. Het merendeel van de landelijke organisaties had via samenwerkingspartners gehoord van de campagne (74%). Meer dan de helft van de professionals werkzaam bij algemene organisatie (59%) kende de campagne van internet (59%).

Tabel 3.1 Manieren waarop de gehele groep professionals gehoord had van de campagne *30minutenbewegen*.

Manieren	%
Via de reclamespot op televisie	63% (N=328)
Via een nieuwsbrief	53% (N=278)
Via een artikel/artikelen in een tijdschrift	47% (N=244)
Via internet	46% (N=240)
Via een project/actie waar de campagne aan gekoppeld is	39% (N=203)
Via samenwerkingspartners	35% (N=176)
Via een krantenartikel	28% (N=146)
Via een radiospot	23% (N=120)
Anders	10% (N= 52)



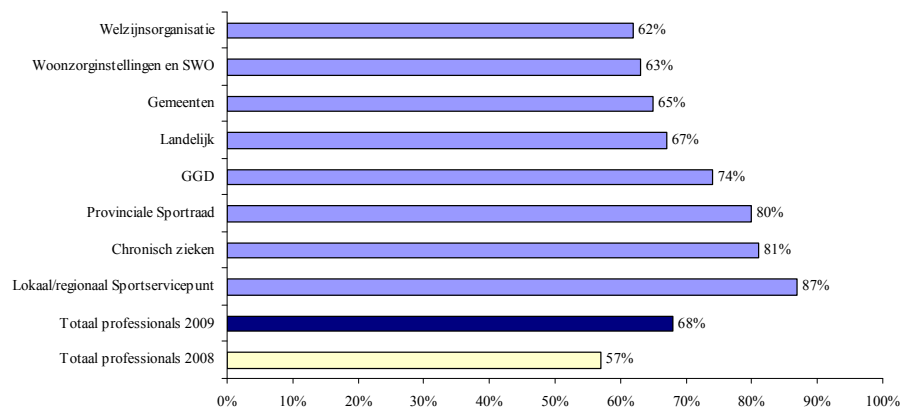
Figuur 3.4 Percentage respondentent dat aangeeft dat NISB de afzender is van de campagne *30minutenbewegen*.

Vervolgens is aan de professionals die bekend waren met de campagne gevraagd of zij wisten wie de afzender was van de campagne. De respondenten konden kiezen uit de volgende organisaties: de Nederlandse Hartstichting, het Voedingscentrum, NISB, NIGZ, RIVM, VWS en NOC*NSF. Tevens was er de mogelijkheid om een andere organisatie te noemen. Ook kon men aangeven dat men niet wist wie de afzender was. In figuur 3.4 staat per groep professionals het percentage respondentent aangegeven dat NISB had geantwoord. In 2008 gaf 59% van de professionals aan dat NISB de afzender was. In 2009 is dit percentage ongeveer gelijk gebleven. Ruim zes op de tien professionals wist dat NISB de afzender was (62%). Deze toename van 3% was niet

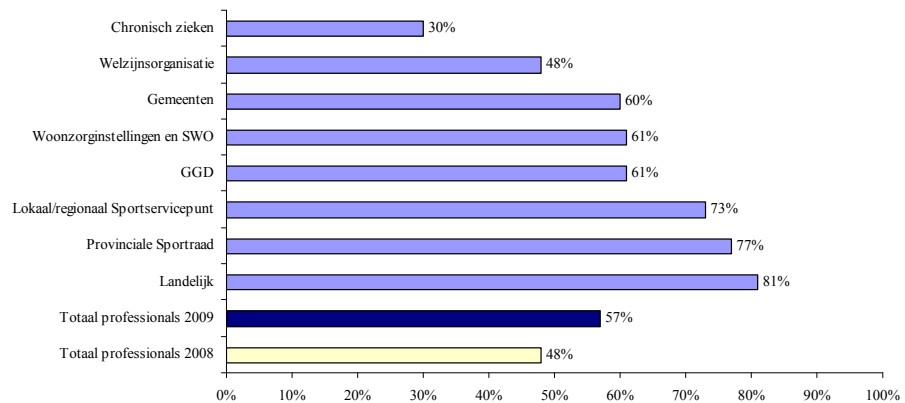
significant. Bij vier groepen professionals gaf minder dan de helft van de respondenten aan dat NISB de afzender was. De bekendheid met NISB als afzender van de campagne was laag bij professionals werkzaam bij welzijnsorganisaties, kinderopvang en professionals die zich richtten op chronisch zieken.

3.4 Meerwaarde van de campagne

Aan de hand van drie stellingen werd door de verschillende groepen respondenten aangegeven wat zij de meerwaarde vonden van de campagne *30minutenbewegen*. Ten eerste werd gevraagd aan de professionals of zij het eens waren met de stelling: “De campagne is ondersteunend aan mijn eigen activiteiten/projecten”. Figuur 3.5 geeft de resultaten weer. In 2008 was 57% van de professionals het eens met deze stelling. In 2009 was er een significante toename en was 68% van de professionals het eens met de stelling.



Figuur 3.5 Percentage professionals dat het eens is met de stelling: “De campagne is ondersteunend aan mijn eigen activiteiten/projecten”.

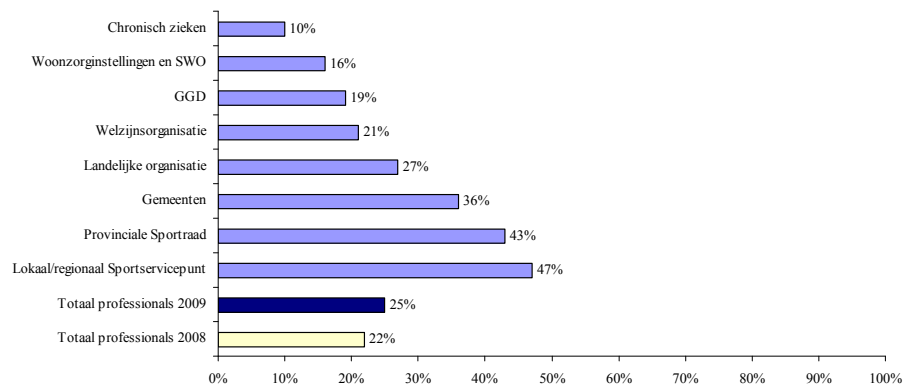


Figuur 3.6 Percentage professionals dat het eens is met de stelling: “Ik heb een duidelijk beeld van wat de campagne te bieden heeft voor mijn eigen activiteiten/projecten”.

Vervolgens is aan de professionals gevraagd of ze een duidelijk beeld hadden van wat de campagne hen te bieden had voor hun eigen activiteiten/projecten. Figuur 3.6 geeft een overzicht van de resultaten. Van de totale groep gaf 57% aan dat ze een duidelijk beeld hadden. Dit was een significante toename van 9% in vergelijking met 2008.

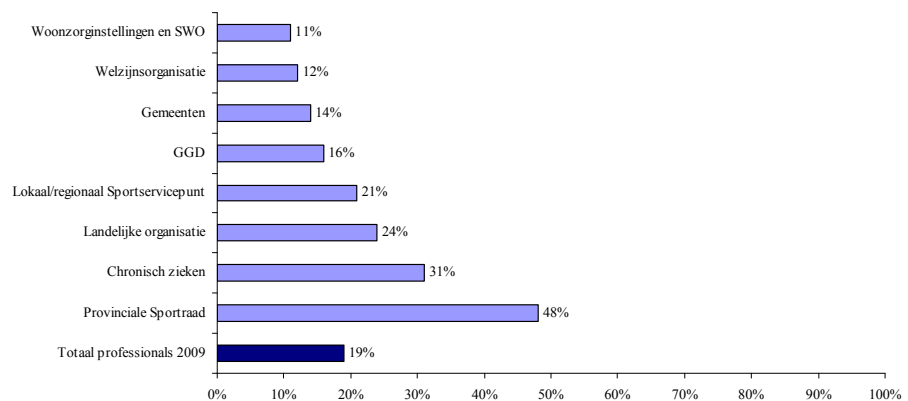
Professionals gericht op chronisch zieken hadden het minst duidelijk beeld van wat de campagne hen te bieden had.

De laatste vraag over de meerwaarde van de campagne ging over het gebruik van de campagnematerialen. Slechts één op de vier professionals maakte gebruik van de campagnematerialen (figuur 3.7). Er was geen significante toename van het gebruik van de campagnematerialen ten opzichte van 2008. Voor alle groepen professionals gold dat minder dan de helft van de professionals gebruik maakte van de materialen.



Figuur 3.7 Percentage professionals dat het eens is met de stelling: “Ik maak aantoonbaar gebruik van de campagne(-materialen)”.

Vervolgens is aan de professionals voorgelegd of ze bepaalde aspecten in de campagne misten (figuur 3.8). Slechts twee op de tien professionals gaf aan dat dit het geval was. Opvallend was dat ongeveer de helft van de professionals werkzaam bij de provinciale sportraden bepaalde aspecten miste.



Figuur 3.8 Percentage professionals dat bepaalde aspecten in de campagne mist.

3.5 Producten en diensten campagne

Aan de professionals zijn tevens vragen gesteld over producten en diensten van NISB die ingezet worden in het kader van de campagne *30minutenbewegen*. Aan de respondenten is gevraagd of ze bekend waren met vijf verschillende producten en

diensten. Indien professionals aangaven dat ze het product kenden, dan werd vervolgens gevraagd of ze er het afgelopen jaar gebruik van hadden gemaakt.

Tabel 3.2 Percentage professionals dat bekend is met en gebruik heeft gemaakt van de website www.30minutenbewegen.nl.

Professional	Bekend met	Gebruik gemaakt
Provinciale Sportraad	100%	67%
Lokaal/regionaal Sportservicepunt	93%	79%
Gemeenten	92%	62%
GGD	91%	66%
Landelijke organisaties	85%	52%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	70%	51%
Welzijnsorganisatie	70%	53%
Professionals chronisch zieken	42%	20%
Totaal professionals 2009	81%	56%
Totaal professionals 2008	64%	52%

Van de totale groep professionals was 81% bekend met de website (tabel 3.2). Dit is een significante toename in vergelijking met de bekendheid in 2008 (64%). Elke professional werkzaam bij de provinciale sportraad was bekend met de website en ook onder professionals werkzaam bij sportservicepunten, gemeenten, GGD en landelijke organisaties was de bekendheid groot. Echter, minder dan de helft van de professionals die zich richtten op chronisch zieken waren bekend met de website www.30minutenbewegen.nl. Van de professionals die bekend waren met de website, maakte ongeveer de helft gebruik van de site. Professionals die zich richtten op chronisch zieken maakten niet tot weinig gebruik van de website.

Vervolgens is gevraagd naar de website www.beweeγμαatje.nl (tabel 3.3). Van de totale groep professionals was meer dan de helft bekend met deze website. Wederom was er sprake van een toename in vergelijking met 2008. Opvallend was echter dat er grote verschillen waren tussen de groepen. Professionals die werkzaam waren bij een sportservicepunt of provinciale sportraad waren allen bekend met deze site, terwijl minder dan twee op de tien professionals werkzaam bij welzijnsorganisaties de site kende. De bekendheid onder professionals die zich richtten op chronisch zieken was nog lager. Tevens kan worden opgemerkt dat er weinig gebruik werd gemaakt van deze site. Eén op de vier professionals had in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de site.

Tabel 3.3 Percentage professionals dat de website www.beweeγμαatje.nl kent en het afgelopen jaar gebruik heeft gemaakt van deze website.

Professional	Bekend met	Gebruik gemaakt
Lokaal/regionaal Sportservicepunt	100%	21%
Provinciale Sportraad	100%	14%
GGD	88%	21%
Landelijke organisaties	65%	29%
Gemeenten	62%	26%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	30%	33%
Welzijnsorganisatie	15%	100%
Professionals chronisch zieken	8%	Te kleine aantallen
Totaal professionals 2009	53%	25%
Totaal professionals 2008	33%	28%

De resultaten over de bekendheid met de poster, draaikaart, safety vesten en vlaggenlijn van de campagne staan beschreven in tabel 3.4. Zes op de tien professionals was bekend met één of meerdere producten. Dit was een verdubbeling in vergelijking met de bekendheid in 2008 en deze toename was significant. Ook hier waren weer grote verschillen waar te nemen tussen de groepen professionals. Weinig professionals gericht op chronisch zieken en professionals werkzaam bij welzijnsorganisaties waren bekend met deze producten, terwijl de bekendheid groot was bij professionals werkzaam bij de provinciale sportraad en de GGD. Het gebruik van de campagnematerialen was het grootst onder de professionals werkzaam bij sportservicepunten. Professionals werkzaam bij landelijke organisaties maakten geen tot zeer weinig gebruik van deze producten.

Tabel 3.4 Percentage professionals dat bekend is met de poster, draaikaart, safety vesten of vlaggenlijn van de campagne *30minutenbewegen* en gebruik maakt van deze producten.

Professional	Bekend met	Gebruik gemaakt
Provinciale Sportraad	95%	45%
GGD	80%	25%
Gemeenten	77%	53%
Landelijke organisaties	73%	13%
Lokaal/regionaal Sportservicepunt	67%	89%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	51%	37%
Welzijnsorganisatie	33%	67%
Professionals chronisch zieken	19%	Te kleine aantallen
Totaal professionals 2009	62%	43%
Totaal professionals 2008	34%	43%

Vervolgens werd gevraagd naar de bekendheid met de Wateetenbeweegik-bus (tabel 3.5). Ongeveer de helft van alle professionals was bekend met deze bus. Dit is wederom bijna een verdubbeling in vergelijking met het voorgaande jaar en ook hier waren de verschillen significant. Professionals gericht op chronisch zieken waren het minst bekend met deze dienst. Het gebruik fluctueerde aanzienlijk tussen de verschillende groepen professionals. Bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen was het gebruik laag, terwijl het gebruik zeer hoog was bij welzijnsorganisaties.

Tabel 3.5 Percentage professionals dat bekend is met de Wateetenbeweegik-bus en de bus het afgelopen jaar ook heeft gebruikt.

Professional	Bekend met	Gebruik gemaakt
Provinciale Sportraad	100%	29%
GGD	88%	30%
Lokaal/regionaal Sportservicepunt	87%	46%
Landelijke organisaties	71%	21%
Gemeenten	64%	26%
Welzijnsorganisatie	26%	100%
Woonzorginstellingen/stichting welzijn ouderen	24%	21%
Professionals chronisch zieken	6%	Te kleine aantallen
Totaal professionals 2009	53%	25%
Totaal professionals 2008	28%	39%

3.6 Campagneactiviteiten Start met

In tabel 3.6 staan de resultaten beschreven over de bekendheid met de actie Start met. Ongeveer een kwart van de professionals was bekend met deze actie (27%). De bekendheid was alleen hoog te noemen bij professionals werkzaam bij provinciale sportraden. Bij de andere groepen lag het percentage lager dan 48%. Ook werd er weinig gebruik gemaakt van de actie. Van de professionals die bekend waren met de actie gaf één op de vijf aan gebruik te maken van de actie. Dit percentage was hoger bij professionals werkzaam bij sportservicepunten (50%).

Tabel 3.6 Percentage professionals dat bekend is met en gebruik heeft gemaakt van de actie Start met.

Professional	Bekend met	Gebruik gemaakt
Provinciale Sportraad	90%	21%
GGD	47%	20%
Landelijke organisatie	44%	21%
Lokaal/regionaal Sportservicepunt	29%	50%
Welzijnsorganisatie	12%	Te kleine aantallen
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	8%	Te kleine aantallen
Totaal professionals 2009	27%	27%

3.7 Deelcampagne *Dubbel30*

Aan professionals werkzaam in de kinderopvang en professionals werkzaam in het VMBO is gevraagd of zij bekend waren met de campagne *Dubbel30*. Bij de kinderopvang bleek slechts 4% bekend te zijn met deze campagne. Bij de professionals werkzaam in het VMBO lag dit percentage op 48%. Hierna werd gevraagd op welke manier de professionals van de campagne *Dubbel30* hadden gehoord. In tabel 3.7 staan de resultaten alleen beschreven voor de VMBO professionals, aangezien de bekendheid onder professionals in de kinderopvang te laag was voor een verdere uitsplitsing. De professionals werkzaam in het VMBO hadden het meest via de nieuwsbrief, het internet en tijdschriftartikelen gehoord van de campagne. De radiospot en de samenwerkingspartners droegen het minste bij aan de bekendheid.

Tabel 3.7 Op welke manier heeft u van de campagne *Dubbel30* gehoord?

Manieren	%
Via een nieuwsbrief	73%
Via internet	46%
Via een artikel/artikelen in een tijdschrift	46%
Via een project/actie waar de campagne aan gekoppeld is	36%
Via de reclamespot op televisie	36%
Via een krantenartikel	18%
Via een radiospot	9%
Via samenwerkingspartners	9%
Anders	9%

Vervolgens is aan de professionals voorgelegd wie de afzender van de campagne *Dubbel30* was. Ruim acht op de tien professionals werkzaam in het VMBO wist dat NISB de afzender was van de campagne *Dubbel30* (82%).

Ten slotte werden aan deze groep professionals stellingen voorgelegd over de meerwaarde van de campagne. De resultaten staan beschreven in tabel 3.8. Weinig professionals vonden de campagne ondersteunend aan de eigen activiteiten of hadden een duidelijk beeld van wat de campagne te bieden had. Slechts één op de tien professionals maakte aantoonbaar gebruik van de campagne en één op de drie professionals vond de campagne een belangrijk middel om jongeren te stimuleren meer te bewegen. Toch gaf zeven van de tien professionals aan dat de campagne in de toekomst moet blijven voortbestaan.

Tabel 3.8 Percentage professionals dat het eens is met de vijf stellingen over de campagne *Dubbel30*.

Stelling	%
De campagne is ondersteunend aan mijn eigen activiteiten/projecten	33%
Ik heb een duidelijk beeld van wat de campagne te bieden heeft voor mijn eigen activiteiten/projecten	10%
Ik maak aantoonbaar gebruik van de campagne(-materialen)	10%
De campagne is een belangrijk middel om jongeren te stimuleren meer te bewegen	33%
De campagne <i>dubbel30</i> moet in de toekomst blijven voortbestaan	70%

Aan de professionals die werkzaam waren in het onderwijs is gevraagd of de school het afgelopen jaar een themawEEK had georganiseerd rondom sport en bewegen of actieve leefstijl. In totaal gaf 29% van deze professionals aan dat er zo'n themawEEK georganiseerd was.

Aan de VMBO professionals werden nog een aantal vragen voorgelegd over producten en diensten van NISB die ingezet worden in het kader van de *Dubbel30* campagne en die specifiek gericht zijn op VMBO leerlingen. Opmerkelijk is dat per product/dienst meer dan de helft van de professionals niet bekend was met de desbetreffende dienst/product. Ook werd er weinig gebruik gemaakt van de producten/diensten. Alleen de Ali B poster werd door driekwart van de professionals gebruikt.

Tabel 3.9 Percentage professionals dat bekend is met en gebruik heeft gemaakt van de diensten/producten voor VMBO leerlingen.

Professional	Bekend met	Gebruik gemaakt
Het onderdeel VMBO voor professionals op de website www.30minutenbewegen.nl	35%	38%
De website www.dubbel30.nl	39%	38%
De website www.beweegmaatje.nl	0%	0%
De dubbel30 Energy Tour	39%	40%
Jouw dubbel30movie	9%	Te kleine aantallen
De handleiding Actieve Leefstijl	30%	13%
De wateetenbeweegik-bus	9%	Te kleine aantallen
Werk maken van bewegen op het werk	0%	Te kleine aantallen
De beweegtest op www.dubbel30.nl	27%	Te kleine aantallen
Dubbel30beweegpaspoort	30%	25%
Ali B poster dubbel30	43%	75%

3.8 Deelcampagne 50+

Nadat alle professionals de vragen hadden beantwoord over de algemene producten en diensten die door NISB worden ingezet in het kader van de campagne

30minutenbewegen, werden per doelgroep vragen gesteld over doelgroepspecifieke producten en diensten.

Ten eerste werd aan de professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen gevraagd of hun organisatie zich specifiek richtte op sport- en beweegstimulering van inactieve of kwetsbare ouderen. In totaal gaf 62% van de professionals aan dat hun organisatie zich specifiek richtte op sport- en beweegstimulering bij deze doelgroep.

Aan deze groep professionals werden vervolgens vragen gesteld over beleid en beweegprojecten. Driekwart van de professionals antwoordde dat hun organisatie specifiek beleid had over bewegen voor inactieve of kwetsbare ouderen (74%) en bijna iedereen gaf aan dat de organisatie speciale beweegprojecten en/of –activiteiten uitvoerde voor deze groep (97%).

Tabel 3.10 Percentage professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen dat aangeeft bekend te zijn met de vijf onderstaande producten of diensten.

Professional	Bekend met
De handleiding Hoe organiseer ik een beweegweek in een woonzorginstelling	14%
Het Handboek Lokale Taskforce 50+	11%
De bundel Beweegplannen voor Woonzorginstellingen naar aanleiding van de FLASH-Award	8%
Het Handboek Communities in Beweging	8%
Het Stappenplan Beweegbeleid Woonzorginstellingen	5%

Hierna werden aan de professionals vragen gesteld over vijf producten of diensten die in het algemeen ingezet kunnen worden om te weinig-actieve 50-plussers in beweging te krijgen. In tabel 3.10 staan deze resultaten beschreven. Per product of dienst bleek dat minder dan 15% van de professionals bekend was met het product. De bekendheid met de specifieke producten voor 50-plussers was dus erg laag te noemen.

Tabel 3.11 Percentage professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen dat aangeeft bekend te zijn met de drie onderstaande producten of diensten.

Professional	Bekend met	Gebruikt
Onderdeel 50+ op de website www.30minutenbewegen.nl	62%	40%
Beweegworkshop van de campagne-ambassadeurs Olga en Duco	25%	31%
Kaartenactie Scoor een beweegmaatje	25%	53%

Ten slotte werden er ook nog vragen gesteld over drie producten of diensten die specifiek voor 50-plussers ingezet worden in het kader van de campagne *30minutenbewegen*. In tabel 3.11 staan de resultaten beschreven. De bekendheid was het grootst met het onderdeel 50+ op de website www.30minutenbewegen.nl. In totaal was 62% van de professionals bekend met dit onderdeel en van deze professionals gebruikte vier op de tien professionals het onderdeel op de website. Minder bekend waren de professionals met de andere twee producten. Een kwart van de professionals was bekend met de beweegworkshop van de campagne-ambassadeurs Olga en Duco en 31% hiervan maakte er ook gebruik van. Eén op de vier professionals was bekend met de kaartenactie Scoor een beweegmaatje en de helft van deze professionals maakte het afgelopen jaar gebruik van deze actie (53%).

3.9 Deelcampagne chronisch zieken

Vervolgens is aan professionals werkzaam in gezondheidscentra, fysiotherapiepraktijken of huisartsenpraktijken gevraagd welke prioriteit het stimuleren van sport en bewegen bij chronisch zieken had binnen de organisatie. Meer dan de helft van de professionals gaf aan hoog (51%) en 45% gaf aan dat het een heel hoge prioriteit had.

Verder is aan deze professionals gevraagd of ze zelf ook betrokken waren bij bewegestimulering van mensen met een verhoogd risico op een chronische ziekte. Ruim negen op de tien professionals was betrokken bij bewegestimulering van deze doelgroep. Hierna is gevraagd op welke doelgroepen van chronisch zieken de organisatie zich richtte om bewegen te stimuleren. De resultaten staan in tabel 3.12 weergegeven. Bij deze vraag konden meerdere antwoordmogelijkheden aangekruist worden, waardoor het percentage optelt tot meer dan 100%. De organisaties richtten zich met name op diabetespatiënten, patiënten met luchtwegaandoening en patiënten met overgewicht. Patiënten met maag- en darmaandoening, migraine of huidziekten werden het minst genoemd.

Tabel 3.12 Percentage professionals dat aangeeft dat hun organisatie zich richt op de desbetreffende doelgroep(en) van chronisch zieken om het bewegen te stimuleren (Meerdere antwoorden mogelijk).

Aandoening	%
Diabetes Mellitus I en II	77%
Luchtwegaandoeningen (astma, COPD, etc)	77%
Overgewicht	74%
Hart- en vaatziekten	71%
Rug- en gewrichtsaandoeningen	64%
Psychische aandoening	29%
Kanker	19%
Anders	10%
Maag- en darmaandoeningen	6%
Migraine	4%
Huidziekten	0%

Tabel 3.13 Percentage respondenten dat aangeeft dat hun organisatie de desbetreffende activiteit uitvoert om bewegen bij risicogroepen van chronische ziekten te stimuleren (meerdere antwoorden mogelijk).

Activiteiten	%
Adviseren over bewegen en de beweegnorm	89%
Aanbieden van bewegingstherapie	66%
Adviseren over geschikt beweegaanbod in de buurt	63%
Aanbieden van beweegaanbod op maat (niet therapeutisch)	36%
Initiëren van beweeprojecten	32%
Ontwikkelen van gezondheidsbeleid	14%
Anders	7%
Ontwikkelen van sportbeleid	6%
Geen concrete activiteiten	4%
Belangenbehartiging	1%

Vervolgens werd gevraagd welke activiteiten een organisatie uitvoerde om bewegen te stimuleren bij risicogroepen van chronisch zieken. In tabel 3.13 staan de gegevens

uitgesplitst voor risicogroepen van chronisch zieken en in tabel 3.14 voor de groep chronisch zieken. Opvallend is dat veel organisaties specifieke activiteiten uitvoerden voor deze doelgroepen, waarbij zij zich met name richtten op advisering over bewegen, de beweegnorm en geschikt beweegaanbod in de buurt en het aanbieden van bewegingstherapie. Ontwikkeling van sportbeleid en belangenbehartiging werden niet vaak genoemd als activiteit.

Tabel 3.14 Percentage respondenten dat aangeeft welke activiteiten hun organisatie uitvoert om bewegen bij chronisch zieken te stimuleren (meerdere antwoorden mogelijk).

Activiteiten	%
Adviseren over bewegen en de beweegnorm	89%
Adviseren over geschikt beweegaanbod in de buurt	63%
Aanbieden van bewegingstherapie	60%
Verwijzen naar fysiotherapeuten	51%
Aanbieden van beweegaanbod op maat (niet therapeutisch)	36%
Initiëren van beweegprojecten	27%
Ontwikkelen van gezondheidsbeleid	15%
Ontwikkelen van sportbeleid	6%
Belangenbehartiging	4%
Geen concrete activiteiten	1%
Anders	1%

Vervolgens werd aan deze groep professionals gevraagd of zij bekend waren met acht projecten of diensten voor chronisch zieken die ingezet kunnen worden in het kader van de deelcampagne *30minutenbewegen*. Tabel 3.15 geeft deze resultaten weer. Het merendeel van de professionals was niet bekend met de producten. Een kwart of minder kende de websites sportiefbewegen.nl, de nieuwpraktijk.nl en het onderdeel Chronisch Zieken op de site www.30minutenbewegen.nl. De bekendheid met de folderlijn en de website aktiefadvies.nl was nog geringer.

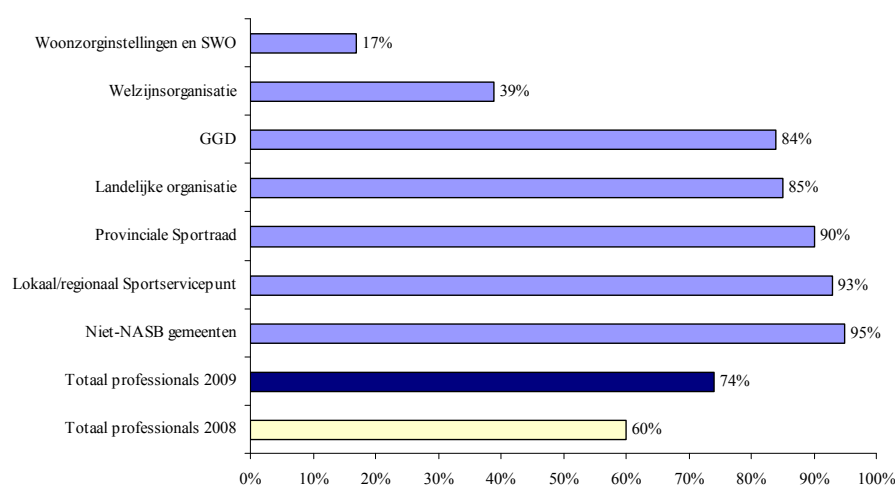
Tabel 3.15 Percentage professionals dat bekend is met en gebruik maakt van de producten en diensten voor chronisch zieken die ingezet kunnen worden in het kader van de deelcampagne *30minutenbewegen*.

Producten of Diensten	Bekend	Gebruikt
De folder Gezond Bewegen van het Nederlands Huisartsen genootschap	40%	56%
De NHG patiëntenbrief Gezond Bewegen	35%	70%
De website sportiefbewegen.nl	25%	29%
De website denieuwepraktijk.nl	20%	33%
Het onderdeel Chronisch Zieken op de website www.30minutenbewegen.nl	19%	N te klein
De folderlijn sportief bewegen	11%	N te klein
De website aktiefadvies.nl	4%	N te klein

4 Nationaal Actieplan Sport en Bewegen

4.1 Bekend met NASB en NASB producten

In dit hoofdstuk staan de resultaten centraal met betrekking tot het Nationaal Actieplan Sport en Bewegen (NASB). Professionals werkzaam bij woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen (N=70), onderwijs (N=172), NASB gemeenten (N=41), niet-NASB gemeenten (N=113), algemene organisaties (N=107), landelijke organisaties (N=36) en professionals die zich richten op chronisch zieken (N=78) hebben vragen over het NASB beantwoord. Ten eerste werd gevraagd aan de professionals of ze bekend waren met het NASB. In figuur 4.1 staan de resultaten weergegeven.



Figuur 4.1. Percentage professionals dat aangeeft bekend te zijn met het Nationaal Actieplan Sport en Bewegen (NASB).

Ongeveer driekwart van de professionals was bekend met het NASB. Dit was een significante stijging ten opzichte van 2008 (60%). In het afgelopen jaar is de bekendheid met het NASB dus onder professionals toegenomen. De bekendheid met het NASB was het laagst onder de groep professionals werkzaam bij welzijnsorganisaties, woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen.

Vervolgens werden verschillende vragen voorgelegd over de producten van het NASB. Ten eerste werd gevraagd of de professionals bekend waren met het product. Zo ja, dan werd gevraagd of het desbetreffende product nuttig was voor de werkzaamheden.

In tabel 4.1 staan de resultaten met betrekking tot de nieuwsbrief beschreven. Het merendeel van de professionals was bekend met de nieuwsbrief (77%). Dit was geen significante verandering ten opzichte van vorig jaar (73%). De bekendheid met de nieuwsbrief was erg hoog onder professionals werkzaam bij NASB gemeenten (98%). Dit was echter niet significant hoger dan vorig jaar (94%). Ook waren er dit jaar geen verschillen waar te nemen tussen de bekendheid onder NASB en niet-NASB professionals. Geconcludeerd kan dus worden dat de bekendheid met de nieuwsbrief

onder ambtenaren net als vorig jaar erg hoog was. De nieuwsbrief werd door alle groepen professionals als nuttig ervaren voor de werkzaamheden.

Tabel 4.1 Percentage professionals dat aangeeft bekend te zijn met de nieuwsbrief en de nieuwsbrief nuttig vindt

Professional	Bekend	Nuttig
NASB gemeenten	98%	90%
Niet-NASB gemeenten	94%	75%
Lokaal/regionaal Sportservicepunt	86%	83%
Provinciale Sportraad	84%	100%
GGD	61%	100%
Welzijnsorganisatie	45%	100%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	44%	88%
Landelijke organisaties	38%	82%
Totaal professionals 2009	77%	83%

Aan de professionals is tevens gevraagd of zij bekend waren met de website www.nasb.nl. In tabel 4.2 staan de resultaten weergegeven. Gemiddeld waren acht van de tien professionals bekend met deze website. Dit was niet significant verschillend ten opzichte van vorig jaar (80%). Alle professionals werkzaam bij NASB gemeenten kenden de website. Het bleek dat deze professionals significant beter bekend waren met de website dan hun collega's bij niet-NASB gemeenten. Vorig jaar kenden bijna alle NASB professionals de website al (98%), waardoor er dit jaar geen significante vergroting in bekendheid heeft plaatsgevonden. Ook hier werd de website weer als erg nuttig ervaren voor de werkzaamheden.

Tabel 4.2 Percentage professionals dat aangeeft bekend te zijn met de website www.nasb.nl en de website nuttig vindt.

Professional	Bekend	Nuttig
NASB gemeenten	100%	97%
Lokaal/regionaal Sportservicepunt	100%	71%
Niet-NASB gemeenten	88%	78%
Provinciale Sportraad	79%	87%
GGD	79%	86%
Welzijnsorganisatie	73%	100%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	69%	78%
Landelijke organisaties	46%	75%
Totaal professionals 2009	81%	83%

Vervolgens werd gevraagd naar de bekendheid met het overzicht kansrijke beweegprojecten. Dit overzicht wordt ook wel het interventieoverzicht genoemd. In tabel 4.3 staat het percentage professionals weergegeven dat bekend was met deze kansrijke projecten. Ongeveer zeven op de tien professionals was bekend met het interventieoverzicht. Dat was niet significant verschillend met vorig jaar (61%). Wederom waren er ook geen significante verschillen waar te nemen tussen professionals werkzaam bij NASB en niet-NASB gemeenten. Vervolgens is aan deze professionals gevraagd of ze het overzicht nuttig vonden voor hun werkzaamheden. Net als bij de andere producten werd het overzicht als zeer nuttig ervaren.

Tabel 4.3 Percentage professionals dat aangeeft bekend te zijn met het overzicht van kansrijke beweegprojecten (interventieoverzicht) en het overzicht nuttig vindt.

Professional	Bekend	Nuttig
NASB gemeenten	95%	95%
Provinciale Sportraad	84%	100%
GGD	75%	100%
Lokaal/regionaal sportservicepunt	74%	90%
Niet-NASB gemeenten	69%	73%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	50%	71%
Landelijke organisaties	41%	100%
Welzijnsorganisatie	30%	100%
Totaal professionals 2009	68%	85%

Aan de NASB en niet-NASB gemeenten werden nog drie extra producten voorgelegd. Ten eerste werd gevraagd naar de bekendheid met de NASB gemeentecheck. De bekendheid onder professionals werkzaam bij NASB gemeenten was significant groter dan onder professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten (60% versus 36%). Ongeveer de helft van de professionals die bekend waren met de gemeentecheck vond dit product ook nuttig (NASB = 57%; niet-NASB = 58%).

Ten tweede is gevraagd naar de menukaart Sport en Bewegen. Minder dan de helft van de professionals werkzaam bij gemeenten was bekend met dit product en er waren geen verschillen waar te nemen tussen de twee groepen gemeenten (NASB = 45%; niet-NASB = 46%). De professionals die wel bekend waren met het product vonden het wel erg nuttig (NASB = 88%; niet-NASB = 82%).

Ten slotte werd gevraagd naar de bekendheid met de Monitoring en Evaluatiewijzer Sport- en Bewegbeleid. Er werden geen significant verschillen gevonden voor professionals werkzaam bij NASB en niet-NASB gemeenten. In totaal gaf 34% van de professionals werkzaam bij NASB gemeenten en 34% van de professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten aan dat ze bekend waren met dit product. Van deze groep professionals vond het merendeel de wijzer wel nuttig (NASB = 80%; niet-NASB = 76%).

4.2 Ondersteuning NASB

Aan professionals werkzaam bij NASB gemeenten zijn vervolgens een tweetal vragen gesteld over de ondersteuning. Van de groep professionals was 73% (heel) tevreden, 5% was noch tevreden/noch ontevreden en 3% was (heel) ontevreden met de ondersteuning van de NASB-adviseur van de Provinciale Sportraad bij de praktische uitvoering van het NASB. In totaal gaf één op de vijf professionals aan dat ze nog geen contact hadden gehad met de NASB-adviseur (20%). Er werden geen verschillen gevonden in tevredenheid met de NASB adviseur ten opzichte van vorig jaar.

Hierna werd gevraagd naar de tevredenheid met de ondersteuning van NISB bij de praktische uitvoering van het NASB. Ruim de helft van de professionals was (heel) tevreden (53%), 28% noch tevreden/noch ontevreden en 3% (heel) ontevreden. In totaal gaf 18% van de professionals aan nog geen contact gehad te hebben. De mate van tevredenheid verschilde niet met vorig jaar.

Aan de professionals is ook voorgelegd op welke thema's ze graag ondersteuning zouden willen hebben. In tabel 4.4 staan de resultaten beschreven voor de professionals werkzaam bij NASB gemeenten en in tabel 4.5 voor professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten. De top 4 voor beide groepen professionals bestaan uit dezelfde thema's. Professionals werkzaam bij gemeenten hebben met name behoefte aan monitoring en evalueren, het bereiken van specifieke doelgroepen, geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen en cijfers over bewegen. In de meeste gevallen wordt gekozen voor schriftelijke materialen als vorm en soms voor een te vormen netwerk.

Tabel 4.4 Percentage professionals werkzaam bij NASB gemeenten dat behoefte heeft aan ondersteuning op de verschillende thema's

Thema's	Ja (%)	Meest genoemde vorm
Monitoren en evalueren	50%	Schriftelijke materialen (57%)
Het bereiken van specifieke doelgroepen	48%	Een te vormen netwerk (31%)
Geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen	45%	Schriftelijke materialen (58%)
Cijfers over bewegen	42%	Schriftelijke materialen (82%)
Campagneactiviteiten om mensen in beweging te krijgen	39%	Schriftelijke materialen (60%)
Praktische werkvormen om mensen in beweging te krijgen	38%	Schriftelijke materialen (75%)
Kwaliteits- en deskundigheidsbewaking betreffende de uitvoering	35%	Een te vormen netwerk (38%)
Verbeteren van de samenwerking met partners	31%	Een te vormen netwerk (43%) Training (43%)
Opstellen van integraal beweegbeleid	28%	Schriftelijke materialen (43%)
Opstellen van (project)plannen voor bewegen	14%	Schriftelijke materialen (67%)
Anders	10%	nvt

Tabel 4.5 Percentage professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten dat behoefte heeft aan ondersteuning op de verschillende thema's

	Ja (%)	Meest genoemde vorm
Cijfers over bewegen	65%	Schriftelijke materialen (83%)
Monitoren en evalueren	58%	Schriftelijke materialen (61%)
Het bereiken van specifieke doelgroepen	58%	Schriftelijke materialen (41%)
Geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen	54%	Schriftelijke materialen (50%)
Campagneactiviteiten om mensen in beweging te krijgen	51%	Schriftelijke materialen (53%)
Praktische werkvormen om mensen in beweging te krijgen	46%	Schriftelijke materialen (46%)
Opstellen van integraal beweegbeleid	45%	Schriftelijke materialen (58%)
Opstellen van (project)plannen voor bewegen	45%	Schriftelijke materialen (50%)
Verbeteren van de samenwerking met partners	36%	Een te vormen netwerk (33%)
Kwaliteits- en deskundigheidsbewaking betreffende de uitvoering	35%	Een te vormen netwerk (40%)
Anders	8%	nvt

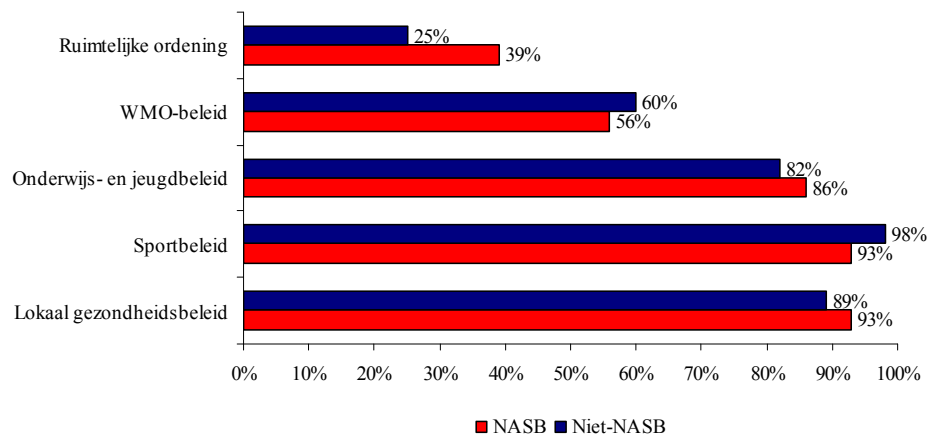
4.3 Gemeentelijk beleid en uitvoering

Aan de professionals werkzaam bij NASB en niet-NASB gemeenten is gevraagd of de gemeente beleid uitvoert dat specifiek gericht is op beweegstimulering van de doelgroep te-wenig actieven. In totaal gaf 95% van de professionals werkzaam bij NASB gemeenten en 85% van de professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten

aan dat hun gemeente inderdaad specifiek beleid had gericht op deze doelgroep. Het verschil tussen deze groepen was niet significant. Echter in vergelijking met vorig jaar (76%) richten dit jaar significant meer NASB gemeenten zich op te-wenig actieven.

Vervolgens is aan de professionals voorgelegd of er binnen de gemeente expliciet aandacht was voor te-wenig actieven in projecten of activiteiten. In totaal was dit het geval bij 98% van de professionals werkzaam bij NASB gemeenten en bij 82% van de professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten. Hierbij was wel sprake van een significant verschil. Ook was dat voor NASB gemeenten een significante verbetering ten opzichte van vorig jaar (68%).

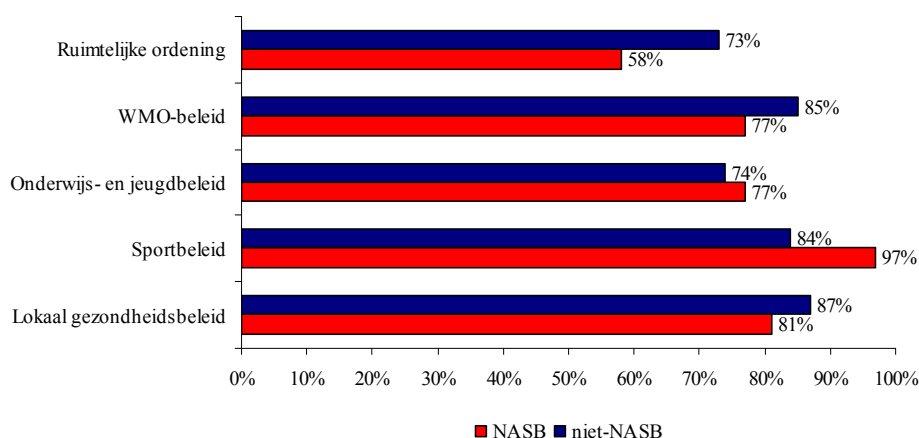
Hierna werd gevraagd of de gemeente in haar beleid aandacht had voor het realiseren van een meer beweegvriendelijke omgeving, dat wil zeggen een omgeving waar sport en beweging wordt gestimuleerd. Negen op de tien professionals werkzaam bij NASB gemeenten (90%) en ruim acht op de tien professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten gaf aan dat hun gemeente specifiek aandacht had voor dit thema. Het verschil tussen de groepen was echter niet significant.



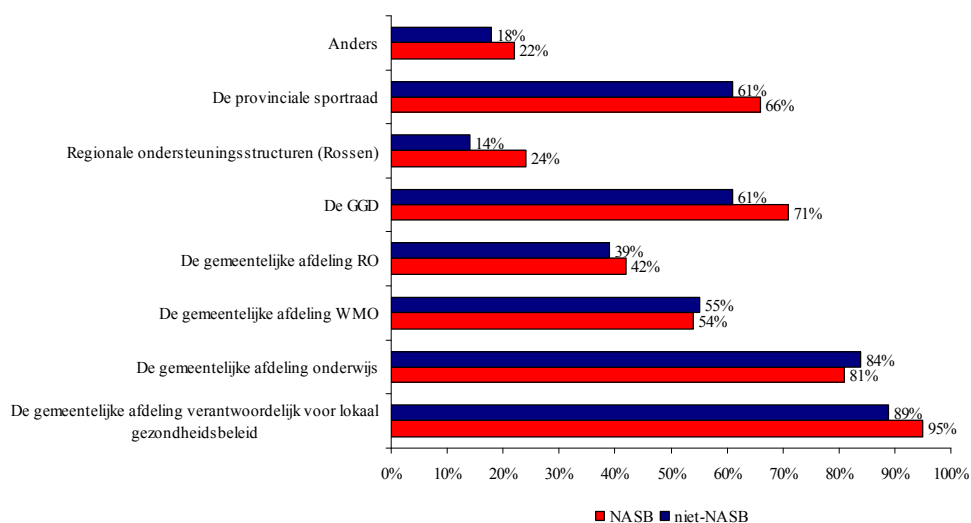
Figuur 4.2 Percentage professionals dat aangeeft dat bij hun gemeente beweegprojecten en -activiteiten deel uit maken van de verschillende beleidsterreinen.

Hierna zijn aan de NASB gemeenten en de niet-NASB gemeenten specifieke vragen gesteld op het gebied van beleid en overleg met diverse partijen. Ten eerste is gevraagd of beweegprojecten en -activiteiten deel uit maakten van het lokaal gezondheidsbeleid, sportbeleid, onderwijs- en jeugdbeleid, WMO-beleid en ruimtelijke ordening van gemeenten. De resultaten zijn gesplitst voor NASB en niet-NASB gemeenten en weergegeven in figuur 4.2. In het algemeen kan geconcludeerd worden dat bij zowel NASB gemeenten als niet-NASB gemeenten beweegprojecten en -activiteiten in het merendeel van de gevallen deel uit maakten van het beleid. Op het gebied van ruimtelijke ordening was dat minder het geval. De gevonden verschillen tussen NASB en niet-NASB gemeenten waren niet significant.

Aan professionals die werkzaam waren bij gemeenten waar beweegprojecten en -activiteiten deel uit maakten van de verschillende beleidsterreinen werd gevraagd of dit ook beschreven was in de nota. In het merendeel van de gevallen bleken deze beweegprojecten en -activiteiten wel beschreven te zijn in de diverse nota's (figuur 4.3).



Figuur 4.3 Percentage professionals dat aangeeft dat bij hun gemeente beweegprojecten en – activiteiten beschreven staan in de nota's met betrekking tot het lokale gezondheidsbeleid, sportbeleid, welzijnsbeleid, WMO-beleid en ruimtelijke ordening.



Figuur 4.4 Percentage professionals dat aangeeft dat er voor het inzetten van beweegprojecten structureel overlegd is met de provinciale sportraad, GGD en de gemeentelijke afdeling.

Vervolgens is aan de ambtenaren gevraagd of er voor het inzetten van beweegprojecten overlegd is met de gemeentelijke afdeling verantwoordelijk voor het lokaal gezondheidsbeleid, met de GGD en met de provinciale sportraad. In figuur 4.4 staat weergegeven hoeveel gemeenten er voor het inzetten van beweegprojecten structureel overlegd hebben met onder andere de gemeentelijke afdeling verantwoordelijk voor lokaal gezondheidsbeleid, met de GGD en met de provinciale sportraad.

4.4 Algemene projecten

In deze paragraaf worden de resultaten beschreven met betrekking tot de algemene beweegprojecten. Dit zijn projecten die ingezet kunnen worden bij verschillende doelgroepen om sport en bewegen te stimuleren. Deze vragen zijn voorgelegd aan professionals werkzaam bij NASB gemeenten, niet-NASB gemeenten en algemene organisaties (provinciale sportraden, GGD'en, sportservicepunten/gemeentelijke sportbedrijven en welzijnsorganisaties).

Het project *Liever bewegen dan moe* is ook voorgelegd aan professionals die zich richtten op chronisch zieken. Aan professionals die het desbetreffende project kenden, werd vervolgens gevraagd of ze het afgelopen jaar betrokken waren geweest bij het project. Aan professionals werkzaam bij gemeenten is deze laatste vraag iets anders geformuleerd. Aan deze groep professionals werd namelijk gevraagd of het project uitgevoerd is in hun gemeente.

Tabel 4.6 Percentage professionals dat bekend is met en betrokken is geweest bij de algemene beweegprojecten

Professional	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
Communities in Beweging		
NASB gemeenten	81%	20%
Niet-NASB gemeenten	48%	13%
Algemene organisatie	66%	25%
BeInteractive		
NASB gemeenten	21%	40%
Niet-NASB gemeenten	8%	Te kleine aantallen
Algemene organisatie	8%	Te kleine aantallen
Lokaal Actief		
NASB gemeenten	52%	31%
Niet-NASB gemeenten	40%	8%
Algemene organisatie	43%	25%
Beweegkriebels		
NASB gemeenten	89%	59%
Niet-NASB gemeenten	71%	41%
Algemene organisatie	71%	49%
Beweegplezier vanaf 4		
NASB gemeenten	29%	29%
Niet-NASB gemeenten	16%	40%
Algemene organisatie	44%	42%
Liever bewegen dan moe		
NASB gemeenten	13%	Te kleine aantallen
Niet-NASB gemeenten	8%	Te kleine aantallen
Algemene organisatie	15%	Te kleine aantallen
Chronisch zieken	6%	Te kleine aantallen

Ten eerste is de aanpak *Communities in Beweging* voorgelegd aan de professionals. Tabel 4.6 geeft weer dat professionals werkzaam bij NASB gemeenten het meest bekend waren met de aanpak en significant beter op de hoogte waren dan niet-NASB gemeenten. Bij één op de vijf NASB gemeenten werd de aanpak uitgevoerd. Dit percentage was hoger dan de 13% bij niet-NASB gemeenten.

Ten tweede werd gevraagd naar de bekendheid met het project *BeInteractive*. Weinig professionals waren bekend met dit project. Er was geen verschil in bekendheid tussen professionals werkzaam bij NASB en niet-NASB gemeenten. Van de professionals die

bekend waren met het project gaf 40% aan dat hun gemeente het project had uitgevoerd in het afgelopen jaar.

Hierna werden vragen gesteld over de aanpak Lokaal Actief. Meer dan de helft van de ambtenaren werkzaam bij NASB gemeenten was bekend met deze aanpak. Dit was significant hoger dan bij professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten. Het project werd bij weinig gemeenten uitgevoerd.

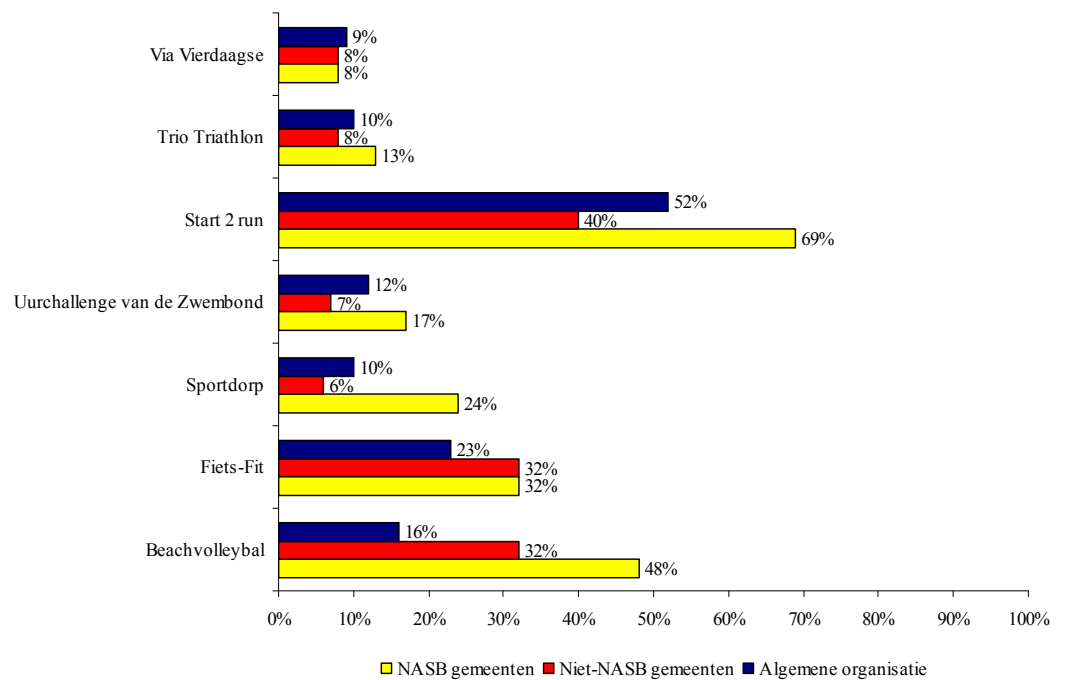
Vervolgens is gevraagd naar de bekendheid met het project Beweegkriebels. Meer dan zeven van de tien professionals werkzaam bij NASB en niet-NASB gemeenten waren bekend met dit project. Er waren geen verschillen tussen deze twee groepen. Bij ruim de helft van de NASB gemeenten en iets minder dan helft van de niet-NASB gemeenten werd het project uitgevoerd.

De bekendheid met het project Beweegplezier vanaf 4 was minder groot. Minder dan 30% van de professionals werkzaam bij NASB gemeenten was bekend met dit project. Bij niet-NASB gemeenten was de bekendheid significant lager (16%). Ook dit project werd bij het merendeel van de gemeenten niet uitgevoerd.

Ten slotte werd gevraagd naar de bekendheid met het programma Liever bewegen dan moe. Dit programma was bij de professionals werkzaam bij NASB en niet-NASB gemeenten nauwelijks bekend. Er was geen verschil in bekendheid voor professionals werkzaam bij NASB en niet-NASB gemeenten.

Vervolgens is voor NASB gemeenten gekeken naar de bekendheid met deze projecten in 2008. Alleen voor het project BeInteractive was een significante verbetering in bekendheid opgetreden. Voor de overige projecten was de bekendheid niet verbeterd. In Bijlage II staan de resultaten voor 2008 en 2009 weergegeven met betrekking tot de bekendheid met de algemene beweegprojecten.

Aan professionals werkzaam bij NASB gemeenten, niet-NASB gemeenten en algemene organisaties werden nog vragen gesteld over zeven sportprojecten die ingezet kunnen worden voor verschillende doelgroepen, te weten: het project Beachvolleybal, het project Fiets-Fit, het concept Sportdorp, het project Uurchallenge van de Zwembond, het project Start 2 Run, het project Trio Triathlon en het project Via Vierdaagse. In figuur 4.5 staan de resultaten weergegeven.



Figuur 4.5 Percentage professionals dat aangeeft bekend te zijn met de diverse sportprojecten.

Weinig professionals waren bekend met de projecten Via Vierdaagse, Trio Triathlon, Uurchallenge van de Zwembond en Sportdorp. De bekendheid met het Fiets-Fit project was groter. Bijna één op de drie professionals werkzaam bij NASB gemeenten of niet-NASB gemeenten was bekend met dit project. Echter, niemand van deze groep professionals gaf aan dat het project uitgevoerd was bij hun gemeente. De professionals werkzaam bij gemeenten (NASB = 48%; niet-NASB = 32%) waren beter bekend met het project Beachvolleybal dan de professionals werkzaam bij algemene organisaties (16%). In totaal gaf 36% van de professionals werkzaam bij NASB gemeenten en 30% werkzaam bij niet-NASB gemeenten aan dat het project in hun gemeente uitgevoerd was.

De bekendheid met het project Start 2 run was het grootst. Bijna zeven van de tien professionals werkzaam bij NASB gemeenten en vier op de tien professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten was bekend met dit project. Bij ruim vier op de tien gemeenten (NASB = 41%; niet-NASB = 44%) werd dit project uitgevoerd.

4.5 Projecten basisonderwijs

Aan ambtenaren en projectleiders WMO van NASB en niet-NASB gemeenten is gevraagd of hun gemeente specifiek beleid had gericht op beweegstimulering van kinderen op de basisschool. Voor beide groepen was dit bij ruim acht van de tien professionals het geval (NASB = 85%; niet-NASB = 84%), waarbij de verschillen niet significant waren. Ook waren er ten opzichte van vorig jaar geen significante verschillen waar te nemen. In totaal gaf 72% van de professionals werkzaam bij algemene organisaties aan dat hun organisatie zich richtte op beweegstimulering van basisschoolleerlingen.

Een uitsplitsing naar projecten was mogelijk voor professionals werkzaam bij NASB gemeenten, niet-NASB gemeenten, algemene organisaties en het basisonderwijs. Deze resultaten zijn weergegeven in tabel 4.7. De professionals werkzaam bij NASB gemeenten waren over het algemeen het best bekend met de projecten. Voor de projecten Alle leerlingen actief, Jump-in, De Gezonde School, De sportieve leidraad voor de brede basisschool, Kies voor Hart en Sport en Scoren voor Gezondheid waren deze professionals significant beter bekend dan professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten. Voor de NASB professionals is de bekendheid met de projecten Jump-in, De Gezonde School, Sportieve leidraad voor de brede school, Kies voor Hart en Sport en Groep 6 on the Move significant verbeterd ten opzichte van vorig jaar. De resultaten staan beschreven in Bijlage III.

Opmerkelijk is dat professionals werkzaam in het basisonderwijs vaak het minst bekend waren met de projecten. Dit was bij negen van de elf projecten het geval. Het project sCool Sport is het minst bekend van de elf projecten. De projecten De Gezonde School en Kies voor Hart en Sport waren wel bij het merendeel van de professionals bekend.

De betrokkenheid van de professionals was laag bij de projecten Alle leerlingen actief, Jump-in, het Bewegmanagement van NISB, Okido en De klas beweegt®.

Tabel 4.7 Percentage professionals dat bekend is met en betrokken is geweest bij het desbetreffende product/dienst/project.

Professional	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
<i>Alle leerlingen actief</i>		
NASB gemeenten	62%	17%
Niet-NASB gemeenten	31%	9%
Algemene organisaties	56%	24%
Basisonderwijs	13%	Te kleine aantallen
<i>Jump-in</i>		
NASB gemeenten	72%	33%
Niet-NASB gemeenten	34%	9%
Algemene organisaties	72%	22%
Basisonderwijs	16%	Te kleine aantallen
<i>De Gezonde School</i>		
NASB gemeenten	94%	54%
Niet-NASB gemeenten	75%	58%
Algemene organisaties	87%	57%
Basisonderwijs	71%	15%
<i>Het Bewegmanagement van NISB</i>		
NASB gemeenten	52%	46%
Niet-NASB gemeenten	41%	33%
Algemene organisaties	48%	10%
Basisonderwijs	0%	Te kleine aantallen

Professional	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
<i>De sportieve leidraad voor de brede basisschool</i>		
NASB gemeenten	32%	60%
Niet-NASB gemeenten	14%	Te kleine aantallen
Algemene organisaties	15%	Te kleine aantallen
<i>Kies voor Hart en Sport</i>		
NASB gemeenten	90%	46%
Niet-NASB gemeenten	70%	51%
Algemene organisaties	83%	39%
Basisonderwijs	41%	50%
<i>Scoren voor Gezondheid</i>		
NASB gemeenten	69%	53%
Niet-NASB gemeenten	40%	23%
Algemene organisaties	69%	51%
Basisonderwijs	14%	Te kleine aantallen
<i>Groep 6 on the move</i>		
NASB gemeenten	26%	50%
Niet-NASB gemeenten	13%	10%
Algemene organisaties	35%	25%
Basisonderwijs	7%	Te kleine aantallen
<i>Okido</i>		
NASB gemeenten	11%	0%
Niet-NASB gemeenten	12%	33%
Algemene organisaties	36%	24%
Basisonderwijs	0%	Te kleine aantallen
<i>De klas beweegt®</i>		
NASB gemeenten	43%	22%
Niet-NASB gemeenten	26%	21%
Algemene organisaties	55%	27%
Basisonderwijs	39%	11%
<i>sCool Sport</i>		
NASB gemeenten	11%	Te kleine aantallen
Niet-NASB gemeenten	16%	Te kleine aantallen
Algemene organisaties	19%	Te kleine aantallen
Basisonderwijs	10%	Te kleine aantallen

Aan de professionals werd vervolgens nog gevraagd naar de bekendheid met twee sportprojecten. In tabel 4.8 staan de percentages weergegeven. De bekendheid met het project Judo op school is groot onder professionals werkzaam bij NASB en niet-NASB gemeenten. Echter, alleen bij professionals werkzaam bij NASB gemeenten was de meerderheid bekend met het project Circulatie Mini Volleybal.

Tabel 4.8 Percentage professionals dat bekend is met en betrokken is geweest bij de twee sportprojecten.

Professional	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
<i>Circulatie Mini Volleybal</i>		
NASB gemeenten	66%	63%
Niet-NASB gemeenten	33%	59%
Algemene organisaties	23%	Te kleine aantallen
Basisonderwijs	10%	Te kleine aantallen
<i>Judo op school</i>		
NASB gemeenten	69%	52%
Niet-NASB gemeenten	63%	29%
Algemene organisaties	34%	50%
Basisonderwijs	30%	67%

Aan de professionals die werkzaam waren in het basisonderwijs zijn nog drie specifieke vragen gesteld. Ten eerste werd gevraagd naar de bekendheid met het project Kinderen en Ouders Samen Actief. Eén op de tien professionals had gehoord van dit project. Ten tweede is gevraagd naar de bekendheid met de website Gezonderwijs. Slechts 3% van de professionals was bekend met deze website. De bekendheid met de website Sport en onderwijs was ook laag (10%).

4.6 Voortgezet onderwijs

Vervolgens is aan professionals werkzaam bij algemene organisaties, NASB gemeenten en niet-NASB gemeenten gevraagd of de organisatie zich specifiek richtte op beweegstimulering bij jongeren in het voortgezet onderwijs. Ruim zes op de tien professionals werkzaam bij algemene organisaties gaf aan dat hun organisatie zich specifiek richtte op beweegstimulering van jongeren in het voortgezet onderwijs (61%). Bij ambtenaren werkzaam bij NASB gemeenten richtte 71% van de gemeenten zich specifiek op beweegstimulering van jongeren in het voortgezet onderwijs. Dit was significant meer dan de 51% die hoorde bij ambtenaren werkzaam bij niet-NASB. Er was echter geen sprake van verbetering ten opzichte van de gegevens uit 2008.

Hierna werden aan de professionals projecten voorgelegd die specifiek ingezet kunnen worden om het beweeggedrag van leerlingen in het voortgezet onderwijs positief te beïnvloeden. Deze resultaten zijn weergegeven in tabel 4.9. De professionals waren het minst bekend met het project School en Sport Beweegmanagement. De bekendheid met de projecten WhoZnext en Maatschappelijke stage in het onderwijs was groot. Professionals werkzaam bij NASB gemeenten waren beter bekend met het project Alle leerlingen actief dan professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten. Voor de overige projecten waren er geen verschillen tussen NASB en niet-NASB gemeenten. Ten opzichte van de NASB gegevens uit 2008 was er een significante verbetering in bekendheid voor de projecten whoZnext en Maatschappelijke stage in het onderwijs. In Bijlage IV staan deze resultaten weergegeven. Opvallend is dat de professionals werkzaam in het voortgezet onderwijs het minst bekend waren met alle vier projecten. Voor het merendeel van de projecten was de betrokkenheid van de professionals goed.

Tabel 4.9 Percentage professionals dat bekend is met en betrokken is geweest bij het product/dienst/project.

Professional	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
WhoZnext		
NASB gemeenten	89%	65%
Niet-NASB gemeenten	98%	74%
Algemene organisaties	87%	41%
Voortgezet onderwijs	33%	14%
Alle leerlingen actief		
NASB gemeenten	48%	42%
Niet-NASB gemeenten	27%	50%
Algemene organisaties	52%	30%
Voortgezet onderwijs	16%	Te kleine aantallen
Maatschappelijke stage in het onderwijs		
NASB gemeenten	89%	82%
Niet-NASB gemeenten	94%	70%
Algemene organisaties	70%	53%
Voortgezet onderwijs	64%	47%
School en Sport Bewegmanagement		
NASB gemeenten	29%	33%
Niet-NASB gemeenten	24%	40%
Algemene organisaties	41%	22%
Voortgezet onderwijs	1%	Te kleine aantallen

Vervolgens werd aan de professionals gevraagd of zij bekend waren met het sportproject Ultimate Volley Experience. In tabel 4.10 staat weergegeven dat meer dan de helft van de professionals werkzaam bij NASB gemeenten het project kende. De bekendheid van dit project bij de andere drie groepen lag aanmerkelijk lager.

Tabel 4.10 Percentage professionals dat bekend is met en betrokken is geweest bij het sportproject Ultimate Volley Xperience.

Professional	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
Ultimate Volley Xperience		
NASB gemeenten	54%	27%
Niet-NASB gemeenten	36%	33%
Algemene organisaties	22%	Te kleine aantallen
Voortgezet onderwijs	13%	Te kleine aantallen

Ten slotte zijn alleen aan de professionals werkzaam in het voortgezet onderwijs nog een viertal specifieke producten voorgelegd. Weinig professionals werkzaam in het voortgezet onderwijs waren bekend met het lespakket Moving Cultures (4%), de website Gezonderwijs (13%) of de website Sport en onderwijs (18%). De bekendheid met het themapakket Actieve Leefstijl was groter. Meer dan vier van de tien professionals was bekend met dit themapakket (43%). Van de professionals die bekend waren met dit product gaf 22% aan dat ze het afgelopen jaar gewerkt hadden met het pakket.

4.7 Projecten chronisch zieken

In deze paragraaf staan de resultaten centraal met betrekking tot chronisch zieken. Aan professionals werkzaam bij algemene organisaties is gevraagd of de organisatie zich specifiek richtte op bewegestimulering van mensen met (een verhoogd risico op) een chronische ziekte. Bij minder dan vier op de tien professionals was dit het geval (38%). Hierdoor konden geen betrouwbare uitspraken gedaan worden over producten en diensten gericht op chronisch zieken.

Aan ambtenaren en projectleiders WMO is ook gevraagd of de gemeente specifiek beleid had gericht op bewegestimulering van mensen met een (verhoogd risico op) een chronische ziekte. In totaal gaf 28% van de professional werkzaam bij een niet-NASB gemeente en 62% van de professionals werkzaam bij een NASB gemeente aan dat er specifiek beleid was. Dit verschil was significant. Ook was deze 62% een significante verbetering ten opzichte van de NASB gegevens uit 2008. In tabel 4.11 staan de resultaten weergegeven met betrekking tot de bekendheid met producten specifiek voor chronisch zieken.

Een opvallend resultaat is dat de professionals die zich richtten op chronisch zieken nauwelijks bekend waren met de producten die specifiek ontwikkeld zijn voor chronisch zieken. Alleen voor de bewegekuur bleek dat ongeveer de helft van deze groep professionals bekend was met het project. Voor de aanpak Big!Move waren significante verschillen waarneembaar tussen professionals werkzaam bij NASB en niet-NASB gemeenten. Voor de zorgmethode van Gehandicaptensport Nederland en SCALA was de bekendheid onder NASB professionals significant gestegen ten opzichte van 2008. In het algemeen was de bekendheid met de Bewegekuur en het project Bewegen op recept het grootst. De betrokkenheid met de projecten laat nog te wensen over.

Tabel 4.11 Percentage professionals dat bekend is met en betrokken is geweest bij het product/dienst/project.

Professional	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
<i>Ketenaanpak Actieve Leefstijl</i>		
NASB gemeenten	61%	46%
Niet-NASB gemeenten	56%	20%
Chronisch zieken	18%	Te kleine aantallen
<i>De zorgmethode van Gehandicaptensport Nederland</i>		
NASB gemeenten	30%	17%
Niet-NASB gemeenten	37%	18%
Chronisch zieken	3%	Te kleine aantallen
<i>Revalidatie, Sport en Bewegen van Gehandicaptensport Nederland</i>		
NASB gemeenten	30%	67%
Niet-NASB gemeenten	44%	20%
Chronisch zieken	17%	Te kleine aantallen

Professional	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
Bewegen op recept		
NASB gemeenten	65%	14%
Niet-NASB gemeenten	48%	42%
Chronisch zieken	28%	26%
Beweegkuur		
NASB gemeenten	78%	71%
Niet-NASB gemeenten	52%	21%
Chronisch zieken	49%	17%
Big!Move		
NASB gemeenten	57%	36%
Niet-NASB gemeenten	22%	17%
Chronisch zieken	23%	7%
COACH-aanpak		
NASB gemeenten	48%	20%
Niet-NASB gemeenten	52%	7%
Chronisch zieken	16%	Te kleine aantallen
SCALA		
NASB gemeenten	63%	43%
Niet-NASB gemeenten	48%	54%
Chronisch zieken	4%	Te kleine aantallen

4.8 Projecten ouderen

In deze paragraaf staan de resultaten centraal met betrekking tot professionals die zich richten op ouderen (50+). Deze professionals waren werkzaam bij NASB gemeenten, niet-NASB gemeenten, algemene organisaties, woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen.

In totaal gaf 58% van de professionals werkzaam bij algemene organisaties aan dat hun organisatie zich specifiek richtte op bewegestimulering van 50-plussers. Ruim driekwart van de NASB gemeenten had specifiek beleid gericht op bewegestimulering van 50-plussers (76%). Bij niet-NASB gemeenten lag dat percentage op 65%. De verschillen tussen NASB en niet-NASB gemeenten waren niet significant. Ook waren er geen verschillen ten opzichte van 2008 voor de NASB gemeenten.

Vervolgens werden aan de professionals vragen gesteld over producten gericht op het in beweging krijgen van te-weinig actieve 50-plussers of kwetsbare ouderen. De professionals gaven aan of ze bekend waren met deze producten en of ze hierbij het afgelopen jaar betrokken waren geweest. De resultaten staan weergegeven in tabel 4.12. De resultaten laten zien dat over het algemeen professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen het minst bekend waren met de projecten voor bewegestimulering van 50-plussers. Verder bleek dat ambtenaren werkzaam bij NASB gemeenten beter op de hoogte waren van de projecten dan ambtenaren werkzaam bij niet-NASB gemeenten. Verdiepende analyses lieten echter zien dat er alleen significante verschillen waren voor de COACH-aanpak en het project

Werk aan de wandel. Ten opzichte van de NASB gegevens uit 2008 was de bekendheid groter geworden voor de projecten GALM, Actor en Meer Bewegen voor Ouderen (zie Bijlage V). Voor de projecten Werk aan de Wandel en Master Trendweken gold dat relatief weinig professionals op de hoogte waren van deze twee projecten. De betrokkenheid was bij sommige projecten goed te noemen (GALM, Meer Bewegen voor Ouderen en In Balans), terwijl de betrokkenheid bij andere projecten juist te wensen over laat (COACH-aanpak, ACTOR, Werk aan de Wandel en YALP ouderen in beweging).

Tabel 4.12 Percentage professionals dat bekend is met en betrokken is geweest bij het product/dienst/project.

Professional en producten	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
<i>De cursus Bewegen en Gezondheid</i>		
NASB gemeenten	44%	30%
Niet-NASB gemeenten	30%	59%
Algemene organisatie	55%	61%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	57%	47%
<i>GALM met variant SMALL</i>		
NASB gemeenten	93%	88%
Niet-NASB gemeenten	91%	74%
Algemene organisatie	87%	60%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	71%	32%
<i>COACH-aanpak</i>		
NASB gemeenten	62%	7%
Niet-NASB gemeenten	36%	20%
Algemene organisatie	45%	45%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	23%	Te kleine aantallen
<i>ACTOR</i>		
NASB gemeenten	42%	11%
Niet-NASB gemeenten	22%	8%
Algemene organisatie	31%	Te kleine aantallen
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	11%	Te kleine aantallen
<i>Lokale Taskforce 50+</i>		
NASB gemeenten	48%	17%
Niet-NASB gemeenten	44%	24%
Algemene organisatie	59%	46%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	29%	Te kleine aantallen
<i>De Netwerkaanpak 50+</i>		
NASB gemeenten	24%	33%
Niet-NASB gemeenten	17%	67%
Algemene organisatie	46%	59%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	12%	Te kleine aantallen

Professional en producten	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
<i>Bewegen valt goed!</i>		
NASB gemeenten	39%	67%
Niet-NASB gemeenten	32%	42%
Algemene organisatie	52%	45%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	29%	Te kleine aantallen
<i>Meer Bewegen voor ouderen</i>		
NASB gemeenten	93%	89%
Niet-NASB gemeenten	80%	86%
Algemene organisatie	86%	68%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	86%	70%
<i>In Balans</i>		
NASB gemeenten	30%	50%
Niet-NASB gemeenten	33%	63%
Algemene organisatie	60%	59%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	61%	53%
<i>Werk aan de wandel</i>		
NASB gemeenten	26%	17%
Niet-NASB gemeenten	7%	25%
Algemene organisatie	14%	Te kleine aantallen
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	11%	Te kleine aantallen
<i>YALP ouderen in beweging</i>		
NASB gemeenten	36%	38%
Niet-NASB gemeenten	17%	22%
Algemene organisatie	23%	Te kleine aantallen
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	3%	Te kleine aantallen

Aan de professionals zijn ook nog vragen gesteld over specifieke sportprojecten. In tabel 4.13 staan deze resultaten beschreven. Het project Master Trendweken was onbekend bij het merendeel van de professionals. Professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen waren niet bekend met alle vier de sportprojecten. Voor de projecten Master Trendweken, Denken en Doen en Fiets en Geniet was de bekendheid onder professionals werkzaam bij NASB-gemeenten groter dan bij professionals werkzaam bij niet-NASB gemeenten. Dit in tegenstelling tot de bekendheid met het project Knotshockey.

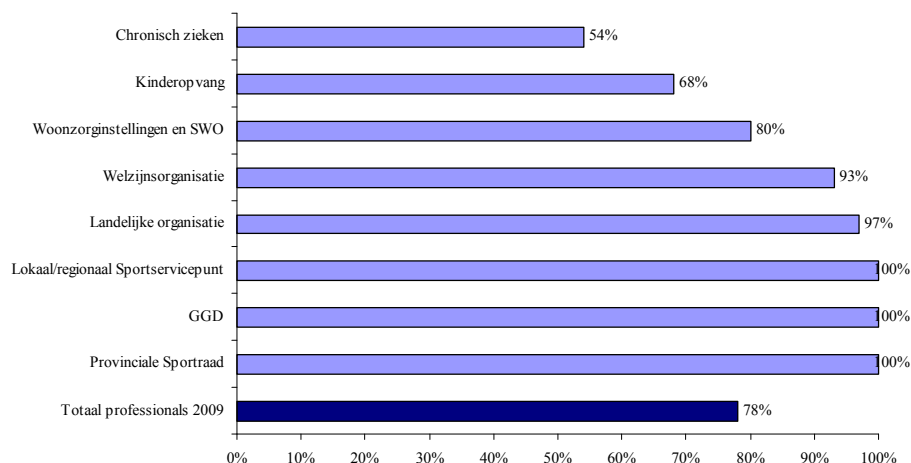
Tabel 4.13 Percentage professionals dat bekend is met en betrokken is geweest bij specifieke sportprojecten.

Professional en producten	Bekend	Betrokken/uitgevoerd
<i>Master Trendweken</i>		
NASB gemeenten	20%	25%
Niet-NASB gemeenten	10%	33%
Algemene organisatie	13%	Te kleine aantallen
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	6%	Te kleine aantallen
<i>Knotshockey</i>		
NASB gemeenten	42%	33%
Niet-NASB gemeenten	54%	10%
Algemene organisatie	44%	17%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	17%	Te kleine aantallen
<i>Denken en Doen</i>		
NASB gemeenten	78%	25%
Niet-NASB gemeenten	20%	17%
Algemene organisatie	35%	Te kleine aantallen
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	14%	Te kleine aantallen
<i>Fiets en Geniet</i>		
NASB gemeenten	46%	18%
Niet-NASB gemeenten	15%	11%
Algemene organisatie	21%	Te kleine aantallen
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	17%	Te kleine aantallen

5 Ondersteuning

5.1 Bekendheid NISB

In dit hoofdstuk staat de bekendheid met het NISB centraal en de ondersteuningsbehoefte van de professionals. Ten eerste werd aan de professionals gevraagd of ze bekend waren met NISB. In figuur 5.1 staan de resultaten weergegeven.



Figuur 5.1 Percentage professionals dat aangeeft bekend te zijn met NISB.

De professionals werkzaam bij lokaal/regionaal sportservicepunt, GGD en provinciale sportraad waren allemaal bekend met NISB. Professionals werkzaam in de kinderopvang en professionals die zich richtten op chronisch zieken waren het minst bekend met NISB.

5.2 Ondersteuning

Vervolgens werd aan de professionals gevraagd op welke thema's zij graag ondersteuning zouden willen en om welke vorm van ondersteuning het dan zou gaan. In tabel 5.1 staat deze informatie weergegeven voor alle professionals. De top 3 meest genoemde thema's waren cijfers over bewegen, geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen en het bereiken van specifieke doelgroepen. Voor alle thema's werd genoemd dat de professionals het meeste behoefte hadden aan schriftelijke materialen, bijvoorbeeld rapporten, brochures, handboeken en factsheets. Alleen voor het thema verbeteren van de samenwerking met partners werd aangegeven dat de professionals behoefte hadden aan een te vormen netwerk wat op regelmatige basis bij elkaar komt.

Tabel 5.1 Thema's waarop professionals ondersteuning willen en in welke vorm zij dat willen ontvangen.

Thema's	Ja (%)	Meeste genoemde vorm
Cijfers over bewegen	57%	Schriftelijke materialen (86%)
Geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen	57%	Schriftelijke materialen (58%)
Het bereiken van specifieke doelgroepen	54%	Schriftelijke materialen (44%)
Praktische werkvormen om mensen in beweging te krijgen	51%	Schriftelijke materialen (53%)
Monitoren en evalueren	50%	Schriftelijke materialen (56%)
Campagneactiviteiten om mensen in beweging te krijgen	47%	Schriftelijke materialen (60%)
Opstellen van integraal beweegbeleid	41%	Schriftelijke materialen (41%)
Opstellen van (project)plannen voor bewegen	40%	Schriftelijke materialen (47%)
Verbeteren van de samenwerking met partners	40%	Een te vormen netwerk (37%)
Kwaliteits- en deskundigheidsbewaking betreffende de uitvoering	39%	Schriftelijke materialen (34%)
Anders	16%	Te kleine N

In bijlage VI staat deze vraag uitgesplitst voor de verschillende doelgroepen. In tabel 5.2 staat per groep professionals de top 3 van thema's weergegeven. De professionals werkzaam bij algemene organisaties, woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen laten een consistent beeld zien van thema's waarop behoefte is aan ondersteuning. Naast de eerder genoemde top 3 hebben professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen ook behoefte aan ondersteuning bij campagneactiviteiten om mensen in beweging te krijgen.

Tabel 5.2 Top 3 van thema's uitgesplitst per doelgroep

Doelgroepen en thema's	Ja (%)
Algemene organisaties	
1. Geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen	65%
2. Het bereiken van specifieke doelgroepen	61%
3. Praktische werkvormen om mensen in beweging te krijgen	57%
Woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen	
1. Geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen	43%
2. Het bereiken van specifieke doelgroepen	40%
3. Campagneactiviteiten om mensen in beweging te krijgen	40%
Chronisch zieken	
1. Praktische werkvormen om mensen in beweging te krijgen	70%
2. Geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen	65%
3. Campagneactiviteiten om mensen in beweging te krijgen	54%

5.3 Ondersteuning onderwijs

Aan de professionals werkzaam in het basis- en voortgezet onderwijs werd gevraagd op welke gebieden men behoefte had aan ondersteuning bij beweegstimulering van leerlingen. Professionals konden meerdere gebieden aankruisen. In tabel 5.3 staat aangegeven hoeveel procent van alle professionals werkzaam in het onderwijs behoefte had aan ondersteuning op het desbetreffende onderwerp.

Bijna één op de drie professionals had geen behoefte aan ondersteuning (32%). Professionals wilden met name ondersteuning bij het verkrijgen van financiering (43%) en informatie over sport- en beweegaanbod (34%). Er was weinig behoefte aan ondersteuning op het gebied van kwaliteits- en deskundigheidsbevordering betreffende de uitvoering van sport- en beweegaanbod (13%).

Tabel 5.3 Percentage professionals dat aangeeft ondersteuning te willen bij het desbetreffende gebied. Meerdere gebieden konden worden aangekruist.

Gebieden	%
Ondersteuning bij het verkrijgen van financiering	43%
Informatie over sport en beweegaanbod	34%
Geen behoefte aan ondersteuning	32%
Ondersteuning bij het verbeteren van de samenwerking met andere partners	20%
Ondersteuning bij promotieactiviteiten gericht op de doelgroep	19%
Ondersteuning bij het betrekken van leerlingen bij het bedenken, organiseren en uitvoeren van het aanbod	17%
Ondersteuning bij het opstellen/evalueren van sport- en beweegbeleid	16%
Ondersteuning bij de kwaliteits- en deskundigheidsbevordering betreffende de uitvoering van sport- en beweegaanbod	13%
Anders	13%

6 Resultaten kinderopvang

6.1 Inleiding

Voor de professionals werkzaam in de kinderopvang is een speciale vragenlijst opgesteld. In dit hoofdstuk worden de resultaten met betrekking tot deze vragenlijst weergegeven. De vragen zijn voorgelegd aan professionals werkzaam in de kinderopvang. In totaal vulden 113 professionals de vragenlijst in. Van deze professionals was 22% werkzaam als coördinator/locatiemanager, 36% was directeur en 16% was begeleider van een kinderdagverblijf.

6.2 Producten en diensten kinderopvang

NISB heeft 13 verschillende producten/diensten ontwikkeld voor de kinderopvang. Aan de professionals werkzaam in deze sector is gevraagd of ze de desbetreffende producten/diensten kenden en of ze er het afgelopen jaar gebruik van hebben gemaakt. Tabel 6.1 geeft de resultaten weer. Het project Beweegkriebels en de bijbehorende website was bij meer dan de helft van de professionals bekend. Een groot aantal professionals maakte ook gebruik van deze producten. Het merendeel van de projecten was echter niet of nauwelijks bekend. Acht op de tien professionals was niet bekend met negen van de dertien projecten. Hierdoor was een uitsplitsing naar het gebruik van deze projecten niet relevant.

Tabel 6.1 Percentage professionals dat aangeeft de projecten te kennen en dat vervolgens aangeeft gebruik gemaakt te hebben van het desbetreffende project in het afgelopen jaar.

Projecten/diensten	Bekend	Gebruik gemaakt
Het project Beweegkriebels	62%	40%
Website www.beweegkriebels.nl	52%	67%
Training Beweegkriebels	42%	23%
Basisworkshop Beweegkriebels	28%	40%
Opleiding Train de trainer Beweegkriebels	22%	6%
Brochure Beweegkriebels	19%	Te kleine aantallen
De beweegkriebels Beweegkaarten	17%	Te kleine aantallen
Project Beweegplezier vanaf 4	14%	Te kleine aantallen
Activiteitenmap Aan (de) slag met sporten in de BSO	13%	Te kleine aantallen
Themakoffer Beweegkriebels De ouderavond	13%	Te kleine aantallen
DVD Beweegkriebels in beeld	12%	Te kleine aantallen
Training Beweegplezier vanaf 4	11%	Te kleine aantallen
Train de trainer Beweegplezier vanaf 4	9%	Te kleine aantallen

Naast de bekendheid met projecten werd gevraagd naar de behoefte aan informatie over de diverse projecten. Tabel 6.2 geeft aan dat er veel behoefte is aan meer informatie. Meer dan de helft van de professionals had behoefte aan informatie over zes van de dertien producten.

Tabel 6.2 Percentage professionals dat aangeeft behoefte te hebben aan meer informatie over een van de onderstaande 13 producten of diensten.

Product/dienst	%
Training Beweegkriebels	67%
Opleiding Train de trainer Beweegkriebels	66%
Opleiding Train de trainer Beweegplezier vanaf 4	60%
Basisworkshop Beweegkriebels	59%
Training Beweegplezier vanaf 4	54%
DVD Beweegkriebels in beeld	51%
Beweegkriebels	48%
Project Beweegplezier vanaf 4	48%
Beweegkriebels Beweegkaarten	46%
Brochure Beweegkriebels	43%
Themakoffer Beweegkriebels De ouderavond	42%
De website www.beweegkriebels.nl	40%
Activiteitenmap Aan (de) slag met sporten in de BSO	35%

7 Conclusies en aanbevelingen

7.1 Inleiding

TNO KvL voert in opdracht van NISB een Monitor onder professionals uit in de periode 2007-2010. Deze professionals zijn werkzaam in het werkveld van de campagne *30minutenbewegen* en in de settings uit het Nationaal Actieplan Sport en Beweging (NASB). De eerste meting (i.e. nulmeting) vond plaats in 2007 (Chorus & Stubbe, 2008) en de tweede meting in 2008 (Stubbe & Chorus, 2009). In dit rapport staan de resultaten centraal van de derde meting die uitgezet is in het najaar van 2009.

Doel van de monitor is om inzicht te krijgen in de verwachtingen, wensen en behoeftes van deze professionals. De vragenlijsten zijn ingevuld door professionals werkzaam bij algemene organisaties (N=107), professionals werkzaam bij landelijke organisaties (N=36), professionals die zich richten op chronisch zieken (N=78), professionals werkzaam in de kinderopvang (N=113), professionals die werkzaam zijn in het onderwijs (N=172), professionals werkzaam bij woonzorginstellingen of Stichting Welzijn Ouderen (N=70) en ambtenaren sport, ambtenaren gezondheid, ambtenaren welzijn en projectleiders WMO werkzaam bij NASB gemeenten (N=41) en niet-NASB gemeenten (N=113).

De vragen zijn onderverdeeld in vier onderwerpen. In paragraaf 7.2 worden de conclusies met betrekking tot de campagne *30minutenbewegen* besproken. Paragraaf 7.3 geeft een overzicht van de conclusies ten aanzien van het NASB. In paragraaf 7.4 staan de conclusies onder de ondersteuningsbehoefte van professionals centraal en paragraaf 7.5 richt zich op de kinderopvang. Per paragraaf worden aanbevelingen gedaan. In paragraaf 7.6 worden de meest belangrijke conclusies opgesomd en wordt een eindconclusie getrokken.

7.2 Campagne *30minutenbewegen*

Zijn professionals bekend met de Nederlandse Norm voor Gezond Bewegen (NNGB) voor volwassenen en kinderen en jongeren?

In totaal was 96% van de professionals bekend met de NNGB voor volwassenen. Dit zeer hoge percentage biedt geen mogelijkheden voor verbetering van de bekendheid met de norm. NISB hoeft geen extra campagneactiviteiten op dit onderwerp in te zetten. Ruim driekwart van de professionals was bekend met de NNGB voor kinderen. Onder professionals die zich richtten op de doelgroep kinderen en jongeren was de bekendheid hoger. Dit gold echter niet voor de professionals werkzaam in het onderwijs. Zeven op de tien professionals uit het basis- en voortgezet onderwijs was bekend met de norm voor kinderen en volwassenen. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB in haar activiteiten richting het onderwijs deze norm blijft benoemen.

*Zijn professionals bekend met de campagne *30minutenbewegen* en weten ze wie de afzender is van de campagne?*

In 2008 was 82% van de professionals al bekend met de campagne *30minutenbewegen*. Het is NISB echter gelukt om dit percentage in 2009 te verhogen naar 94%. De meeste professionals hadden van de campagne gehoord via een tv reclame of via de nieuwsbrief. Deze communicatiemiddelen zijn effectief gebleken. Dat kan niet gezegd

worden van de radiospot en de krantenartikelen. Weinig professionals gaven aan op die manier van de campagne gehoord te hebben.

De bekendheid met de campagne was dus hoog, echter bijna vier op de tien professionals wist niet dat NISB de afzender was van de campagne. Indien gewenst, zou NISB meer bekendheid aan zichzelf kunnen geven als afzender van de campagne. Het strekt dan tot de aanbeveling om dat te doen bij professionals werkzaam bij welzijnsorganisaties, kinderopvang en professionals die zich richtten op chronisch zieken.

Wat zien de professionals als meerwaarde van de campagne 30minutenbewegen en missen ze bepaalde aspecten in de campagne?

Ongeveer zeven op de tien professionals vond de campagne ondersteunend aan de eigen activiteiten/projecten. Dit was een significante verbetering ten opzichte van vorig jaar. Van alle professionals gaf 57% aan dat ze een duidelijk beeld hadden van wat de campagne te bieden had voor de eigen activiteiten/projecten. Dit was een significante verbetering ten opzichte van 2008. Echter, slechts drie op de tien professionals die zich richtten op chronisch zieken had een duidelijk beeld van wat de campagne te bieden had. Het is raadzaam dat NISB bij het uitzetten van de campagne meer aandacht besteed aan deze groep professionals.

Ten slotte bleek dat slechts één op de vier professionals net als in 2008 gebruik maakte van de campagnematerialen. Hier ligt een belangrijke uitdaging voor NISB. Om het gebruik van de campagnematerialen te verhogen dient aandacht te worden besteed aan de professionals werkzaam bij GGD'en, woonzorginstellingen, Stichting Welzijn Ouderen en professionals die zich richtten op chronisch zieken. Voor deze vijf groepen gold dat minder dan 20% van de professionals gebruik maakte van de materialen.

Vervolgens is aan de professionals voorgelegd of ze bepaalde aspecten in de campagne misten. Slechts twee op de tien professionals gaf aan dat dit het geval was. Opvallend was dat ongeveer de helft van de professionals werkzaam bij de provinciale sportraden bepaalde aspecten wel misten.

Zijn de professionals bekend met de producten en diensten die ingezet worden in het kader van de campagne 30minutenbewegen?

Van de totale groep professionals was 81% bekend met de website www.30minutenbewegen.nl. Dit was een significante toename in vergelijking met de bekendheid in 2008 (64%). Van de professionals die bekend waren met de website, maakte ongeveer de helft gebruik van de site. De bekendheid kan nog vergroot worden onder de professionals die zich richtten op chronisch zieken. Minder dan de helft van deze professionals was bekend met de website. Ook maakte deze groep weinig gebruik van de website.

Van de totale groep professionals was meer dan de helft bekend met de website www.beweeagmaatje.nl, wat een significante toename was ten opzichte van 2008. Wederom was de bekendheid onder professionals die zich richtten op chronisch zieken laag. Slechts 8% was bekend met de site. Tevens kan worden opgemerkt dat van de professionals die de site kennen, weinig gebruik maken van de site. Uit dit onderzoek kan de oorzaak hiervoor niet achterhaald worden. Het zou wel verstandig zijn als NISB aandacht schonk aan dit thema. Mogelijk zijn de mensen niet tevreden over het product.

Zes op de tien professionals was bekend met de poster, draaikaart, safety vesten en vlaggenlijn van de campagne. Dit was een verdubbeling in vergelijking met de bekendheid in 2008. Hier waren weer grote verschillen waar te nemen tussen de groepen professionals. Wederom scoorden de professionals gericht op chronisch zieken laag op de bekendheid.

Vervolgens is gevraagd naar de bekendheid met de Wateetenbeweegik-bus (tabel 3.5). Ongeveer de helft van alle professionals was bekend met deze bus. Dit is wederom bijna een verdubbeling in vergelijking met het voorgaande jaar. Net als bij de vorige producten waren de professionals gericht op chronisch zieken het minst bekend met de dienst.

Ongeveer een kwart van de professionals was bekend met de actie Start met. De bekendheid was alleen hoog te noemen bij professionals werkzaam bij provinciale sportraden. Bij de andere groepen lag het percentage lager dan 48%. NISB zou in haar campagneactiviteiten extra aandacht kunnen schenken aan deze actie om de bekendheid te vergroten.

Zijn de professionals bekend met de deelcampagne Dubbel30 en weten ze wie de afzender is van de deelcampagne?

Aan professionals werkzaam in de kinderopvang en professionals werkzaam in het VMBO is gevraagd of zij bekend waren met de deelcampagne *Dubbel30*. Bij de kinderopvang bleek slechts 4% bekend te zijn met deze deelcampagne. Bij de professionals werkzaam in het VMBO lag dit percentage op 48%. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB de campagne *Dubbel30* meer gaat promoten onder de professionals werkzaam in de kinderopvang. Ruim acht op de tien professionals werkzaam in het VMBO wist dat NISB de afzender was van de campagne *Dubbel30* (82%).

Wat zien de professionals als meerwaarde van de deelcampagne Dubbel30 en zijn ze bekend met de producten die ingezet worden in het kader van de deelcampagne?

Weinig professionals vonden de deelcampagne ondersteunend aan de eigen activiteiten of hadden een duidelijk beeld van wat de deelcampagne te bieden had. Slechts één op de tien professionals maakte aantoonbaar gebruik van de deelcampagne en één op de drie professionals vond de campagne een belangrijk middel om jongeren te stimuleren meer te bewegen. Door de deelcampagne beter af te stemmen op de wensen en behoeften van deze groep professionals kan een grotere meerwaarde van de campagne worden verkregen. De professionals staan positief tegenover de deelcampagne, aangezien zeven van de tien professionals wil dat de campagne in de toekomst blijft voortbestaan.

Aan de VMBO professionals zijn nog een aantal vragen voorgelegd over producten en diensten van NISB die ingezet worden in het kader van de *Dubbel30* deelcampagne en die specifiek gericht zijn op VMBO leerlingen. Opmerkelijk is dat per product meer dan de helft van de professionals niet bekend was met de desbetreffende dienst of het product. Ook werd er weinig gebruik gemaakt van de producten. NISB richt zich meer op de VMBO leerlingen middels de campagne "VMBO in Beweging". Dit lijkt een verstandige keuze gezien de geringe bekendheid van de professionals met de producten en diensten voor VMBO leerlingen.

Zijn de professionals bekend met de producten en diensten die ingezet worden in het kader van de deelcampagne 50+?

Per product of dienst bleek dat minder dan 15% van de professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen bekend was met het product. De bekendheid met de specifieke producten voor 50-plussers was dus erg laag te noemen. Tevens werden vragen gesteld over drie producten of diensten die specifiek voor 50-plussers ingezet worden in het kader van de campagne *30minutenbewegen*. De bekendheid was het grootst met het onderdeel 50+ op de website www.30minutenbewegen.nl. In totaal was 62% van de professionals bekend met dit onderdeel. Een kwart van de professionals was bekend met de beweegworkshop van de campagneambassadeurs Olga en Duco en met de kaartenactie Scoor een beweegmaatje. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB zowel de algemene producten en diensten als de producten en diensten in het kader van de campagne *30minutenbewegen* meer onder de aandacht gaat brengen bij deze doelgroep.

Zijn de professionals bekend met de producten en diensten die ingezet worden in het kader van de deelcampagne Chronisch zieken?

Het merendeel van de professionals werkzaam in gezondheidscentra, fysiotherapiepraktijken of huisartsenpraktijken was niet bekend met de producten. Een kwart of minder kende de websites sportiefbewegen.nl, nieuwpraktijk.nl en het onderdeel Chronisch Zieken op de site www.30minutenbewegen.nl. De bekendheid met de folderlijn en de website aktiefadvies.nl was nog geringer. NISB zou in haar campagneactiviteiten meer aandacht kunnen besteden aan deze doelgroep, waardoor de bekendheid met de producten en diensten mogelijk toe zal nemen.

7.3 NASB

Zijn de professionals bekend met NASB en met de bijbehorende producten?

Bijna driekwart van de professionals was bekend met het NASB. Dit was een significante stijging ten opzichte van 2008. Echter de bekendheid met het NASB kan nog aanmerkelijk groter worden onder de groep professionals werkzaam bij welzijnsorganisaties, woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen.

De bekendheid met de NASB producten was erg hoog onder professionals werkzaam bij NASB gemeenten. De professionals vonden de producten ook nuttig voor hun eigen werkzaamheden. De NASB ondersteuning heeft dus zijn vruchten afgeworpen. Ook ambtenaren die werkzaam zijn bij niet-NASB gemeenten bleken goed op de hoogte te zijn van de producten.

Ten aanzien van gemeentelijk beleid en uitvoering bleek dat in vergelijking met vorig jaar meer NASB gemeenten zich richtten op te-weinig actieven. In vergelijking met vorig jaar gaven ook significant meer professionals aan dat binnen hun gemeente expliciet aandacht was voor te-weinig actieven in projecten of activiteiten. In het algemeen kon geconcludeerd worden dat bij NASB gemeenten beweegprojecten en – activiteiten in het merendeel van de gevallen deel uit maakten van het beleid. Op het gebied van ruimtelijke ordening was dat minder het geval.

Zijn de professionals tevreden met de ondersteuning bij de praktische uitvoering van het NASB en op welke thema's willen ze ondersteuning.

Driekwart van de professionals was tevreden of heel tevreden met de ondersteuning van de NASB-adviseur van de Provinciale Sportraad bij de praktische uitvoering van het

NASB. Opvallend was dat maar liefst 20% van de professionals nog geen contact had gehad met de NASB-adviseur. De mate van tevredenheid met de ondersteuning van NISB bij de praktische uitvoering van het NASB was lager. In totaal was 53% (heel) tevreden over deze ondersteuning. Dit is te verklaren, omdat NISB zich niet richt op deze ondersteuning. De ondersteuning verloopt namelijk via de NASB-adviseurs.

Professionals werkzaam bij gemeenten hebben met name behoefte aan monitoring en evalueren, het bereiken van specifieke doelgroepen, geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen en cijfers over bewegen. In de meeste gevallen wordt gekozen voor schriftelijke materialen als vorm. NISB doet er goed aan om schriftelijke materialen die nu (nog) niet bekend zijn bij de professionals in te zetten om deze professionals beter te ondersteunen, te denken valt aan de menukaart Sport en Bewegen en de Monitoring en Evaluatiewijzer Sport- en Bewegbeleid.

NISB zet gezamenlijk met andere partijen al in op een aantal thema's waarop professionals ondersteuning willen. Zo werkt NISB al samen met TNO op het gebied van monitoring en evalueren en het genereren van cijfers over bewegen. Gezien de behoefte van de professionals dient deze samenwerking voor de komende jaren zeker voortgezet te worden.

Zijn de professionals bekend met en betrokken geweest bij sport- en beweegprojecten die ingezet kunnen worden voor alle doelgroepen?

NASB ambtenaren waren over het algemeen het beste bekend met de sport- en beweegprojecten die ingezet kunnen worden voor alle doelgroepen. Het merendeel van de professionals was bekend met de aanpak Communities in Beweging en het project Bewegkriebels. Ongeveer de helft van de professionals kende het project Lokaal Actief. De bekendheid met de projecten BeInteractive, Beweegplezier vanaf 4 en Liever bewegen dan moe laat te wensen over. Het merendeel van de professionals is niet bekend met deze projecten. Ook kan de betrokkenheid bij de projecten en het gebruik door gemeenten nog enorm verbeterd worden. Weinig professionals waren bekend met de sportprojecten.

Vervolgens is voor NASB gemeenten gekeken naar de bekendheid met deze projecten in 2008. Alleen voor het project BeInteractive was een significante verbetering in bekendheid opgetreden. Voor de overige projecten was de bekendheid niet verbeterd.

Zijn de professionals bekend met en betrokken geweest bij beweegprojecten die ingezet kunnen worden voor leerlingen in het basisonderwijs?

Professionals werkzaam bij NASB gemeenten waren over het algemeen goed op de hoogte van beweegprojecten voor leerlingen in het basisonderwijs. Opmerkelijk is dat professionals werkzaam in het basisonderwijs vaak het minst bekend waren met de projecten. Dit was bij negen van de elf projecten het geval. Dit is een belangrijk aanknopingspunt voor NISB. De projecten worden ontwikkeld voor het basisonderwijs en het is daarom van essentieel belang dat professionals werkzaam in het onderwijs op de hoogte zijn van deze projecten. De betrokkenheid van de professionals bij de projecten liet te wensen over. Deze betrokkenheid was met name laag bij de projecten Alle leerlingen actief, Jump-in, het Bewegmanagement van NISB, Okido en De klas beweegt®.

Zijn de professionals bekend met en betrokken geweest bij beweegprojecten die ingezet kunnen worden voor leerlingen in het voortgezet onderwijs?

De bekendheid van alle groepen professionals met de projecten WhoZnext en Maatschappelijke stage in het onderwijs was groot. De professionals waren het minst bekend met het project School en Sport Bewegmanagement. Voor het merendeel van de projecten was de betrokkenheid van de professionals goed. Opvallend is dat de professionals werkzaam in het voortgezet onderwijs het minst bekend waren met alle vier projecten. Dit is wederom een belangrijke bevinding voor NISB, omdat de beperkte bekendheid met deze projecten een remmende werking kan hebben op de implementatie.

In hoeverre is men bekend met en wordt er gebruik gemaakt van producten en diensten die specifiek het beweeggedrag van mensen met een chronische ziekte kunnen stimuleren?

In het algemeen waren professionals werkzaam bij NASB gemeenten het best op de hoogte van de projecten. Een opvallend resultaat is dat de professionals die zich richtten op chronisch zieken nauwelijks bekend waren met de producten die specifiek ontwikkeld zijn voor chronisch zieken. Ook laat de betrokkenheid met de projecten nog te wensen over.

In hoeverre is men bekend met en wordt er gebruik gemaakt van producten en diensten die specifiek het beweeggedrag van te-weinig actieve 50-plussers kunnen stimuleren?

Wederom waren professionals werkzaam bij NASB gemeenten het meest bekend met de producten en diensten. Professionals die zich specifiek richtten op de doelgroep waren het minst bekend met de projecten voor 50-plussers. Over het algemeen kon namelijk geconcludeerd worden dat professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen het minst bekend waren met de projecten voor beweegstimulering van 50-plussers. Ook hier doet zich mogelijk een implementatieprobleem voor. De betrokkenheid was bij sommige projecten goed te noemen (GALM, Meer Bewegen voor Ouderen en In Balans), terwijl de betrokkenheid bij andere projecten juist te wensen over laat (COACH-aanpak, ACTOR, Werk aan de Wandel en YALP ouderen in beweging). In het algemeen waren de professionals niet goed op de hoogte van de sportprojecten voor deze doelgroep.

7.4 Ondersteuningsbehoefte

Zijn de professionals bekend met NISB en op welke thema's hebben ze behoefte aan ondersteuning van NISB?

De bekendheid met NISB was goed. De professionals werkzaam bij provinciale sportraad, GGD of sportservicepunt waren allen bekend met NISB. De bekendheid onder professionals werkzaam in de kinderopvang en professionals die zich richtten op chronisch zieken kan nog aanzienlijk vergroot worden als NISB actief inzet op deze groepen.

Professionals hebben met name behoefte aan ondersteuning ten aanzien van cijfers over bewegen, geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen en het bereiken van specifieke doelgroepen. Voor alle thema's werd genoemd dat de professionals het meeste behoefte hadden aan schriftelijke materialen.

Op welke gebieden hebben de professionals werkzaam in het basis- en voortgezet onderwijs behoefte aan ondersteuning bij bewegstimulering van leerlingen?

Bijna één op de drie professionals werkzaam in het onderwijs had geen behoefte aan ondersteuning (32%). Professionals wilden met name ondersteuning bij het verkrijgen van financiering en informatie over sport- en beweegaanbod. Er was weinig behoefte aan ondersteuning op het gebied van kwaliteits- en deskundigheidsbevordering betreffende de uitvoering van sport- en beweegaanbod. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB meer informatie aan deze groep gaat geven over het verkrijgen van financiering.

7.5 Kinderopvang

Zijn de professionals werkzaam in de kinderopvang bekend met de producten/diensten en hebben ze er het afgelopen jaar gebruik van hebben gemaakt?

De bekendheid met projecten en diensten varieerde enorm. Het project Bewegkriebels en de bijbehorende website was bij meer dan de helft van de professionals bekend. Een groot aantal professionals maakte ook gebruik van deze twee producten. Echter, het merendeel van de projecten was niet of nauwelijks bekend. Acht op de tien professionals was niet bekend met negen van de dertien projecten. NISB doet er verstandig aan om de bekendheid van deze projecten onder de groep professionals werkzaam in de kinderopvang te vergroten.

Hebben de professionals werkzaam in de kinderopvang behoefte aan informatie over de producten/diensten

Naast de bekendheid met projecten werd gevraagd naar de behoefte aan informatie over de diverse projecten. De resultaten liet zien dat er veel behoefte is aan meer informatie. Meer dan de helft van de professionals had behoefte aan informatie over 6 van de 13 producten. Dit versterkt de aanbeveling om actiever deze groep professionals te benaderen.

7.6 Belangrijkste conclusies en aanbevelingen

De resultaten van de monitor 2009 leveren belangrijke inzichten voor NISB. Puntsgewijs volgt hieronder een overzicht van de meest belangrijke conclusies en aanbevelingen:

Campagne 30minutenbewegen:

1. Veel professionals waren bekend met de NNGB voor volwassenen en NISB hoeft geen activiteiten uit te zetten om meer bekendheid te bewerkstelligen.
2. Minder professionals waren bekend met de NNGB voor kinderen en jongeren. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB in haar activiteiten richting het onderwijs deze norm blijft benoemen.
3. De bekendheid met de campagne *30minutenbewegen* was groot. De effectiviteit van tv reclame en nieuwsbrieven blijkt het grootst te zijn en van de radiosport en krantenartikelen het kleinst. NISB kan deze informatie gebruiken om de bekendheid met de andere campagnes en producten te vergroten.
4. Vier op de tien professionals wist niet dat NISB de afzender was van de campagne. Indien gewenst kan NISB inzetten op een vergroting van de bekend van NISB als afzender van de campagne.
5. Het merendeel van de professionals vond de campagne ondersteunend aan de eigen activiteiten en had een duidelijk beeld van wat de campagne te bieden had voor de eigen activiteiten. Echter, slechts een kwart van de professionals maakte gebruik

van de campagne. Hier ligt een belangrijke uitdaging voor NISB. Om het gebruik van de campagnematerialen te verhogen dient aandacht te worden besteed aan de professionals werkzaam bij GGD'en, woonzorginstellingen, Stichting Welzijn Ouderen en professionals die zich richtten op chronisch zieken.

6. Weinig professionals misten bepaalde aspecten in de campagne. Opvallend was echter dat ongeveer de helft van de professionals werkzaam bij de provinciale sportraden bepaalde aspecten wel misten.
7. De bekendheid met de producten en diensten van de campagne 30minutenbewegen was goed te noemen. Het merendeel van de professionals was bekend met de website www.30minutenbewegen.nl, de website www.beweegmaatje.nl, de posters, draaikaart, safety vesten en vlaggenlijn van de campagne en de Wateetenbeweegik-bus. NISB zou extra aandacht kunnen besteden aan professionals gericht op chronisch zieken, aangezien de bekendheid met de producten onder deze groep het laagst is. Ook dient NISB meer bekendheid te geven aan de actie Start met, omdat de bekendheid met deze actie gering was.
8. Bij de kinderopvang was bijna niemand bekend met de deelcampagne *Dubbel30*. NISB zou de bekendheid onder deze groep dienen te vergroten. Bij professionals werkzaam in het VMBO was de bekendheid groter, maar ook bij deze groep professionals kan nog winst geboekt worden.
9. Weinig professionals werkzaam in het VMBO maakten aantoonbaar gebruik van de deelcampagne *Dubbel30*. Ook was de bekendheid met de producten uit de deelcampagne niet groot te noemen. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB de deelcampagne beter af stemt op de wensen en behoeften van deze groep professionals, zodat een grotere meerwaarde van de campagne wordt verkregen.
10. Minder dan 15% van de professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen waren bekend met de verschillende producten en diensten die ingezet kunnen worden in het kader van de deelcampagne 50+. Ook was de bekendheid laag met twee van de drie producten of diensten die specifiek voor 50-plussers ingezet worden in het kader van de campagne *30minutenbewegen*. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB zowel de algemene producten en diensten als de producten en diensten in het kader van de campagne *30minutenbewegen* meer onder de aandacht gaat brengen bij deze doelgroep.
11. Het merendeel van de professionals werkzaam in gezondheidscentra, fysiotherapiepraktijken of huisartsenpraktijken was niet bekend met de producten en diensten die ingezet worden in het kader van de deelcampagne Chronisch zieken. NISB zou in haar campagneactiviteiten meer aandacht kunnen besteden aan deze doelgroep, waardoor de bekendheid met de producten en diensten mogelijk toe zal nemen.

NASB:

12. Bijna driekwart van de professionals was bekend met het NASB. Ook was de bekendheid met de NASB producten erg hoog onder professionals werkzaam bij NASB gemeenten. De professionals vonden de producten ook nuttig voor hun eigen werkzaamheden. De NASB ondersteuning heeft dus zijn vruchten afgeworpen. NISB dient deze stijgende lijn door te zetten bij de NASB gemeenten die straks instromen in de 2^e tranche.
13. Professionals werkzaam bij gemeenten hebben met name behoefte aan ondersteuning bij monitoring en evalueren, het bereiken van specifieke doelgroepen, geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen en cijfers over bewegen. Hier dient NISB de komende jaren op in te zetten.

14. Professionals werkzaam bij NASB gemeenten waren vaak het best op de hoogte van de projecten in vergelijking met de andere groepen professionals. Dit gold zowel voor de algemene als doelgroepspecifieke beweegprojecten.
15. Opmerkelijk is dat professionals die zich specifiek richtten op een doelgroep vaak niet op de hoogte waren van de projecten die ontwikkeld zijn voor deze doelgroep. Professionals werkzaam in het basisonderwijs waren het minst bekend met projecten gericht op basisschoolleerlingen. De bekendheid met projecten voor leerlingen in het voortgezet onderwijs was het laagst onder professionals werkzaam in het voortgezet onderwijs. Professionals die zich richtten op chronisch zieken waren nauwelijks bekend met de producten die specifiek ontwikkeld zijn voor chronisch zieken en professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen waren het minst bekend met de projecten voor beweegstimulering van 50-plussers. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB zich in de campagnes meer gaat richten op professionals die zich specifiek bezig houden met een doelgroep. Dat zal de implementatie van de projecten ten goede komen.

Ondersteuning:

16. De bekendheid met NISB was goed. De bekendheid onder professionals werkzaam in de kinderopvang en professionals die zich richtten op chronisch zieken kan nog aanzienlijk vergroot worden als NISB actief inzet op deze groepen.
17. Professionals hebben met name behoefte aan ondersteuning ten aanzien van cijfers over bewegen, geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen en het bereiken van specifieke doelgroepen.
18. Professionals werkzaam in het onderwijs wilden met name ondersteuning bij het verkrijgen van financiering en informatie over sport- en beweegaanbod. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB meer informatie aan deze groep gaat geven over dit onderwerp.
19. Het merendeel van de projecten die ingezet worden in het kader van bewegen met jonge kinderen waren niet of nauwelijks bekend onder professionals werkzaam in de kinderopvang. Acht op de tien professionals was niet bekend met negen van de dertien projecten. NISB doet er verstandig aan om de bekendheid van deze projecten onder de groep professionals te vergroten.

Kinderopvang:

20. Meer dan de helft van de professionals werkzaam in de kinderopvang had behoefte aan informatie over 6 van de 13 producten. Dit versterkt de aanbeveling om actiever deze groep professionals te benaderen.

7.7 Tot slot

In het algemeen kan geconcludeerd worden dat NISB goed werk heeft verricht het afgelopen jaar. Maar liefst 94% van de professionals was bekend met de campagne *30minutenbewegen* en het merendeel vond de campagne ondersteunend aan de eigen activiteiten. Bijna driekwart van de professionals was bekend met het NASB. Tevens was de bekendheid met de NASB producten erg hoog onder professionals werkzaam bij NASB gemeenten. De professionals vonden de producten ook nuttig voor hun eigen werkzaamheden.

Echter, opmerkelijk is dat professionals die zich specifiek richtten op een doelgroep vaak niet op de hoogte waren van de projecten die ontwikkeld zijn voor deze doelgroep. Professionals werkzaam in het basisonderwijs waren het minst bekend met projecten

gericht op basisschoolleerlingen. De bekendheid met projecten voor leerlingen in het voortgezet onderwijs was het laagst onder professionals werkzaam in het voortgezet onderwijs. Professionals die zich richtten op chronisch zieken waren nauwelijks bekend met de producten die specifiek ontwikkeld zijn voor chronisch zieken en professionals werkzaam bij woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen waren het minst bekend met de projecten voor bewegstimulering van 50-plussers. Het strekt tot de aanbeveling dat NISB zich meer gaat richten op professionals die zich specifiek bezig houden met een doelgroep. Dat zal de implementatie van de projecten ten goede komen.

Referenties

Chorus AMJ & Stubbe JH. Monitor onder professionals in het werkveld van sport en bewegen. Resultaten 2007. TNO: Leiden, 2008

Stubbe JH & Chorus AMJ. Monitor onder professionals in het werkveld van sport en bewegen. Resultaten 2008. TNO: Leiden, 2009

A Bijlage I

In deze bijlage staat beschreven op welke manier de verschillende groepen professionals van de campagne *30minutenbewegen* hadden gehoord. Meerdere antwoorden konden ingevuld worden door de professionals, waardoor het totaal optelt tot meer dan 100%.

Tabel I.1. Manieren waarop professionals werkzaam bij gemeenten gehoord hebben van de campagne *30minutenbewegen*.

Manieren	%
Via een nieuwsbrief	81%
Via de reclamespot op televisie	68%
Via internet	68%
Via een artikel/artikelen in een tijdschrift	64%
Via een project/actie waar de campagne aan gekoppeld is	55%
Via samenwerkingspartners	45%
Via een krantenartikel	34%
Via de radiospot	26%
Anders	4%

Tabel I.2. Manieren waarop professionals werkzaam bij de kinderopvang gehoord hebben van de campagne *30minutenbewegen*.

Manieren	%
Via de reclamespot op televisie	77%
Via een artikel/artikelen in een tijdschrift	35%
Via de radiospot	26%
Via een project/actie waar de campagne aan gekoppeld is	25%
Via een krantenartikel	25%
Via internet	21%
Via een nieuwsbrief	14%
Via samenwerkingspartners	7%
Anders	5%

Tabel I.3. Manieren waarop professionals werkzaam bij landelijke organisaties gehoord hebben van de campagne *30minutenbewegen*.

Manieren	%
Via samenwerkingspartners	74%
Via een nieuwsbrief	62%
Via de reclamespot op televisie	44%
Via internet	41%
Via een artikel/artikelen in een tijdschrift	41%
Via een project/actie waar de campagne aan gekoppeld is	32%
Via een krantenartikel	24%
Anders	24%
Via de radiospot	21%

Tabel I.4. Manieren waarop professionals werkzaam bij algemene organisaties gehoord hebben van de campagne *30minutenbewegen*.

Manieren	%
Via een nieuwsbrief	68%
Via internet	59%
Via een project/actie waar de campagne aan gekoppeld is	54%
Via de reclamespot op televisie	50%
Via samenwerkingspartners	50%
Via een artikel/artikelen in een tijdschrift	49%
Via een krantenartikel	23%
Via de radiospot	21%
Anders	18%

Tabel I.5. Manieren waarop professionals werkzaam bij woonzorginstellingen/stichting welzijn ouderen gehoord hebben van de campagne *30minutenbewegen*.

Manieren	%
Via de reclamespot op televisie	66%
Via een nieuwsbrief	52%
Via een artikel/artikelen in een tijdschrift	45%
Via internet	39%
Via een krantenartikel	33%
Via een project/actie waar de campagne aan gekoppeld is	27%
Via de radiospot	24%
Via samenwerkingspartners	15%
Anders	10%

Tabel I.6. Manieren waarop professionals die zich richtten op chronisch zieken gehoord hebben van de campagne *30minutenbewegen*.

Manieren	%
Via de reclamespot op televisie	60%
Via een artikel/artikelen in een tijdschrift	39%
Via een nieuwsbrief	29%
Via een krantenartikel	28%
Via internet	26%
Via de radiospot	25%
Via een project/actie waar de campagne aan gekoppeld is	22%
Via samenwerkingspartners	17%
Anders	12%

B Bijlage II

Tabel II.1 Percentage professionals dat in 2008 en 2009 bekend was met algemene beweegprojecten.

Professional	Bekend 2008	Bekend 2009
<i>Communities in Beweging</i>		
NASB gemeenten	79%	81%
Niet-NASB gemeenten	38%	48%
Algemene organisatie	61%	66%
<i>BelInteractive</i>		
NASB gemeenten	15%	21%
Niet-NASB gemeenten	8%	8%
Algemene organisatie	7%	8%
<i>Lokaal Actief</i>		
NASB gemeenten	58%	52%
Niet-NASB gemeenten	41%	40%
Algemene organisatie	41%	43%
<i>Beweegkriebels</i>		
NASB gemeenten	91%	89%
Niet-NASB gemeenten	65%	71%
Algemene organisatie	56%	71%
<i>Beweegplezier vanaf 4</i>		
NASB gemeenten	42%	29%
Niet-NASB gemeenten	23%	16%
Algemene organisatie	20%	44%

C Bijlage III

Tabel III.1 Percentage professionals dat in 2008 en 2009 bekend was met het desbetreffende product voor beweegstimulering van kinderen in het basisonderwijs.

Professional	Bekend 2008	Bekend 2009
<i>Alle leerlingen actief</i>		
NASB gemeenten	42%	62%
Niet-NASB gemeenten	26%	31%
Algemene organisaties	38%	56%
Basisonderwijs	22%	13%
<i>Jump-in</i>		
NASB gemeenten	60%	72%
Niet-NASB gemeenten	35%	34%
Algemene organisaties	64%	72%
Basisonderwijs	27%	16%
<i>De Gezonde School</i>		
NASB gemeenten	88%	94%
Niet-NASB gemeenten	73%	75%
Algemene organisaties	79%	87%
Basisonderwijs	52%	71%
<i>Het Bewegmanagement van NISB</i>		
NASB gemeenten	48%	52%
Niet-NASB gemeenten	31%	41%
Algemene organisaties	49%	48%
Basisonderwijs	3%	0%
<i>De sportieve leidraad voor de brede basisschool</i>		
NASB gemeenten	28%	32%
Niet-NASB gemeenten	17%	14%
Algemene organisaties	20%	15%
<i>Kies voor Hart en Sport</i>		
NASB gemeenten	85%	90%
Niet-NASB gemeenten	70%	70%
Algemene organisaties	74%	83%
Basisonderwijs	33%	41%
<i>Scoren voor Gezondheid</i>		
NASB gemeenten	52%	69%
Niet-NASB gemeenten	36%	40%
Algemene organisaties	63%	69%
Basisonderwijs	27%	14%

<i>Groep 6 on the move</i>		
NASB gemeenten	20%	26%
Niet-NASB gemeenten	12%	13%
Algemene organisaties	30%	35%
Basisonderwijs	10%	7%

D Bijlage IV

Tabel IV.1 Percentage professionals dat in 2008 en 2009 bekend was met het desbetreffende product om het beweggedrag van leerlingen in het voortgezet onderwijs positief te beïnvloeden.

Professional	Bekend 2008	Bekend 2009
WhoZnext		
NASB gemeenten	100%	89%
Algemene organisaties	90%	87%
Voortgezet onderwijs	50%	33%
Alle leerlingen actief		
NASB gemeenten	42%	48%
Algemene organisaties	32%	52%
Voortgezet onderwijs	24%	16%
Maatschappelijke stage in het onderwijs		
NASB gemeenten	79%	89%
Algemene organisaties	84%	70%
Voortgezet onderwijs	67%	64%
School en Sport Bewegmanagement		
NASB gemeenten	37%	29%
Algemene organisaties	35%	41%
Voortgezet onderwijs	9%	1%

E Bijlage V

Tabel V.1 Percentage professionals dat in 2008 en 2009 bekend was met het desbetreffende product gericht op het in beweging krijgen van te-weinig actieve 50-plussers of kwetsbare ouderen.

Professional en producten	Bekend 2008	Bekend 2009
<i>De cursus Bewegen en Gezondheid</i>		
NASB gemeenten	36%	44%
Niet-NASB gemeenten	18%	30%
Algemene organisatie	39%	55%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	23%	57%
<i>GALM met variant SMALL</i>		
NASB gemeenten	100%	93%
Niet-NASB gemeenten	93%	91%
Algemene organisatie	86%	87%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	54%	71%
<i>COACH-aanpak</i>		
NASB gemeenten	33%	62%
Niet-NASB gemeenten	20%	36%
Algemene organisatie	49%	45%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	13%	23%
<i>ACTOR</i>		
NASB gemeenten	14%	42%
Niet-NASB gemeenten	9%	22%
Algemene organisatie	25%	31%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	10%	11%
<i>Lokale Taskforce 50+</i>		
NASB gemeenten	57%	48%
Niet-NASB gemeenten	39%	44%
Algemene organisatie	60%	59%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	15%	29%
<i>Bewegen valt goed!</i>		
NASB gemeenten	52%	39%
Niet-NASB gemeenten	24%	32%
Algemene organisatie	50%	52%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	18%	29%
<i>Meer Bewegen voor ouderen</i>		
NASB gemeenten	100%	93%
Niet-NASB gemeenten	95%	80%
Algemene organisatie	93%	86%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	77%	86%

<i>In Balans</i>		
NASB gemeenten	25%	30%
Niet-NASB gemeenten	48%	33%
Algemene organisatie	58%	60%
Woonzorginstellingen/Stichting Welzijn Ouderen	55%	61%

F Bijlage VI

In deze bijlage staat beschreven op welke thema's de professionals ondersteuning wilden ontvangen. Aan de professionals die ondersteuning wilden hebben, is tevens gevraagd aan welke vorm zij de voorkeur gaven. Meerdere antwoorden konden ingevuld worden door de professionals, waardoor het totaal optelt tot meer dan 100%.

Tabel VI.1 Thema's waarop professionals werkzaam bij algemene organisaties ondersteuning willen.

Thema's	Ja (%)	Meeste genoemde vorm
Het bereiken van specifieke doelgroepen	61%	Schriftelijke materialen
Praktische werkvormen om mensen in beweging te krijgen	57%	Schriftelijke materialen
Geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen	65%	Schriftelijke materialen
Campagneactiviteiten om mensen in beweging te krijgen	51%	Schriftelijke materialen
Cijfers over bewegen	35%	Schriftelijke materialen
Opstellen van integraal beweegbeleid	49%	Schriftelijke materialen
Opstellen van (project)plannen voor bewegen	44%	Schriftelijke materialen
Monitoren en evalueren	54%	Schriftelijke materialen
Verbeteren van de samenwerking met partners	43%	Een te vormen netwerk
Kwaliteits- en deskundigheidsbewaking betreffende de uitvoering	42%	Schriftelijke materialen
Anders	6%	nvt

Tabel VI.2 Thema's waarop professionals werkzaam woonzorginstellingen en Stichting Welzijn Ouderen ondersteuning willen.

Thema's	Ja (%)	Meeste genoemde vorm
Het bereiken van specifieke doelgroepen	40%	Schriftelijke materialen
Praktische werkvormen om mensen in beweging te krijgen	36%	Schriftelijke materialen
Geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen	43%	Schriftelijke materialen
Campagneactiviteiten om mensen in beweging te krijgen	40%	Schriftelijke materialen
Cijfers over bewegen	38%	Schriftelijke materialen
Opstellen van integraal beweegbeleid	38%	Schriftelijke materialen
Opstellen van (project)plannen voor bewegen	41%	Schriftelijke materialen
Monitoren en evalueren	34%	Schriftelijke materialen
Verbeteren van de samenwerking met partners	27%	Een te vormen netwerk
Kwaliteits- en deskundigheidsbewaking betreffende de uitvoering	33%	Schriftelijke materialen
Anders	8%	nvt

Tabel VI.3 Thema's waarop professionals die zich richtten op chronisch zieken ondersteuning willen.

Thema's	Ja (%)	Meeste genoemde vorm
Het bereiken van specifieke doelgroepen	52%	Schriftelijke materialen
Praktische werkvormen om mensen in beweging te krijgen	70%	Schriftelijke materialen
Geschikte sport- of beweegprojecten om mensen in beweging te krijgen	65%	Schriftelijke materialen
Campagneactiviteiten om mensen in beweging te krijgen	54%	Schriftelijke materialen
Cijfers over bewegen	53%	Schriftelijke materialen
Opstellen van integraal beweegbeleid	31%	Bijeenkomsten
Opstellen van (project)plannen voor bewegen	38%	Schriftelijke materialen
Monitoren en evalueren	42%	Schriftelijke materialen
Verbeteren van de samenwerking met partners	54%	Een te vormen netwerk
Kwaliteits- en deskundigheidsbewaking betreffende de uitvoering	51%	Schriftelijke materialen
Anders	10%	nvt