

**jongeren op
gezond gewicht**

Eén jaar Gezonde Sportkantine

Uitkomsten 1-meting GSK

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Inleiding	4
Achtergrond GSK sportverenigingen	5
Verantwoordelijkheid kantine	6
Beleid en ambitie Gezonde Sportkantine	7
Richtlijnen en ambitie Gezonde Sportkantine	8
Struikelblokken Gezonde Sportkantine	9
Informatie en advies	10
Activiteiten - gezonde voeding en drank	11
Activiteiten - waterdrinken en alcohol	12
Huidig assortiment - voeding	13
Huidig assortiment - dranken	14
Meest verkochte etenswaren	15
Meest verkochte dranken	16
Toekomstige activiteiten (1)	17
Toekomstige activiteiten (2)	18
Ontwikkeling GSK-sportverenigingen	19

Samenvatting

- Na ongeveer een jaar met het project de Gezonde Sportkantine (GSK) bezig te zijn, heeft 12 procent van de ondervraagde verenigingen een gezonde sportkantine in haar beleid vastgelegd.
- Bijna alle verenigingen die bekend zijn met de Richtlijnen Gezonde Sportkantine geven aan dat zij zich op het niveau van brons (41%) bevinden, dat wil zeggen binnen elke aangeboden productgroep wordt minstens één gezonde(re) optie zichtbaar aangeboden, of zijn daartoe goed op weg (52%). Een kwart van de verenigingen ambieert het niveau van zilver (60% van het zichtbare aanbod bestaat uit gezonde(re) producten) te behalen en 16 procent gaat voor goud (80% van het zichtbare aanbod bestaat uit gezonde(re) producten).
- Een op de vijf verenigingen heeft geen struikelblokken ervaren bij de overgang naar GSK. Belangrijke struikelblokken waar verenigingen tegenaan liepen zijn: beperkte houdbaarheid van producten (53%), wisselende vrijwilligers achter de bar (34%) en gebrek aan acceptatie van leden en bezoekers (32%).
- Acht op de tien verenigingen (78%) heeft gezondere producten aan het assortiment toegevoegd of heeft ongezonde producten vervangen. De helft van de verenigingen wil dit in de (nabije) toekomst nog doen. Veel verenigingen frituren inmiddels in vloeibaar frituurvet (73%) en ongeveer de helft van de verenigingen heeft binnen elke productgroep een gezonde keuze beschikbaar (49%), gratis fruit verkrijgbaar (45%) en/of geeft aan dat er binnen de vereniging over het thema wordt gesproken (45%).

De ondervraagde sportverenigingen zijn inmiddels (ongeveer) een jaar bezig met de Gezonde Sportkantine. Ten opzichte van de 0-meting zijn enkele positieve ontwikkelingen in het assortiment waarneembaar. Zo zijn fruit en andere gezonde(re) alternatieven als belegde bruine broodjes, soep, een bruine tosti ham/kaas en groente bij meer verenigingen onderdeel van het assortiment geworden. Ook behoort gratis kraanwater inmiddels bij aanzienlijk meer verenigingen tot het assortiment. Ondanks de inspanningen van verenigingen zien we echter dat de ongezonde producten nog steeds tot de meest verkochte producten behoren. Enerzijds komt dit doordat sportverenigingen te maken hebben met praktische problemen zoals de beperkte houdbaarheid van verse producten. Aan de andere kant heeft een cultuuromslag als deze tijd nodig om iedereen binnen de vereniging mee te krijgen en het belang van een gezond aanbod in te laten zien. Door het project de Gezonde Sportkantine te blijven monitoren zal duidelijk worden hoe het aanbod van de sportkantes zich verder zal ontwikkelen.

Inleiding

Jongeren op Gezond Gewicht (voorheen Convenant Gezond Gewicht) zet zich in om de stijgende trend van overgewicht en obesitas om te buigen in een daling. Een van de aandachtspunten daarbij is gezonde voeding in de sport. De Gezonde Sportkantine (GSK) is een project dat zich hierop richt.

Inmiddels zijn 900 sportverenigingen aan de slag met de Gezonde Sportkantine. Een groot deel van de deelnemende sportkantines ligt in de Randstad en in Brabant. Het aantal deelnemende sportverenigingen aan de Gezonde Sportkantine is in JOGG-gemeenten (100 gemeenten) vijf keer groter dan in gemeenten die niet meedoen aan Jongeren op Gezond Gewicht.

Alle verenigingen die deelnemen aan dit project, vullen bij aanvang een vragenlijst in (0-meting). Als de verenigingen ongeveer een jaar bezig zijn, vullen ze een tweede vragenlijst in (1-meting). Op deze manier worden ontwikkelingen gedurende het project bij de verenigingen gevolgd. De vragen gaan over het aanbod in de kantine, de werkwijze van verenigingen, verantwoordelijken, taakverdeling et cetera. De vragenlijsten zijn ontwikkeld door Jongeren op Gezond Gewicht.

Jongeren op Gezond Gewicht heeft een database van de Gezonde Sportkantine van 0- en 1-metingen samengesteld. In deze rapportage worden de resultaten van de 1-meting gepresenteerd. De vragenlijst van de 1-meting is door 74 sportverenigingen volledig ingevuld. Dit zijn sportverenigingen die ongeveer een jaar met de Gezonde Sportkantine actief zijn. De resultaten van deze 1-meting zijn door het Mulier Instituut geanalyseerd. Eerder analyseerde het Mulier Instituut de 0-meting waaraan 202 sportverenigingen meededen, de resultaten van de 0-meting vindt u [hier](#). Aan het eind van deze rapportage worden ontwikkelingen bij sportverenigingen op basis van deze twee metingen beschreven.

In deze rapportage worden de resultaten van de 1-meting per onderwerp kort beschreven. Op enkele sheets worden onder het kopje 'Aanvullend' resultaten vermeld die niet zijn opgenomen in de figuren. Tot slot wordt een vergelijking gemaakt met de 0-meting: in hoeverre zijn er veranderingen opgetreden in de sportkantines van sportverenigingen? De volledige tabellen met de resultaten per vraag staan in het bijgeleverde tabellenboek.

Achtergrond GSK sportverenigingen

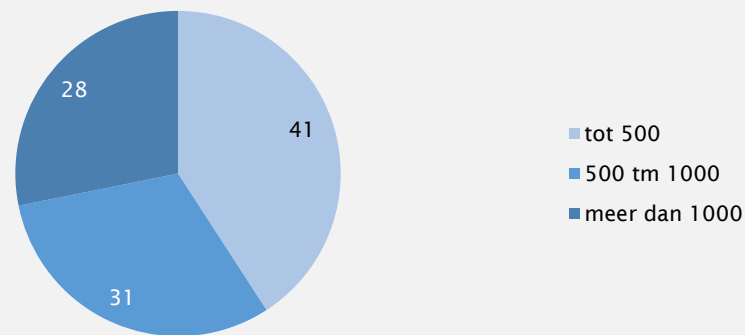
- GSK-verenigingen zijn met name veldsporten.
- Ongeveer een kwart van de sportverenigingen in Nederland met een eigen kantine is een voetbalvereniging. In de pilot Gezonde Sportkantine is 36 procent van de sportverenigingen een voetbalvereniging. Dit betekent dat de voetbalverenigingen in de 1-meting Gezonde Sportkantine oververtegenwoordigd zijn.
- 28 procent van de GSK sportverenigingen telt meer dan 1000 leden. De meeste sportverenigingen tellen tot 500 of 500 tot en met 1000 leden. Van de sportverenigingen in Nederland heeft 91 procent tot en met 500 leden, de meerderheid (56%) heeft zelfs maximaal 100 leden. Hiermee zijn de grote sportverenigingen in het programma de Gezonde Sportkantine oververtegenwoordigd.
- Zes op de tien ondervraagde GSK-verenigingen is afkomstig uit een JOGG-gemeente (niet in figuur). In totaal hebben 100 (van de 390) gemeenten zich aangesloten bij Jongeren op Gezond Gewicht (zie [hier](#) voor spreiding over het land).

Tabel 1. Sporttakken

	Aantal	Percentage
Voetbal	27	36
Hockey	17	23
Korfbal	8	11
Tennis	4	5
Omni	4	5
Atletiek	3	4
Zwemmen	2	3
Honkbal/softbal	2	3
Watersport	1	1
Volleybal	1	1
Tafeltennis	1	1
Sporthal	1	1
Sportcentrum	1	1
Handboog schieten	1	1
Andere sport	1	1
Totaal	74	100

GSK-verenigingen zijn met name voetbal- en hockeyverenigingen

Figuur 1. Grootte van GSK sportverenigingen – aantal leden



Verantwoordelijkheid kantine

Figuur 2. Wie is verantwoordelijk voor de sportkantine? (in procenten, n=74)



- De vereniging is vaak zelf verantwoordelijk voor de sportkantine.

Aanvullend

- Kleine verenigingen zijn iets vaker zelf verantwoordelijk voor de sportkantine dan grotere verenigingen met meer dan 500 leden.

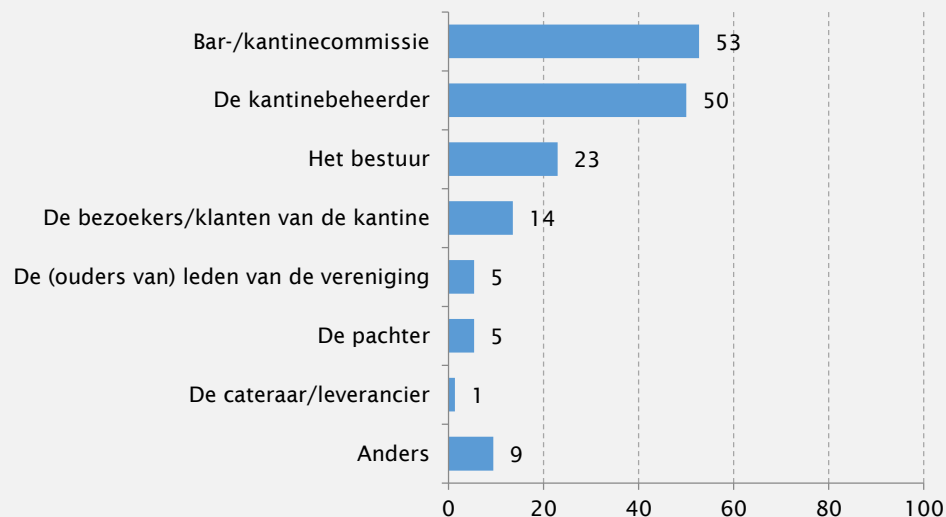
Bezoekers van de kantine en leden van de vereniging hebben nauwelijks inspraak in het assortiment

- Voor de helft van de verenigingen geldt dat de bar-/kantinecommissie en/of de kantinebeheerder het aanbod in de kantine bepaalt.
- Bezoekers van de kantine (14%) en leden van de vereniging (5%) hebben in mindere mate directe invloed op het assortiment van de kantine, maar doordat zij de vraag bepalen hebben zij alsnog indirect invloed op het assortiment.
- Anders: o.a. hoofd horeca, horecateam, verenigingsmanager, stichting beheer

Aanvullend

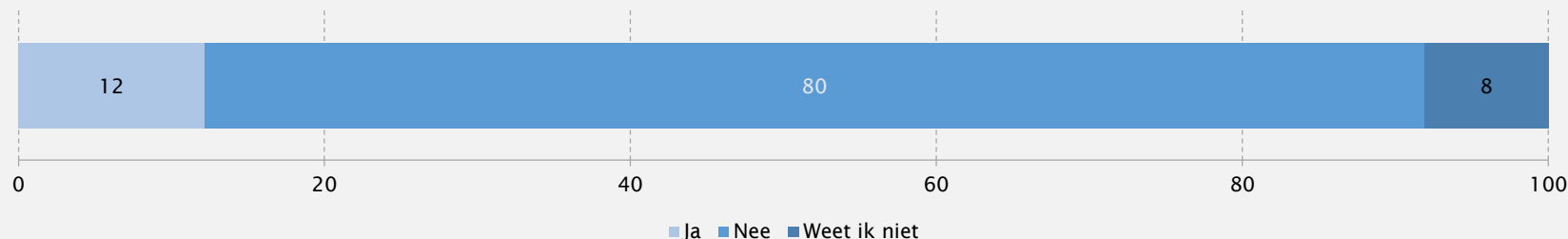
- Wanneer de verantwoordelijkheid voor de kantine is uitbesteed: bepalen de pachter en cateraar/leverancier over het algemeen het aanbod
- bij de vereniging ligt: bepalen de kantinecommissie en kantinebeheerder over het algemeen het aanbod

Figuur 3. Wie bepaalt het aanbod in de kantine? (in procenten, n=74)



Beleid en ambitie Gezonde Sportkantine

Figuur 4. Heeft de vereniging beleid rondom de Gezonde Sportkantine vastgelegd? (in procenten, n=74)



- Een klein deel van de verenigingen (12%) heeft beleid rondom de Gezonde Sportkantine vastgelegd.
- Verenigingen die aangeven dat zij zich op een wat hoger niveau van de Richtlijnen Gezonde Sportkantine bevinden, hebben vaker beleid vastgelegd dan verenigingen die nog niet zo ver zijn (niet in figuur).

Acht op de tien verenigingen heeft (nog) geen beleid rondom de Gezonde Sportkantine vastgelegd

Figuur 5. Hoe kijk je nu tegen de ambitie van een gezonde(re) sportkantine aan? (in procenten, n=74)



- 72 procent van de verenigingen kijkt momenteel positief tegen de ambitie van een gezonde(re) sportkantine aan.
- Positief, want gezond eten is goed, beter en belangrijk (16x), het wordt goed ontvangen en de acceptatie groeit (8x), gezond eten is ook lekker (3x), er is keuzemogelijkheid (4x) en er is behoefte aan (2x).
- Sceptisch, want leden (willen) het niet kopen (10x) en het is binnen de vereniging niet haalbaar (2x).

Richtlijnen en ambitie Gezonde Kantine

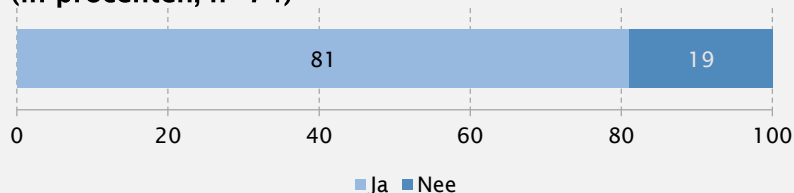
Brons: binnen elke aangeboden productgroep wordt minstens één gezonde(re) optie zichtbaar aangeboden

Zilver: de kantine straalt in meerderheid gezondheid uit en minimaal 60% van het zichtbare aanbod bestaat uit gezonde(re) producten

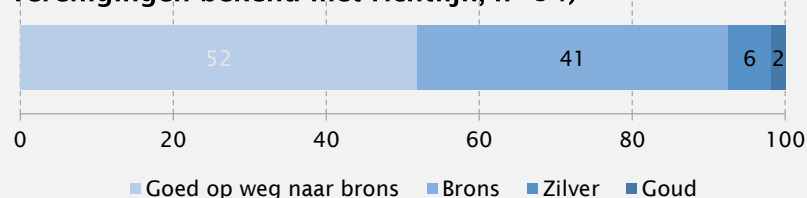
Goud: de kantine straalt helemaal gezondheid uit en minimaal 80% van het zichtbare aanbod bestaat uit gezonde(re) producten

Merendeel verenigingen geeft aan zich op niveau brons te bevinden of goed op weg naar brons te zijn

Figuur 6. Ben je bekend met de Richtlijn Gezonde Kantine? (in procenten, n=74)



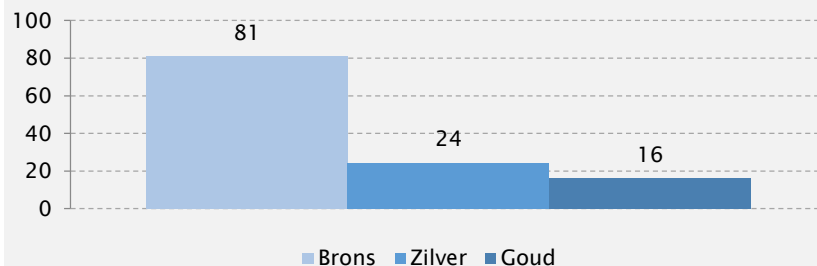
Figuur 7. Zo ja, op welk niveau bevinden jullie je? (% verenigingen bekend met richtlijn, n=54)



- Acht op de tien verenigingen is bekend met de Richtlijn Gezonde Kantine.
- Van deze verenigingen is de helft goed op weg naar brons (52%) en bevindt 41 procent zich op het niveau van brons. Een klein deel van de verenigingen bevindt zich reeds op het niveau van zilver (3 verenigingen) of goud (1 vereniging).

- Acht op de tien verenigingen heeft de ambitie om niveau brons te behalen.
- Een kwart van de verenigingen heeft de ambitie om niveau zilver te behalen.
- 16 procent van de verenigingen heeft de ambitie om niveau goud te behalen.

Figuur 8. Welke ambitie heeft jouw vereniging? (meerdere antwoorden mogelijk, n=45)



Aanvullend

- Van de verenigingen met de ambitie goud geeft de helft aan goed op weg te zijn naar brons, de rest van deze verenigingen zijn evenredig verdeeld over brons, zilver en goud (allen 17%).

Struikelblokken Gezonde Sportkantine

Figuur 9. Waar liep je tegenaan tijdens de overgang naar GSK?



Een op de vijf verenigingen heeft tijdens overgang naar Gezonde Sportkantine geen struikelblokken ervaren

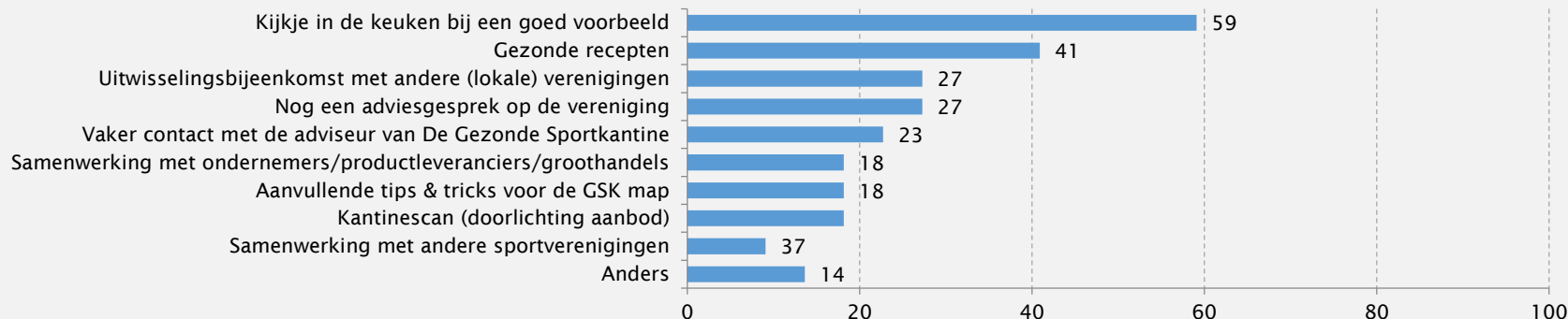
- De helft van de verenigingen heeft de beperkte houdbaarheid van verse en gezonde producten als struikelblok ervaren bij de overgang naar een Gezonde Sportkantine.
Onvoldoende kennis over een gezond(er) assortiment bleek in mindere mate (15%) een struikelblok.
- Een op de vijf verenigingen liep bij de overgang tegen geen enkel struikelblok aan.
- *Anders*: o.a. niet genoeg tijd om aandacht aan te besteden, keuken en bar zijn er niet voor ingericht, aandacht is verslapt door wisselingen in commissies en de reguliere verkoop is minimaal.

Aanvullend

- Een gebrek aan acceptatie bij leden en bezoekers speelt met name bij middelgrote en grote verenigingen.
- Met name bij middelgrote en grote verenigingen liep men tegen het feit aan dat (andere) medewerkers van de barcommissie sceptisch zijn.
- Kleine en middelgrote verenigingen ervaren vaker struikelblokken dan grote verenigingen.
- Verenigingen die aangeven zich op het niveau van zilver te bevinden ervaren minder struikelblokken dan verenigingen (die goed op weg zijn naar) op het niveau brons.

Informatie en advies

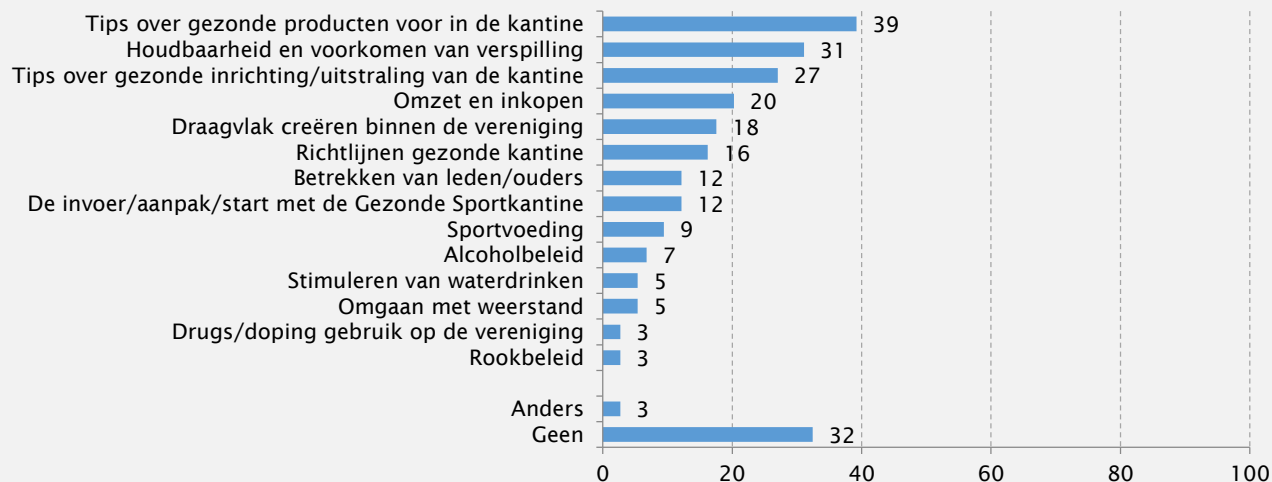
Figuur 10. Heb je behoefte aan meer informatie, advies en/of uitwisseling? Zo ja, in welke vorm? (% verenigingen met behoefte aan informatie, n=22)



- Verenigingen met behoefte aan meer informatie, advies en uitwisseling zouden graag een kijkje nemen bij een goed voorbeeld (59%) en/of gezonde recepten ontvangen (41%).

39 procent van de GSK-verenigingen wil tips over gezonde producten

Figuur 11. Over welke thema's zou je meer informatie willen ontvangen (in procenten, n=74)

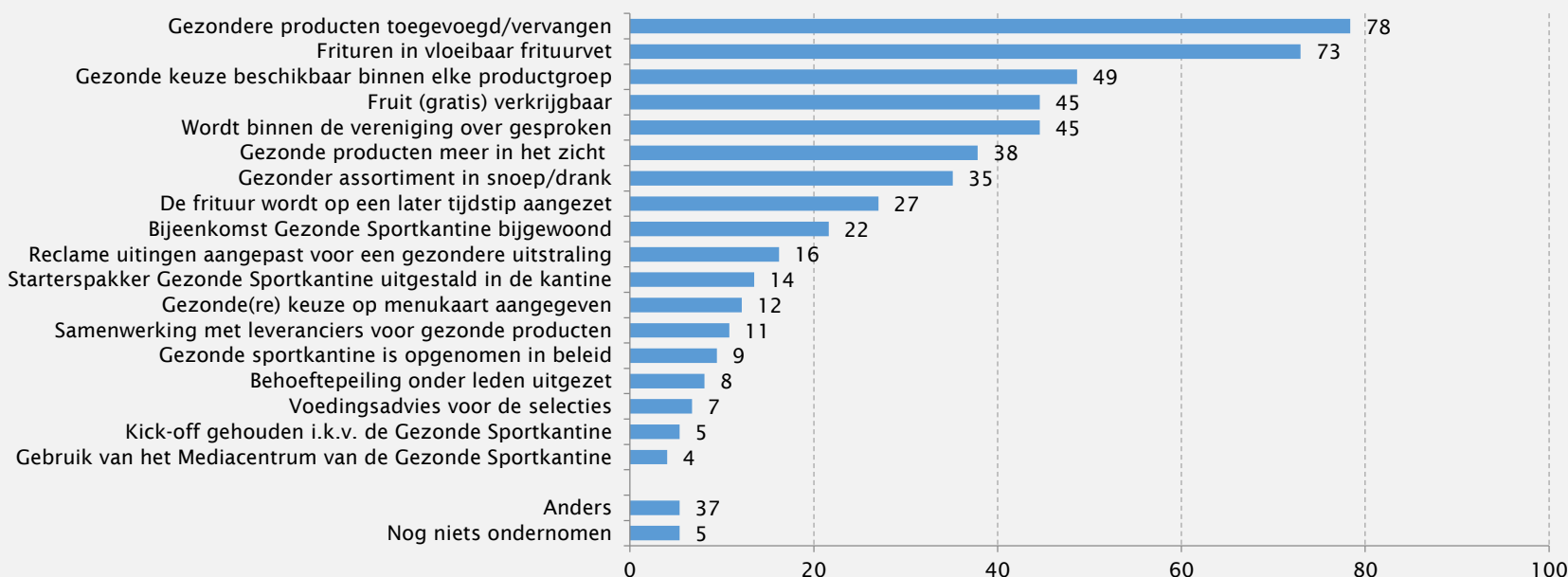


- Thema's waarover verenigingen meer informatie zouden willen zijn voornamelijk tips over gezonde producten (39%), houdbaarheid en verspilling (31%) en een gezonde uitstraling van de kantine (27%).

- Een derde van de verenigingen wil geen aanvullende informatie over deze thema's.

Activiteiten - gezonde voeding en drank

Figuur 12. Wat doen jullie in het kader van een gezonde(re) kantine/vereniging? (in procenten, n=74)

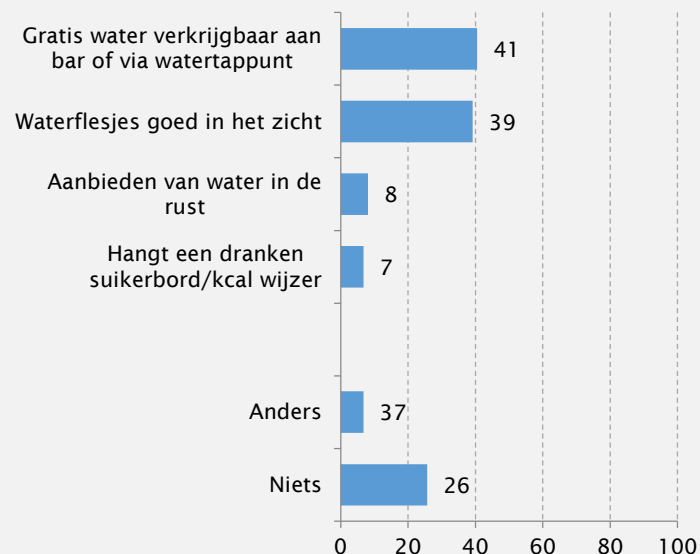


95% van de sportverenigingen is actief bezig met een gezonde(re) kantine

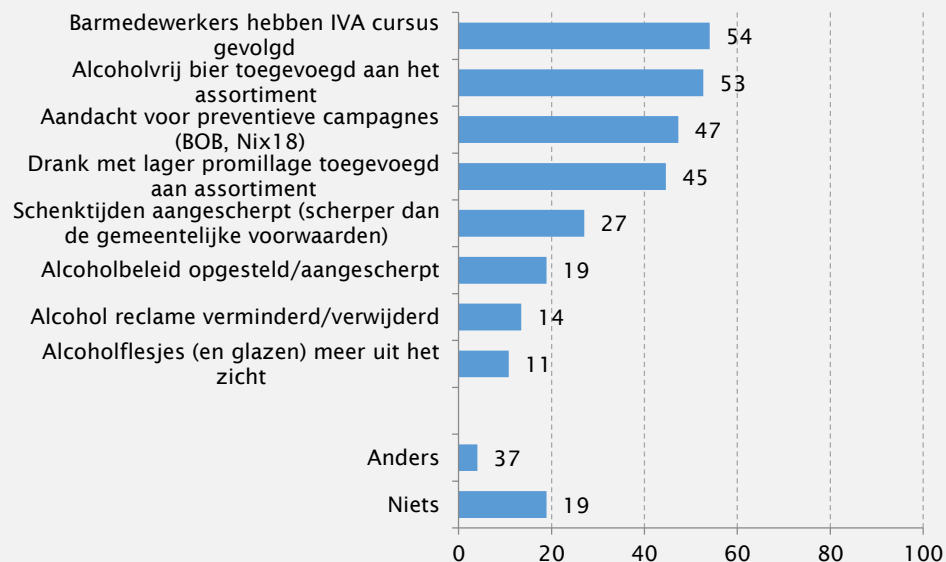
- Acht op de tien verenigingen (78%) heeft gezondere producten aan het assortiment toegevoegd of heeft ongezonde producten vervangen. Ook frituren veel verenigingen in vloeibaar frituurvet (73%).
- Ongeveer de helft van de verenigingen heeft binnen elke productgroep een gezonde keuze beschikbaar (49%), gratis fruit verkrijgbaar (45%) en/of geeft aan dat er binnen de vereniging over het thema wordt gesproken (45%).
- Een kleiner deel van de verenigingen heeft een gezonde(re) kantine opgenomen in het beleid (9%).
- *Anders namelijk:* gezond eten is goedkoper (gemaakt), gaan er wisselend mee om, meegedaan aan de gezonde voetbalkantine van RTL Voetbal Inside, de selectie lunch gezamenlijk met gezonde voeding.

Activiteiten – waterdrinken en alcohol

Figuur 13. Wat doet de vereniging specifiek met betrekking tot waterdrinken? (in procenten, n=74)



Figuur 14. Wat doet de vereniging specifiek met betrekking tot alcohol? (in procenten, n=74)

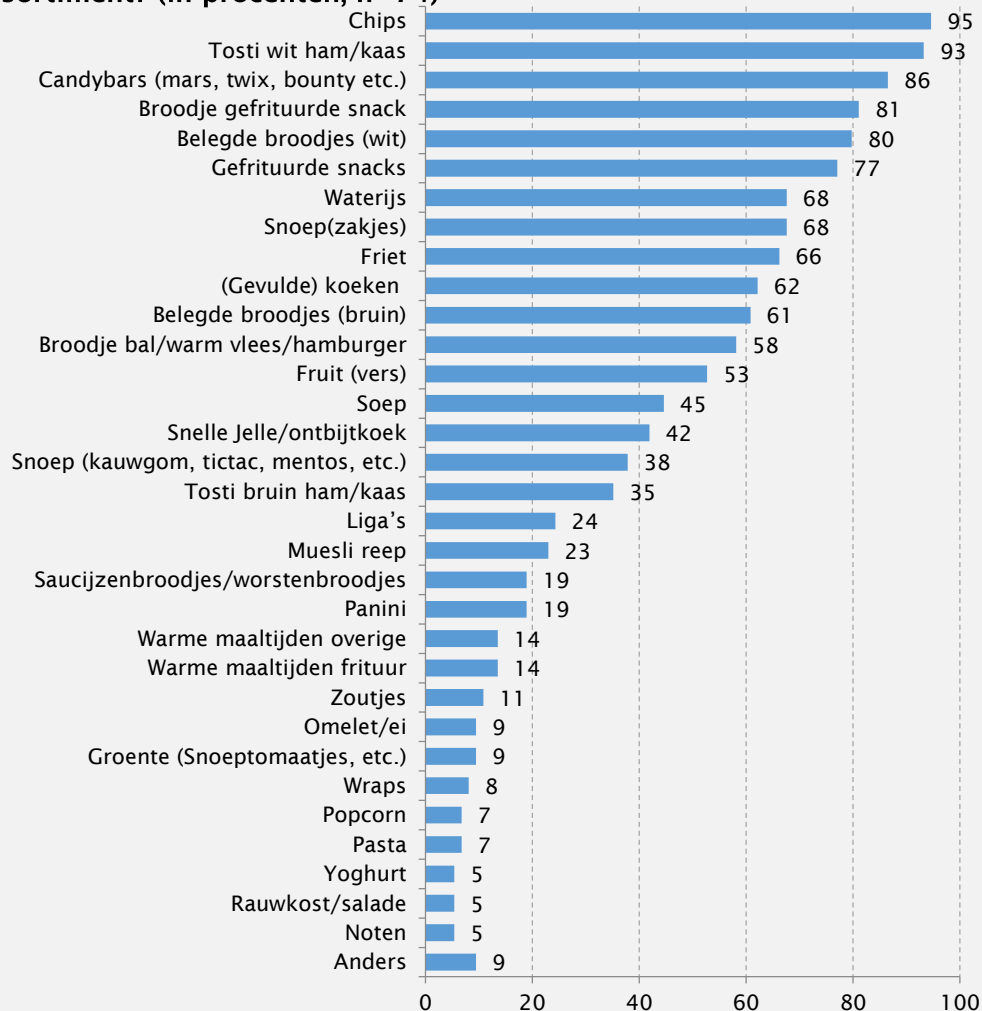


Driekwart van de GSK-verenigingen besteedt actief aandacht aan waterdrinken

- Bij vier op de tien verenigingen is gratis water verkrijgbaar (41%) en staan waterflesjes goed in het zicht (39%). *Anders, namelijk:* o.a. elk team heeft een bidonkrat gekregen, thee in de rust, er komt een waterkraan buiten, altijd water in de dug-out.
- Acht op de tien verenigingen (81%) is actief op het gebied van alcoholpreventie. Bij ongeveer de helft van de verenigingen hebben barmedewerkers een IVA cursus gevolgd (54%), is alcoholvrij bier aan het assortiment toegevoegd (53%), is er aandacht voor preventie campagnes (47%) en is drank met een lager promillage aan het assortiment toegevoegd (45%).
- Een kleiner deel van de verenigingen heeft schenktijden aangescherpt (27%) en alcoholbeleid aangepast of aangescherpt (19%).
- *Anders namelijk:* barpersoneel goed getraind en treden bij twijfel juist op, barmedewerkers gaan een IVA cursus volgen, flessen drank staan uit het zicht.

Huidig assortiment - voeding

Figuur 15. Welke voedingsproducten heeft uw vereniging in het huidig assortiment? (in procenten, n=74)



De helft van de GSK-verenigingen heeft (vers) fruit in haar assortiment.

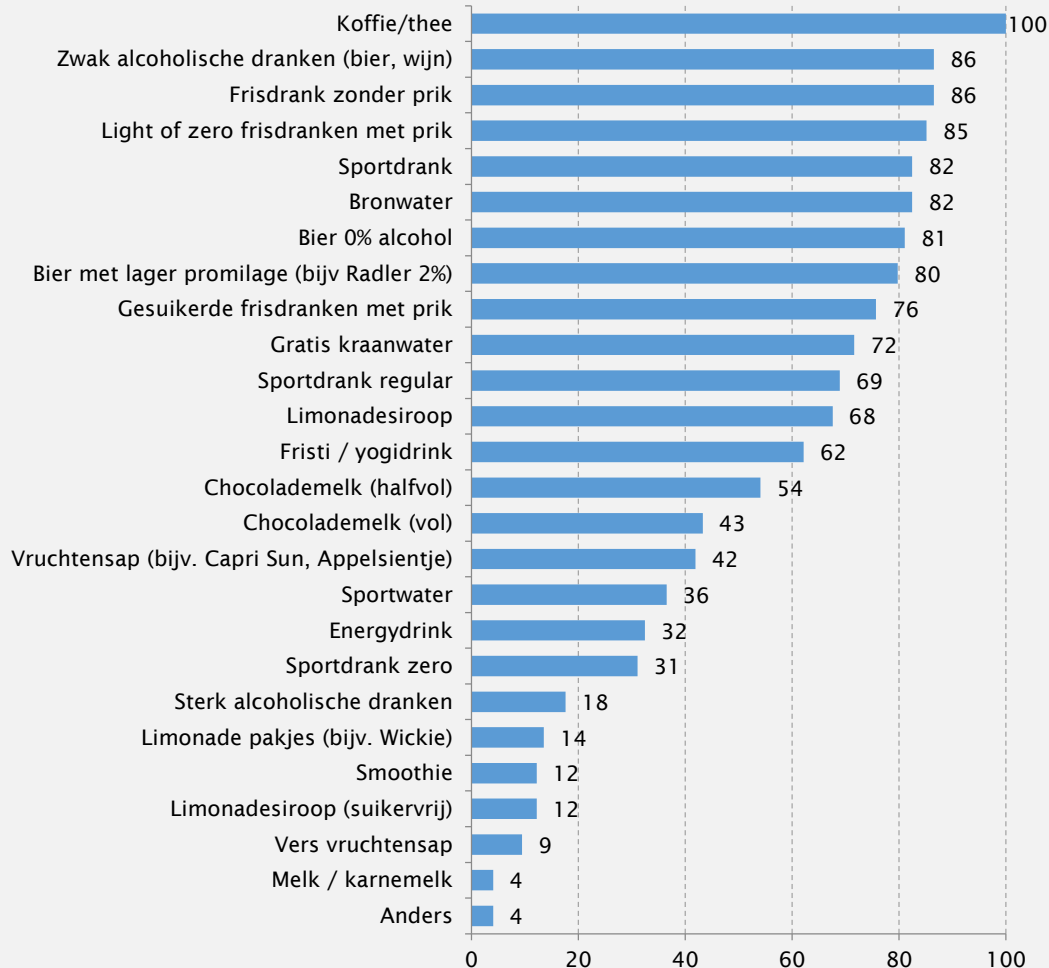
- Chips en een witte tosti ham/kaas behoren bij bijna alle GSK-verenigingen tot het assortiment. Ook candybars, (broodjes) gefrituurde snacks en/of witte belegde broodjes zijn vaak onderdeel van het assortiment.
- (Vers) fruit behoort bij de helft van de verenigingen tot het assortiment van de kantine, groente bij slechts 9 procent en salade bij 5 procent.

Aanvullend

- Bruine belegde broodjes (57%), (vers) fruit (46%), ontbijtkoek (34%) en een bruine tosti ham/kaas (32%) maken bij veel verenigingen onderdeel uit van het gezonde(re) aanbod.
- Verenigingen willen met name chips (36%), (gepulde) koeken (36%), candybars (27%) en het broodje gefrituurde snack (27%) uit hun assortiment verwijderen.
- Ongeveer vijf op de tien verenigingen wil een bruine tosti ham/kaas, groente en bruine belegde broodjes aan het assortiment toevoegen.

Huidig assortiment - dranken

Figuur 16. Welke dranken heeft uw vereniging in het huidige assortiment? (meerdere antwoorden mogelijk, n=74)



- Bij alle GSK-verenigingen behoren koffie en thee tot het assortiment van de kantine.
- Bij ongeveer negen op de tien GSK-verenigingen behoren zwak alcoholische dranken, frisdrank zonder prik en light of zero frisdranken met prik tot het assortiment.
- Kraanwater wordt bij zeven op de tien GSK-verenigingen gratis aangeboden.
- In ongeveer vier op de tien sportkantes behoort vruchtensap tot het assortiment. Vers vruchtensap is aanzienlijk minder vaak onderdeel van het assortiment (9%).

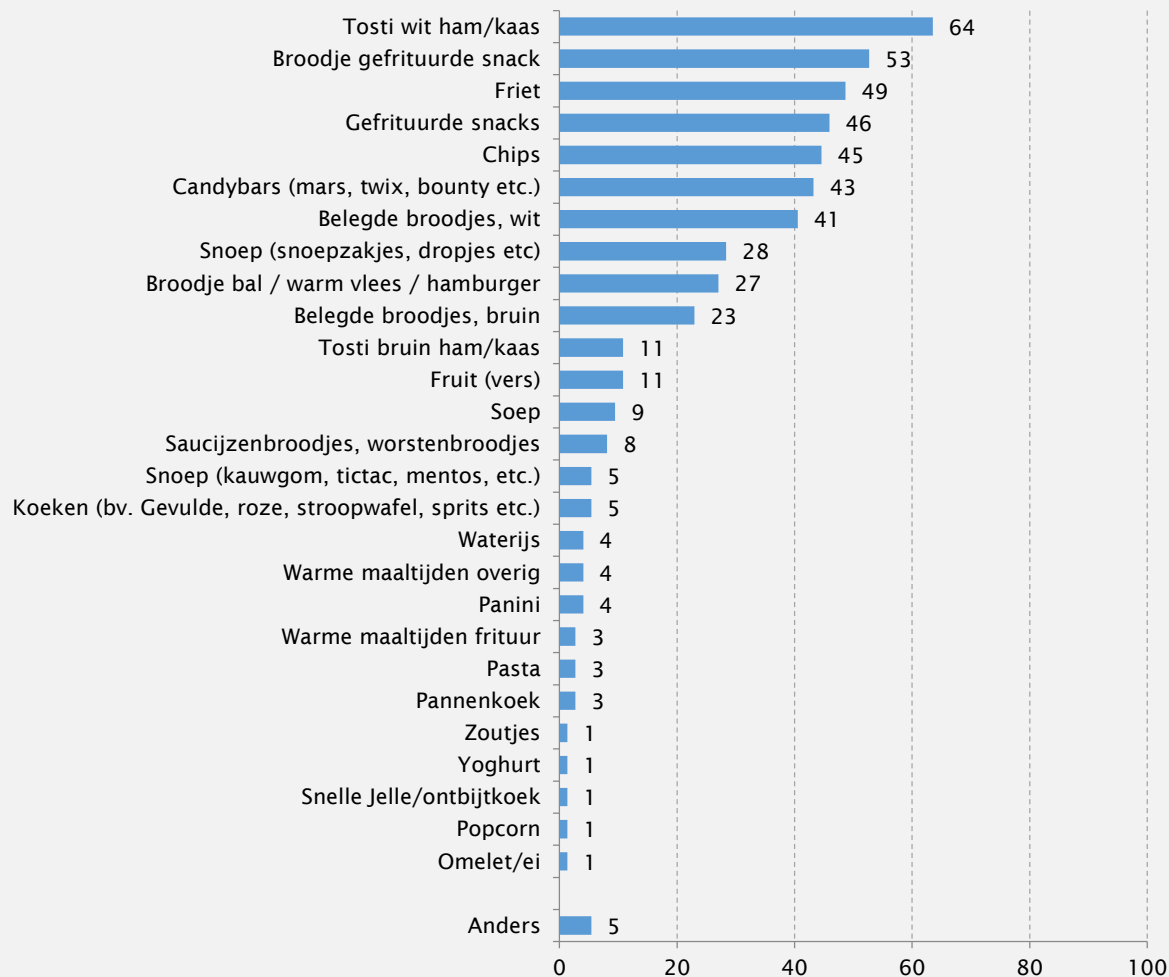
Gratis kraanwater is bij zeven op de tien GSK-verenigingen onderdeel van het assortiment.

Aanvullend

- Bronwater (74%), gratis kraanwater (66%), alcoholvrij bier (56%) en koffie en thee (50%) zijn volgens (meer dan) de helft van de verenigingen die dit aanbiedt gezonde(re) dranken.
- Verenigingen willen met name energydrink (36%) en gesuikerde frisdranken met prik (29%) uit het huidige assortiment verwijderen.

Meest verkochte etenswaren

Figuur 17. Meest verkochte etenswaren (behorend tot top 5) (meerdere antwoorden mogelijk, in procenten)



Witte tosti ham/kaas meest verkocht

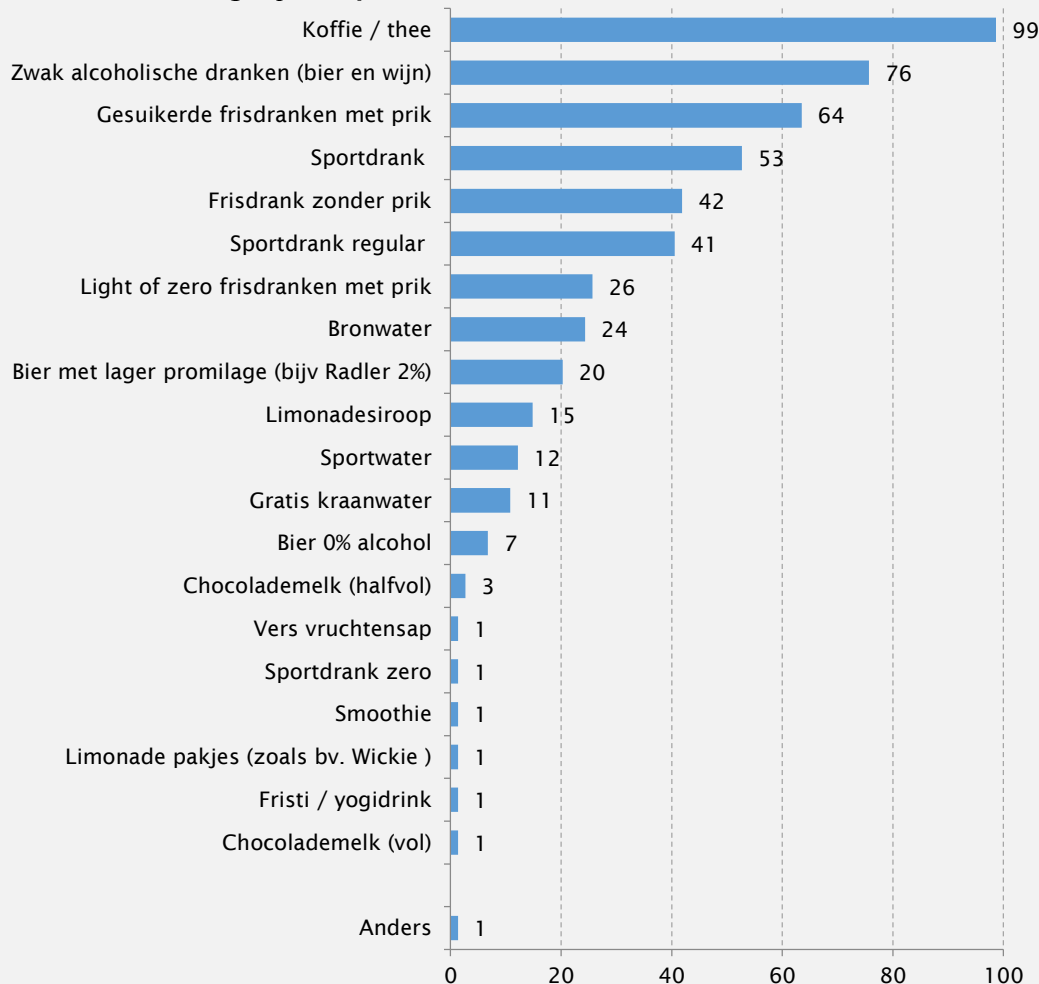
- Witte tosti ham/kaas is het meest verkochte etenswaar. Bij 64% van de verenigingen behoort de tosti tot de 5 meest verkochte etenswaren.
- Bij ongeveer de helft van de verenigingen behoren ongezonde producten als broodjes gefrituurde snacks en friet tot de 5 meest verkochte producten.
- (Vers) fruit behoort bij 11 procent van de verenigingen tot de 5 meest verkochte etenswaren.

Meest verkochte dranken

- Koffie en thee zijn de meest verkochte dranken. Bij 99 procent van de verenigingen behoort koffie en thee tot de top 5 meest verkochte dranken.
- Bij driekwart van de verenigingen behoren zwak alcoholische dranken als bier en wijn tot de top 5.
- Bronwater maakt bij een kwart van de verenigingen deel uit van de top 5 meest verkochte dranken.

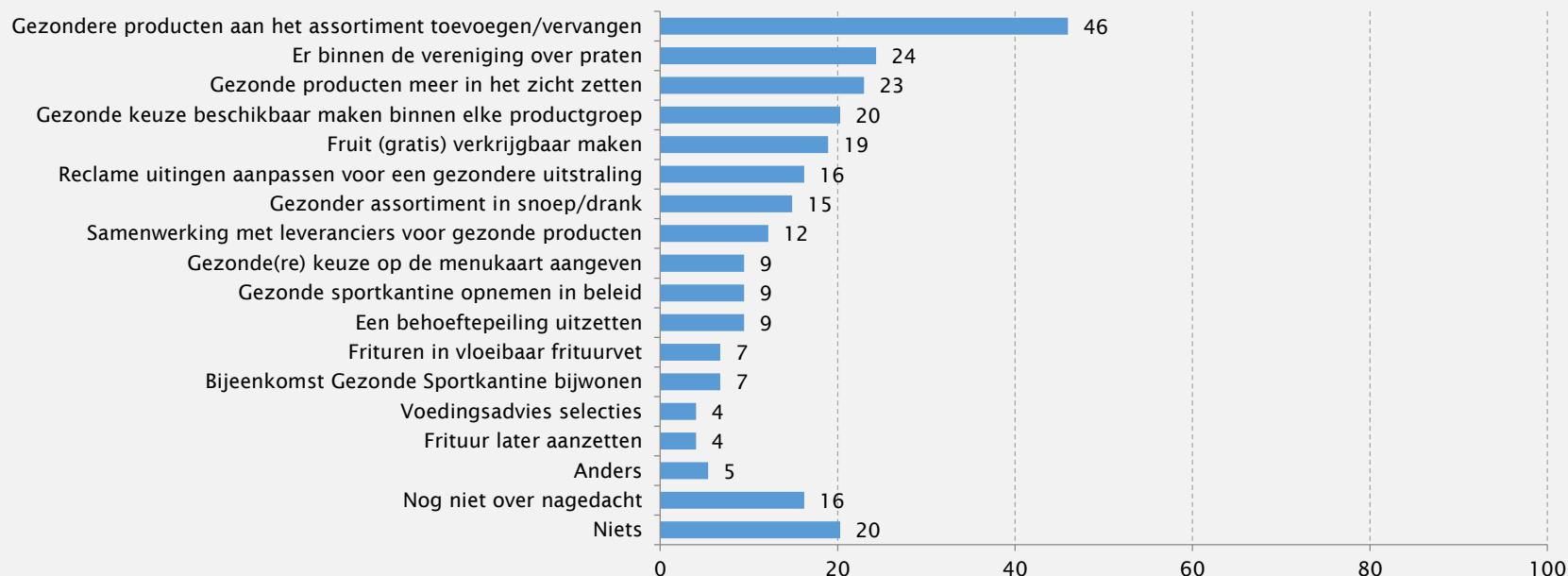
Na koffie en thee worden zwak alcoholische dranken als bier en wijn het meest verkocht

Figuur 18. Meest verkochte dranken (behorend tot top 5) (meerdere antwoorden mogelijk, in procenten)



Toekomstige activiteiten (1)

Figuur 19. Welke stappen hebben jullie nog voor ogen aanvullend op wat jullie al doen of hebben gedaan? (n=74)



De helft van de verenigingen gaat gezonde(re) producten aan het assortiment toevoegen

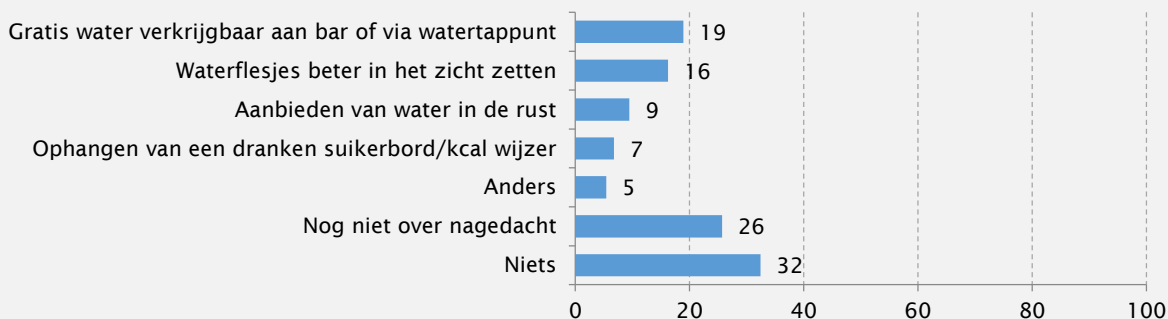
- Ongeveer de helft van de verenigingen (46%) wil naast wat zij inmiddels hebben gedaan nog gezondere producten aan het assortiment toevoegen.
- Een op de vijf verenigingen zal fruit in het assortiment opnemen (en/of gratis uitdelen).
- Negen procent van de verenigingen is van plan om een gezonde sportkantine in het beleid van de vereniging op te nemen.
- Een op de vijf verenigingen wil geen aanvullende acties ondernemen en 16 procent heeft hier nog niet over nagedacht.

Aanvullend

- Verenigingen die naar eigen zeggen goed op weg naar brons zijn of zich op het niveau van brons bevinden willen vaker aanvullende acties verrichten dan verenigingen die aangeven zich op het niveau van zilver te bevinden.

Toekomstige activiteiten (2)

Figuur 20. Wat hebben jullie voor ogen specifiek m.b.t. het stimuleren van waterdrinken aanvullend op wat jullie al doen of hebben gedaan? (n=74)



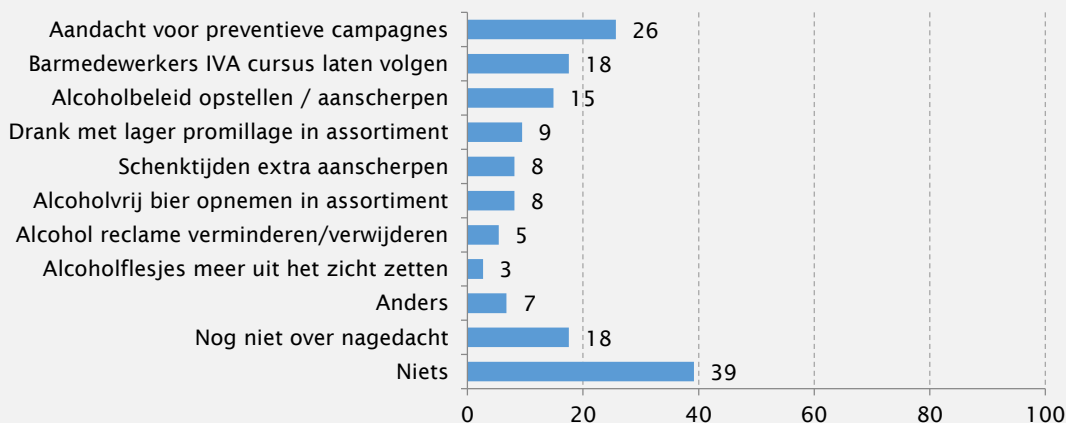
- Een op de vijf verenigingen is van plan om water gratis verkrijgbaar te maken.

Aanvullend

- De verenigingen die geen aanvullende acties willen verrichten zijn naar eigen zeggen bijna allemaal goed op weg naar brons (50%) of bevinden zich op het niveau van brons (45%).

Een op de vijf verenigingen wil water gratis verkrijgbaar maken

Figuur 21. Wat wil de vereniging specifiek m.b.t. alcohol gaan doen aanvullend op wat jullie al doen of hebben gedaan? (n=74)



- Een kwart van de verenigingen wil aandacht voor preventieve campagnes.
- 15% van de verenigingen wil alcoholbeleid opstellen of het huidige beleid aanscherpen.
- Vier op de tien verenigingen is niet van plan om aanvullende activiteiten op het gebied van alcohol verrichten. De helft van deze verenigingen geeft aan zich op het niveau van brons te bevinden, 36% is daartoe goed op weg.

Ontwikkeling GSK-verenigingen

- Na een jaar GSK geeft een op de vijf verenigingen aan geen struikelblokken te hebben ervaren. De beperkte houdbaarheid van producten, wisselende vrijwilligers achter de bar en een gebrek aan acceptatie zijn struikelblokken waar verenigingen tegen aan liepen.
- Het gebrek aan kennis over de Gezonde Sportkantine en/of een gezonder assortiment bleek minder vaak een struikelblok dan vooraf werd gedacht (0-meting 36% en 1-meting 15%).
- Fruit is bij meer verenigingen onderdeel van het assortiment geworden (van 20% naar 53%). Ook andere gezonde(re) alternatieven als belegde bruine broodjes (van 49% naar 61%), soep (van 22% naar 45%) een bruine tosti ham/kaas (van 24% naar 35%) en groente (van 1% naar 9%) zijn bij meer verenigingen onderdeel van het aanbod.
- De witte tosti ham/kaas, broodje met gefrituurde snack en friet zijn net als een jaar eerder de meest verkochte etenswaren. Fruit behoorde tijdens de 0-meting bij één procent van de verenigingen tot de top 5 meest verkochte etenswaren, nu is dat bij 11 procent van de verenigingen het geval.
- Bij driekwart van de verenigingen behoort gratis kraanwater tot het assortiment, terwijl dat een jaar geleden nog maar bij 9 procent het geval was. Gezonde alternatieven als suikervrije limonadesiroop (van 1% naar 12%) en smoothies (van 7% naar 12%) zijn vaker onderdeel van het assortiment. Koffie en thee, zwak alcoholische dranken en gesuikerde frisdranken blijven de meest verkochte dranken.
- Tijdens de 0-meting gaf een op de vijf verenigingen aan nog niet met gezonde voeding en drank bezig te zijn. Een jaar later geeft 5 procent van de verenigingen aan nog geen activiteiten in het kader van een gezonde sportkantine te hebben ondernomen.
- Meer verenigingen zetten de frituur op een later tijdstip aan (0-meting 5% en 1-meting 27%), hebben een gezonde sportkantine in haar beleid opgenomen (van 2% naar 9%) of is nog van plan dit de komende tijd in haar beleid vast te leggen (9%).
- Ongeveer de helft van de verenigingen wil gezonde producten en een op de vijf verenigingen wil fruit aan haar assortiment toevoegen.

jongeren op gezond gewicht