



Succesvolle implementatie van de 'Richtlijnen Gezonde Kantines' bij sportkantines

Op weg naar brons, zilver en goud



Debby Pilon-Stam

Opleiding Voeding & Diëtetiek (deeltijd)
Studiejaar 2018-2019, 14 januari 2019

TEAM:FIT

samen voor een
gezondere sportkantine

**Succesvolle implementatie van de
'Richtlijnen Gezonde Kantines'
bij sportkantines**

Op weg naar brons, zilver en goud!

Logo omslag	Team:Fit (Team:Fit, sd)
Opleiding	De Haagse Hogeschool Opleiding Voeding en Diëtetiek Johanna Westerdijkplein 75, Den Haag Tel. 070 4458300
Docentbegeleidster	Maartje de Groot
Opdrachtgever	Jongeren Op Gezond Gewicht Linda Schonewille, programmamanager Sport & Vrije Tijd
Auteur	Debby Pilon-Stam
Studentnummer	15067777
Onderzoekperiode	september 2018 – januari 2019
Aantal woorden	10903 (samenvatting: 517, abstract: 598)

Voorwoord

Met veel plezier heb ik de afgelopen 20 weken onderzoek gedaan voor Team:Fit, *samen voor een gezondere sportkantine*. Als ex-topsporter (volleybal) ligt mijn passie en betrokkenheid nog steeds bij de sport. Een omgeving waarin gesport wordt, gaat voor mij hand in hand met gezonde voeding. Helaas blijkt dit in de praktijk blijkt dit vaak niet het geval te zijn. Ik wil daarom Team:Fit bedanken voor de mogelijkheid om een steentje bij te kunnen dragen aan een gezondere sportomgeving.

Eerlijk is eerlijk, het op papier krijgen was niet altijd even plezierig en was soms een sport op zich. In ieder geval heeft het me zo nu en dan bloed, zweet en tranen gekost. Ik wil daarom een aantal mensen hartelijk bedanken die mij in het (schrijf-)proces hebben ondersteund.

Allereerst Linda Schonewille, als opdrachtgever van dit onderzoek. Bijna een jaar geleden kwamen we, nadat ik was gestopt met topsport, te spreken over mijn nieuwe ambities. Inmiddels heb ik al veel ervaring binnen Team:Fit mogen opdoen en vind ik het ontzettend inspirerend dat ik actief mag zijn voor dit mooie initiatief. Bedankt voor de waardevolle tweewekelijkse telefoontjes. Daar waar ik een aantal keer flink vastliep, hebben deze gesprekken mij steeds weer nieuwe inzichten gegeven.

Vanuit de Haagse Hogeschool ben ik bij het schrijven van deze scriptie bijgestaan door Maartje de Groot. Ik wil haar bedanken voor haar vakkennis, betrokkenheid en kritische (en altijd snelle!) feedback, die mij elke keer een stukje verder in het proces heeft geholpen. Ik wil haar een dik verdiende en zeer fijne zwangerschapsverlof periode wensen. En alvast veel geluk gewenst met de komst van de kleine!

Daarnaast bedank ik ook mijn medestudenten van het afstudeergroepje voor de nuttige en gezellige afstudeerbijeenkomsten; Inge Hendriks, Rosa Heistein, Carlien van de Burgwal, Kirby van de Graaff en Petra Rigter.

Natuurlijk wil ik hier ook alle Team:Fit Coaches bedanken voor hun bijdrage aan het onderzoek. En alle betrokkenen van de sportkantines die zich bereid hebben getoond om mee te werken. Samen gaan we voor brons, zilver en goud!

Niet te vergeten, dank je wel Bart Klijberg voor jouw talent.

And last but not least; Paul, bedankt voor alle liefde en begrip. In de weekenden was er de afgelopen weken een stuk minder tijd voor het gezinnetje en ook in de avonden zat ik achter de laptop. Zonder jouw steun was een scriptie schrijven (en afstuderen in het algemeen) niet haalbaar geweest.

Debby Pilon-Stam
Januari 2018

Samenvatting

Aanleiding | Momenteel heeft bijna de helft van de volwassen en ongeveer één op de zeven kinderen in Nederland overgewicht. Onder andere van invloed op het ontwikkelen van overgewicht is een ongezonde leefomgeving. Team:Fit is een initiatief die tracht de leefomgeving van sportverenigingen gezonder te maken. Verenigingen die hun sportkantine aanmelden dienen de Richtlijnen Gezonde Kantines te implementeren. Succesvolle implementatie resulteert in een bronzen, zilveren of gouden certificering. In de praktijk zijn momenteel slechts 4% van de aangesloten kantines daadwerkelijk gecertificeerd, wat aanleiding vormt voor dit onderzoek. Onderzocht wordt welke factoren implementatie bevorderen en belemmeren. Daarnaast is gezocht naar mogelijke oplossingen waarmee meer gecertificeerde sportkantines gegenereerd kunnen worden.

Methode | Kwalitatief onderzoek is uitgevoerd onder twee onderzoeksgroepen; Team:Fit Coaches en aangesloten sportkantines. Om de interpretaties, ervaringen en raadgevingen van de onderzoeksgroepen ten aanzien van implementatie van de Richtlijnen Gezonde Kantines te onderzoeken heeft een focusgroep sessie met Team:Fit Coaches plaatsgevonden en zijn semigestructureerd interviews afgenomen bij betrokkenen van de sportkantines. De kwalitatieve data zijn geanalyseerd door middel van codering in Excel.

Resultaten | Acht van de negen werkzame Team:Fit Coaches namen deel aan de focusgroep. Volgens de coaches is stapsgewijze begeleiding noodzakelijk en een goede start essentieel. De huidige situatie en ambitie van de vereniging moet geïdentificeerd worden, zodat maatwerk geleverd kan worden. Daarnaast is het creëren van draagvlak en borging volgens de coaches van belang voor een succesvol en duurzaam resultaat. De juiste communicatie en marketing strategieën kunnen volgens hen hieraan bijdragen. Uit de focusgroep bleek tevens dat kennis over gezonde voeding en de Richtlijnen bij veel betrokkenen van de kantines beperkt is, de criteria van twee specifieke productgroepen lastig haalbaar en de Richtlijnen niet passend bij het eetgedrag van de kantinebezoekers. Hulpmaterialen met praktische voorbeelden kunnen de coaches bijstaan.

Zes interviews werden afgenomen. Hieruit bleek betrokkenheid, bewustwording en behoefte onder de leden betreffende een gezondere kantine van invloed op het veranderproces. Het vergroten van deze drie aspecten kan worden bewerkstelligd door transparantie en zichtbaarheid te creëren omtrent de gezondere kantine. Daarnaast werden de criteria van de Richtlijnen als complex ervaren en sluiten deze niet aan op de behoefte van de kantinebezoekers. Tevens bleek de samenwerking met de groothandel niet altijd toereikend en levering van gewenste producten slecht uitvoerbaar. De geïnterviewden gaven aan behoefte te hebben aan goede voorbeelden uit de praktijk.

Conclusie | Resultaten uit de twee onderzoeksgroepen zijn met elkaar in verband gebracht. De drie belangrijkste factoren die zijn gevonden, zijn: het creëren van draagvlak binnen een vereniging, de complexiteit van de Richtlijnen Gezonde Kantines en de invloed van de groothandel. Uit het onderzoek blijkt behoefte aan diverse ondersteunende hulpmiddelen voor succesvolle implementatie van de Richtlijnen Gezonde Kantines zoals praktische voorbeeldlijsten en marketing- en communicatietools.

Aanbevelingen | Team:Fit wordt aanbevolen om begeleiding van sportkantines te starten met identificatie van één van de drie stappen in het veranderproces. Op basis hiervan kan de juiste strategie en hulpmiddelen worden toegepast. Tevens wordt aanbevolen praktische voorbeeldlijsten te ontwikkelen. Daarnaast is het waardevol om recentelijk onderzoek naar implementatie van de Richtlijnen bij schoolkantines te verkennen. Hulpmiddelen die naar aanleiding van dit onderzoek zijn ontwikkeld kunnen mogelijk in aangepaste vorm worden ingezet bij sportkantines.

Abstract

Introduction | Currently, nearly half of the adult population and about one out of seven children in The Netherlands are overweight. Among other things, an unhealthy living environment is one of the causes of this development. Team:Fit is an initiative that seeks to promote a healthier canteen environment at sports clubs. Sports clubs can sign up to have the Healthy Canteen Guidelines implemented in their sports canteens. Successful implementation can ultimately result in bronze, silver or gold certification. At this time only 4 percent of affiliated canteens are actually certified. The principle objectives of this study are to identify factors that promote and hinder successful implementation of the guidelines and develop solutions that will enable more sports canteens to get successfully certified.

Method | Qualitative research was conducted within two research groups: Team:Fit Coaches and affiliated sports canteens. To examine the interpretations, experiences and advice of the research groups with respect to the implementation of the Healthy Canteens Guidelines, a focus group session was held with Team:Fit Coaches. Stakeholders of the sports canteens were semi-structurally interviewed and the qualitative data were analyzed by means of encoding them in Excel.

Results | Eight of the nine active Team:Fit Coaches took part in the focus group. In order to ensure a good start, guidance of the sports canteens should, according to the coaches, be implemented step by step - a process in which the particular situation and ambitions of the sports club must also be identified. Further, creating support and awareness within a sports club is, according to the coaches, of great importance for a successful and sustainable result. The right communication and marketing strategies provide valuable contributions in the process. According to the focus group, knowledge about healthy nutrition and the Healthy Canteen Guidelines among canteen stakeholders and visitors is in fact limited. Furthermore, the criteria of two specific product groups were seen as difficult to meet and the directives are not seen to be in line with the eating habits of canteen visitors. Auxiliary materials with practical examples could be of benefit to the coaches.

Among canteen stakeholders, six interviews were conducted. This showed that commitment, awareness and the need felt among the members for a healthier canteen to be of significant influence to the change process. Increasing the impact of these three aspects can be accomplished by creating transparency and increasing the visibility of a healthier canteen. In addition, the criteria of the Healthy Canteen Guidelines are experienced as complex and do not meet the needs of canteen visitors. Further, cooperation with wholesalers is not seen as adequate and the demand for desired products sometimes difficult to fill. The interviewees indicated the need for good practical examples.

Conclusion | The results from the two research groups are closely related. The most important factors influencing the implementation of the Healthy Canteen Guidelines are: creating support within a sports club, the complexity of the guidelines themselves and the influence of the wholesaler. The survey shows need for various support tools for the successful implementation of the guidelines such as practical sample checklists and marketing and communication tools.

Recommendations | In providing guidance to sports canteens, it is recommended that Team:Fit start with the identification of one of the three steps in the change process. On that basis, appropriate guidance and support tools can be applied. It is also recommended that practical sample checklists be developed. In addition, it is useful to explore recently published research on implementation of the Healthy Canteens Guidelines at schools. Tools that have been developed as a result of this research may be useful in modified form within sports canteens.

Inhoudsopgave

Samenvatting

Abstract

1. Inleiding	1
1.1. Aanleiding	1
1.2. Team:Fit	2
Richtlijnen Gezonde Kantines	2
1.3. Probleemanalyse	4
1.4. Doelstelling	5
1.5. Onderzoeksvragen	5
2. Methode	6
2.1. Team:Fit Coaches	6
2.1.1. Dataverzameling	6
2.1.2. Data analyse	6
2.2. Aangesloten sportkantines	7
2.2.1. Dataverzameling	7
2.2.2. Data analyse	8
3. Resultaten	9
3.1. Team:Fit Coaches	9
3.1.1. Bevorderende en belemmerende factoren	9
3.1.2. Oplossingen	11
3.2. Aangesloten sportkantines	13
3.2.1. Ervaringen en factoren van invloed	13
3.2.2. Oplossingen	15
4. Conclusie	18
Draagvlak	18
Richtlijnen Gezonde Kantines	18
Groothandel	19
5. Discussie en aanbevelingen	20
5.1. Vergelijking met relevant onderzoek	20
5.1.1. Zeer recentelijk en sterk overeenkomend onderzoek	21
5.2. Methodologische aspecten	23
5.3. Aanbevelingen	24
5.4. Tot slot	25
Bibliografie	26
Bijlagen	29
Bijlage 1 Focusgroep handboek	29
Bijlage 2 Codering Focusgroep	30
Bijlage 3 Topiclijst	32
Bijlage 4 Codering interviews	33
Bijlage 5 Voorbeeldlijsten	35

1. Inleiding

1.1. Aanleiding

Het aantal Nederlanders met overgewicht en obesitas is de laatste decennia sterk toegenomen. Momenteel heeft bijna de helft van de bevolking ouder dan 18 jaar overgewicht (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2018). Naar mate de body mass index (BMI) of buikomvang toeneemt, neemt ook het ziekterisico sneller toe (Dixon, 2010). Mensen met overgewicht of diabetes hebben daarom vaker welvaartsziektes, zoals diabetes mellitus type 2, hart- en vaatziekten en bepaalde vormen van kanker (Gallagher & LeRoith, 2015; Twig et al., 2014; Caleyachetty et al., 2017).

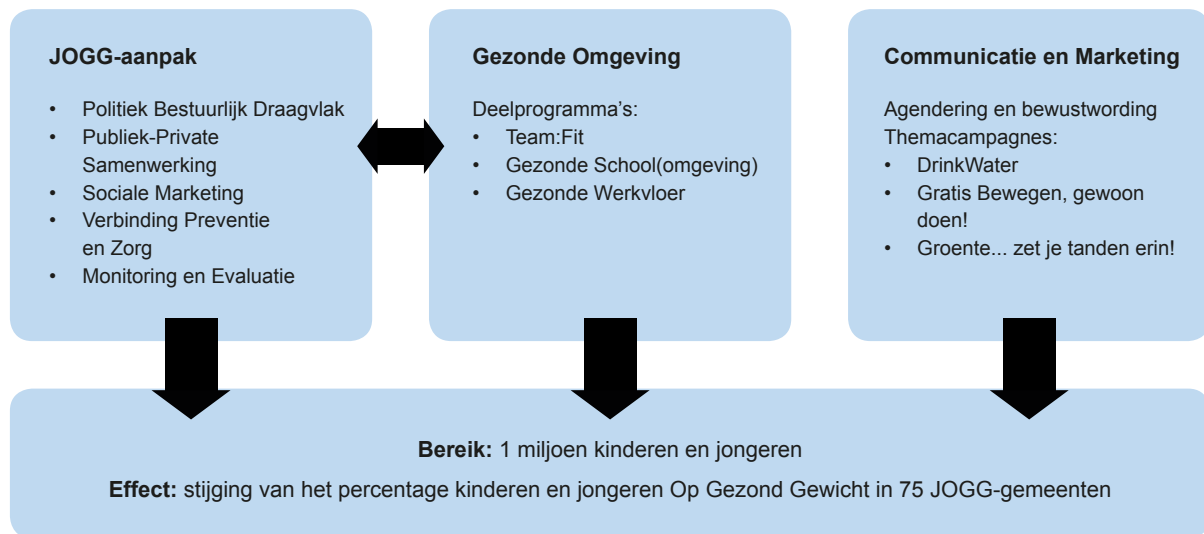
Ook het percentage kinderen met overgewicht en obesitas stijgt steeds sneller (Storm, Nijboer, Wendel-Vos, Visscher, & Schuit, 2006). Momenteel heeft ongeveer één op de zeven kinderen tussen de 4 en 17 jaar oud overgewicht (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2018). Op zowel jonge als latere leeftijd hebben deze kinderen met overgewicht een grotere kans op gezondheidsproblemen (Park, Falconer, Viner, & Kinra, 2012). Daarnaast hebben zij vaker te maken met psychosociale problemen (Braet, Mervielde, & Vandereycken, 1997).

Het ontwikkelen van overgewicht en de bijbehorende gezondheidsproblemen kunnen grotendeels voorkomen worden door het maken van gezondere productkeuzes (Ezzati & Riboli, 2012). Van invloed op deze keuzes is onder andere de leefomgeving. Jongeren en volwassen bevinden zich voortdurend in een omgeving die zodanig is ingericht dat het steeds makkelijker wordt om inactief te zijn en te kiezen voor ongezond voedsel (Mensink & Feunekes, 2015). Ook het rapport 'Obesitas en Overgewicht' van De Gezondheidsraad beschrijft dat naast persoonsgebonden factoren, omgevingsfactoren bijdragen aan het ontstaan van overgewicht bij volwassenen en kinderen. Voorbeelden van deze omgevingsfactoren zijn onder andere de portiegroottes van voedingsmiddelen, de marketing van calorierijke producten en het prijsbeleid (Gezondheidsraad, 2003). Derhalve kan geconcludeerd worden dat de huidige leefomgeving een negatieve invloed heeft op het maken van productkeuzes, waardoor ongewenst en onbewust wordt verleid tot ongezond eetgedrag. Voor het terugdringen van de prevalentie van overgewicht en obesitas lijkt daarom passende veranderingen van de leefomgeving noodzakelijk. (Storm, Nijboer, Wendel-Vos, Visscher, & Schuit, 2006). Om deze veranderingen te bewerkstelligen is volgens onderzoek van Swinburg en Egger (2002) een aanpak met interventies gericht op de omgeving van scholen, gezinnen, buurten en jeugd- en eerstelijnsgezondheidszorg van groot belang.

Een interventie die zich richt op deze omgevingen is het Franse preventie programma EPODE. EPODE is een acroniem van 'Ensemble Prévenons l'Obésité des Enfants' ofwel 'Laten we samen overgewicht bij kinderen aanpakken' (van Koperen & Seidell, 2010). Het EPODE programma wordt gekenmerkt door de publiek-private samenwerking, de toepassing van sociale marketingstrategieën, bestuurlijk draagvlak op gemeentelijk niveau en wetenschappelijke evaluatie. Bij deze aanpak wordt de gehele samenleving en gemeentelijke sectoren betrokken, waarbij naast individuele gedragsverandering van het kind ook aandacht is voor de leefomgeving van kinderen. Wereldwijd is dit programma de grootste interventie die gericht is op kinderen; het laat gunstige resultaten zien op de BMI en daarmee ook een daling van obesitas en overgewicht onder kinderen (van Koperen & Seidell, 2010).

Het succes van de EPODE methode heeft bijgedragen aan de introductie van de landelijke Nederlandse stichting Jongeren Op Gezond Gewicht (JOGG). Zij hebben hun JOGG-aanpak gebaseerd op de succesvolle EPODE inzichten. (van Koperen & Seidell, 2010). De aanpak beoogt niet alleen het kind, maar tracht de hele omgeving bewust te maken van het belang van voldoende beweging en gezonder eten, met als doel de prevalentie van overgewicht onder kinderen terug te dringen. Om dit doel te bereiken werkt JOGG aan de hand van drie programma's; de 'JOGG-aanpak', de 'Gezonde Omgeving' en 'Communicatie en Marketing'.

Binnen deze programma's zijn diverse projecten uitgezet. Hieronder in figuur 1 zijn deze programma's en de bijbehorende projecten geïllustreerd.



Figuur 1: Programma's en projecten van Jongeren Op Gezond Gewicht (Collard, Slot-Heijs, Dellas, & van der Poel, 2018)

1.2. Team:Fit

Het programma 'Gezonde Omgeving' is actief binnen drie specifieke leefomgevingen waar kinderen en de hen omringende volwassenen veel komen; de werkvloer, de school en de sportvereniging. Met diverse projecten wordt getracht deze leefomgevingen zo in te richten dat het verleidt tot gezond gedrag (Jongeren Op Gezond Gewicht, sd). Eén van deze projecten is Team:Fit, *samen voor een gezondere sportkantine*, dat zich richt op de omgeving van sportverenigingen en sportaccommodaties. Zij worden in dit project kosteloos ondersteund door een regionale Team:Fit Coach bij het realiseren van een gezondere sportkantine (Jongeren Op Gezond Gewicht, sd). Alle sportverenigingen en sportaccommodaties in Nederland kunnen zich aanmelden bij Team:Fit. Een Team:Fit Coach kijkt samen met de betrokkenen van de sportkantine naar het huidige aanbod en de uitstraling, en geeft adviezen voor passende veranderingen. Vervolgens worden adviezen zelfstandig toegepast en onderhoudt een Team:Fit Coach per mail en telefonisch contact. Daarnaast kan voor aanvullende ondersteuning de website van Team:Fit geraadpleegd worden met onder meer kant-en-klaar communicatiemateriaal en inspiratie voor een gezonder aanbod.

Richtlijnen Gezonde Kantines

Advisering van de Team:Fit Coaches is gebaseerd op de adviezen van het Voedingscentrum, een kennis- en maatschappelijk partner van Team:Fit. In 2014 heeft het Voedingscentrum in opdracht van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport de Richtlijnen Gezonde Kantines opgesteld (Team:Fit, sd). Deze Richtlijnen zijn ontwikkeld voor schoolkantines, sportkantines en bedrijfskantines. Ze beschrijven onder meer dat met name gezondere producten, zoals fruit, groente en water aangeboden moet worden. Ook factoren die van invloed zijn op de het keuzegedrag van bezoekers, zoals de uitstraling en plaatsing van producten, komen aan bod in de Richtlijnen. Succesvolle implementatie van de Richtlijnen Gezonde Kantines leidt tot een gezonder aanbod en uitstraling, waardoor bezoekers van een kantine makkelijker gezond kunnen kiezen. In het kader op volgende pagina wordt de inhoud van de Richtlijnen Gezonde Kantines nader beschreven.

Om vast te stellen wat de huidige situatie in een sportkantine is en in welke mate de Richtlijnen zijn geïmplementeerd wordt gebruik gemaakt van de zogeheten kantinescan. Dit is een online tool die in 2015 is ontwikkeld door de Vrije Universiteit Amsterdam in samenwerking met het Voedingscentrum (Voedingscentrum, sd; Evenhuis et al., 2018). De kantinescan wordt online ingevoerd aan de hand van het huidige aanbod en de uitstraling van de kantine. Op basis hiervan wordt het niveau van de kantine bepaald en geeft de online tool adviezen ter verbetering.

Richtlijnen Gezondere Kantines

In aangepaste vorm overgenomen van Veldhuis, Mensink & Wolvers (2017)

Kantines kunnen op een dusdanige manier ingericht worden dat bezoekers makkelijker een gezonde keuze maken. Op twee verschillende manieren wordt er naar een kantine gekeken; productniveau en het niveau van het totale aanbod en de uitstraling van de kantine. Op productniveau worden de criteria van de Schijf van Vijf aangehouden. De criteria voor het niveau van het totale aanbod en uitstraling zijn gebaseerd op resultaten uit onderzoek naar het beïnvloeden van keuzegedrag en de ervaringen met het programma De Gezonde Schoolkantine. Daarnaast zijn experts op het gebied van voeding en gedragsbeïnvloeding geraadpleegd voor advies en worden praktische wensen van de gebruikers van de Richtlijnen meegenomen.

Op basis van de Richtlijnen zijn drie ambitieniveaus gedefinieerd; een bronzen, zilveren en gouden kantine. Om een bronzen certificaat te ontvangen moeten een sportkantine aan de volgende minimale eisen voldoen:

Aanbod

- In elke aangeboden productgroep wordt ten minstens één betere keuze aangeboden.

Basis-uitstralingspunten

- In elk geval wordt voldaan aan onderstaande 3 basis-uitstralingspunten:
 1. *Op de opvallende plaatsen bij het uitgestalde aanbod staan betere keuzes.*
 2. *Op de opvallende plaatsen in de automaten staan betere keuzes.*
 3. *Als je eten of drinken aanbiedt bij de kassa, staan daar alleen betere keuzes.*(Er zijn nog 6 aanvullende uitstralingspunten, die gelden voor de zilveren en gouden sportkantines)
- Water drinken wordt gestimuleerd, bijvoorbeeld door een watertappunt.
- In het beleid van de organisatie wordt schriftelijk vastgelegd dat de sportkantine voldoet aan de Richtlijnen Gezondere Kantines.

In toenemende mate hebben zilveren en gouden sportkantines een gezonder aanbod en uitstraling. Zij voldoen aan de minimale eisen en hebben aanvullende criteria waaraan voldaan moet worden. Zilveren kantines bieden groente of fruit aan en het assortiment dient voor 60% te bestaan uit betere keuzes. Gouden kantines bieden groente én fruit aan en het assortiment dient voor 80% te bestaan uit betere keuzes.

Betere keuze

Binnen de Richtlijnen Gezonde Kantines wordt onderscheid gemaakt tussen 'betere keuzes' en 'uitzonderingen'. De Richtlijnen Schijf van Vijf worden gebruikt als basis om de 'betere keuze' te bepalen. De Schijf van Vijf bestaat enkel uit gezonde keuzes. Producten die veel zout, suiker, verzadigd vet of weinig vezels bevatten vallen buiten de Schijf van Vijf. Deze producten buiten de Schijf van Vijf zijn dagkeuzes, een kleine portie, of weekkeuzes, grotere porties. Producten in de categorie 'betere keuze' omvatten alle producten uit de Schijf van Vijf én de dagkeuzes. Voor de dagkeuzes zijn voor alle productengroepen criteria opgesteld op basis van de voedingswaarde per portie. Weekkeuzes mogen ook in het assortiment worden opgenomen, maar zijn 'uitzonderingen'.

1.3. Probleemanalyse

De ontwikkelingen binnen Jongeren Op Gezond Gewicht worden jaarlijks gerapporteerd door het Mulier Instituut. Aan de hand van een monitor wordt teruggeblikt op de activiteiten en prestaties in het gepasseerde jaar. Hiermee wordt inzicht gegeven in de voortgang van de programma's en activiteiten van Jongeren Op Gezond Gewicht en de effecten hiervan op de doelstellingen van Jongeren Op Gezond Gewicht. Gebruikmakend van deze inzichten kunnen eerder geformuleerde doelstellingen worden bijgesteld.

In de Monitor Jongeren Op Gezond Gewicht 2017 wordt met betrekking tot het project Team:Fit de volgende doelstelling geformuleerd: *“In 2020 heeft minimaal 40 procent van de aangesloten kantines een voedingsaanbod dat voldoet aan niveau ‘brons’ volgens de Richtlijnen Gezonde Kantines van het Voedingscentrum”* (Collard, Slot-Heijs, Dellas, & van der Poel, 2018, p. 1).

Aangesloten kantines dienen op basis van de literatuur over gedragsverandering en implementatie vier verschillende stappen te doorlopen om de Richtlijnen Gezonde Kantines succesvol te implementeren (Brug, van Assema, & Lechner, 2017; Bartholomew, Parcel, Kok, Gottlieb, & Fernández, 2016). Na aanmelding bij Team:Fit begint het certificeringsproces allereerst met *bereidheid* (stap 1). Betrokkenen van de sportkantine moeten interesse krijgen in een gezondere kantine en bereid zijn om de Richtlijnen te gebruiken. Het belang van een gezondere kantine wordt erkent, maar men ervaart te veel belemmerende factoren om daadwerkelijk plannen te maken. De volgende stap is *voorbereiding* (stap 2): betrokkenen moeten op basis van de huidige situatie de kansen en barrières in kaart brengen en aan de hand daarvan doelen en een actieplan opstellen. Voordelen van een gezondere kantine worden ingezien en maatregelen ter verbetering worden in overweging genomen. Hierna volgt de *actie* stap (stap 3), betrokkenen gaan de plannen om het assortiment in de sportkantine gezonder te maken voorbereiden en starten met de uitvoering. Tot slot wordt in de laatste stap *evaluatie en behoud* (stap 4) de acties geëvalueerd, bijgesteld en verankerd in het beleid van een sportvereniging (Evenhuis et al., 2018; Wijburg, Houtkamp, & Collé, 2016).

Uit onderzoek van Kalmthout (2015) blijkt dat sinds 2011 meer verenigingen een gezonder aanbod in hun kantines zouden willen en dus bereid (stap 1) zijn om een eerste adviesgesprek aan te gaan met een Team:Fit Coach. Mede hierdoor is de laatste jaren een groei te zien in het aantal aanmeldingen bij Team:Fit. In 2016 waren 992 sportkantines aangemeld, momenteel is dit aantal opgelopen naar 1500 aangesloten sportkantines (R. Coenen, persoonlijke communicatie, 13 december 2018). Echter, van deze 1500 aangesloten sportkantines zijn slechts 60 verenigingen erin geslaagd om alles stappen in het veranderproces te doorlopen en de Richtlijnen Gezonde Kantines succesvol te implementeren, waarvoor zij een medaillecertificaat hebben ontvangen; 15 bronzen, 30 zilveren en 15 gouden certificaten.

De overige 1440 aangesloten sportkantines voldoen (nog) niet aan de minimale eisen van het Voedingscentrum voor een certificaat en bevinden zich in stap 1, 2 of 3 in het veranderproces. Dit houdt in dat momenteel, in tegenstelling tot de doelstelling van minimaal 40%, slechts 4% van de aangesloten sportkantines een voedingsaanbod heeft dat voldoet aan minimaal niveau 'brons'.

Linda Schonewille, programmamanager Sport & Vrije Tijd, en tevens opdrachtgever van dit onderzoek, signaleert diverse factoren bij de verenigingen van de aangesloten sportkantines die het implementeren van de Richtlijnen Gezonde Kantines bemoeilijken (L. Schonewille, persoonlijke communicatie, 5 september 2018). Daarnaast onderschrijft ook de laatste monitor van het Mulier Instituut uit 2017 dat het bij sportverenigingen lastig blijkt om het aanbod in de sportkantines te veranderen (Collard, Slot-Heijs, Dellas, & van der Poel, 2018).

Effectieve implementatie van interventies hebben volgens Burg, Assema en Lechner (2017) weinig resultaat als ze niet op de juiste wijze worden gebruikt of als implementatie gestaakt wordt voordat het gewenste resultaat is bereikt. Om de doelstelling van minimaal 40%

gecertificeerde sportkantines te behalen, is het kennelijk noodzakelijk om belemmerende en bevorderende factoren van invloed op succesvolle implementatie van de Richtlijnen in kaart te brengen. Daarnaast dient inzichtelijk te worden waarmee betrokkenen (zoals vrijwilligers, barcommissieleden en bestuursleden) van de aangesloten sportkantines beter ondersteund kunnen worden bij het gebruik van de Richtlijnen.

1.4. Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is het verkrijgen van inzicht in de verbeterpunten wat betreft de ondersteuning van aangesloten sportkantines bij het implementeren van de Richtlijnen Gezonde Kantines. Bij Team:Fit Coaches en betrokkenen van de aangesloten sportkantines wordt nagegaan welke bevorderende en belemmerende factoren worden ervaren bij het gebruik van de Richtlijnen en wat mogelijke oplossingen zijn om certificering te vergemakkelijken. Op basis hiervan kunnen hulpmaterialen of een adviesrapport worden ontwikkeld voor Team:Fit, ter bevordering van succesvolle implementatie van de Richtlijnen. Dit draagt bij aan het doel om meer gecertificeerde sportkantines te genereren, waardoor een gezondere omgeving voor kinderen wordt gecreëerd. Wat mogelijk tegelijkertijd een bijdrage levert aan het overkoepelende doel van Jongeren Op Gezond Gewicht; de prevalentie van overgewicht onder kinderen terugdringen.

1.5. Onderzoeksvragen

Om bovenstaande doelstelling te kunnen behalen en daarmee een bijdrage te leveren aan het oplossen van het praktijkprobleem van de opdrachtgever wordt in dit onderzoek getracht antwoord te vinden op de volgende hoofdvraag:

Waarmee kunnen de bij Team:Fit aangesloten sportkantines, volgens de Team:Fit Coaches en de betrokkenen van de aangesloten sportkantines, worden ondersteund bij succesvolle implementatie van de Richtlijnen Gezonde Kantines van het Voedingscentrum?

Om antwoord te kunnen geven op de bovenstaande vraag, is deze onderverdeeld in de volgende deelvragen:

1. *Welke bevorderende en belemmerende factoren signaleren de Team:Fit Coaches tijdens begeleiding van de aangesloten sportkantines bij het implementeren van de Richtlijnen Gezonde Kantines?*
2. *Wat is volgens de Team:Fit Coaches van invloed op deze bevorderende en belemmerende factoren?*
3. *Wat zijn mogelijke oplossingen volgens de Team:Fit Coaches om de aangesloten sportkantines makkelijker aan de Richtlijnen Gezonde Kantines te laten voldoen?*
4. *Welke ervaringen hebben de betrokkenen van de aangesloten sportkantines (met en zonder certificaat) met de eisen die gesteld worden voor het behalen van een certificaat?*
5. *Welke factoren spelen een rol bij de betrokkenen van de aangesloten sportkantines voor het wel of niet behalen van een certificaat?*
6. *Wat zijn mogelijke oplossingen volgens de betrokkenen van de aangesloten sportkantines om makkelijker aan de Richtlijnen Gezonde Kantines te kunnen voldoen?*

2. Methode

In dit hoofdstuk wordt een omschrijving van de methode van onderzoek gegeven. Om de hoofdvraag van dit onderzoek te kunnen beantwoorden is gekozen voor kwalitatief onderzoek. Deze onderzoeksvorm is passend aangezien het beschrijvend van aard is en zich richt op de interpretaties, ervaringen en raadgevingen van deelnemers (Baarda et al., 2015). Het kwalitatieve onderzoek is uitgevoerd onder twee onderzoeksgroepen; de Team:Fit Coaches en de betrokkenen van aangesloten sportkantines. De dataverzameling en analyse wordt in dit hoofdstuk per onderzoeksgroep toegelicht.

2.1. Team:Fit Coaches

Om deelvraag 1, 2, en 3 (zie Hoofdstuk 1.5.) te beantwoorden werden Team:Fit Coaches benaderd voor deelname aan het onderzoek. Negen coaches waren op het moment van onderzoek werkzaam bij Team:Fit en kwamen allen in aanmerking om deel te nemen aan het onderzoek. Voor een betrouwbare uitkomst, representatief voor de gehele doelgroep, werden alle coaches uitgenodigd voor participatie. De coaches zijn gelokaliseerd over het hele land en verantwoordelijk voor verschillende regio's in Nederland. Gemiddeld vier keer per jaar komen de coaches centraal in het land samen voor een coachesoverleg. Om deze gehele onderzoeksgroep te laten participeren in het onderzoek was gekozen voor een focusgroep tijdens een centraal overleg. Het afnemen van interviews bij alle coaches was gezien de korte onderzoeksperiode niet haalbaar.

2.1.1. Dataverzameling

Kwalitatief onderzoek werd uitgevoerd door middel van een focusgroeponderzoek, een soort groepsinterview. Deze onderzoeksvorm heeft als voordeel dat de deelnemers door reacties van anderen herinnerd worden aan bepaalde zaken waar ze anders mogelijk niet aan hadden gedacht. Hierdoor kunnen opmerkingen en ideeën aan bod komen die in een individueel gesprek niet naar voren zouden zijn gekomen. Daarnaast creëert het de mogelijkheid voor de onderzoeksgroep om elkaar te inspireren en aan te vullen (Baarda et al., 2015).

Met behulp van de 'Handleiding focusgroepen' van Raats voor Mensgerichte Zorg (Raats, 2017) werd een focusgroep handboek (zie Bijlage 1) ontworpen. Dit handboek werd gebruikt om het groepsinterview te leiden. Volgens de 'Handleiding focusgroepen' dienen hierin vier verschillende soorten vragen te worden onderscheiden; openingsvraag, inleidende vragen, hoofdvragen en afrondende vragen. Op basis van de deelvragen (1, 2 en 3) van dit onderzoek was hoofdzakelijk interesse in de volgende specifieke thema's: 'belemmerende factoren', 'bevorderende factoren' en 'oplossingen'. Aan de hand van deze thema's werden de verschillende soorten vragen geformuleerd voor het focusgroep handboek. Daarnaast werd door de coaches input geleverd voor de interviews met de betrokkenen van de aangesloten sportkantines (zie Hoofdstuk 2.2.), doordat gevraagd was naar wat zij relevant vinden om met hen te bespreken.

Het focusgroeponderzoek werd uitgevoerd door één onderzoeker. Het groepsinterview werd (na toestemming van de deelnemers) opgenomen met een dictafoon op twee verschillende smart devices (iPhone en iPad).

2.1.2. Data analyse

Na afloop van de focusgroep werd de opname beluisterd. Aangezien gedurende het groepsinterview zaken aan bod kwamen, die afleiden van het onderzoek was gekozen om enkel voor het onderzoek relevante fragmenten te transcriberen. De audio-opname en uitgeschreven fragmenten zijn op te vragen bij de onderzoeker.

De data uit het focusgroeponderzoek werden in het programma Excel geanalyseerd. Analyse van de data vond plaats door middel van codering. Allereerst werden de tekstfragmenten gecodeerd met hoofdthema's; 'bevorderende factoren', 'belemmerende factoren' en

'oplossingen' Vervolgens werd de variatie binnen elke hoofdthema in kaart gebracht door subthema's te identificeren. De subthema's werden naar eigen interpretatie van de onderzoeker geformuleerd en gekoppeld aan één of meerdere fragmenten. Bijlage 2 laat een schema van de hoofd- en subthema's zien.

2.2. Aangesloten sportkantines

Om deelvragen 4, 5 en 6 (zie Hoofdstuk 1.5.) te beantwoorden, werden betrokkenen van de bij Team:Fit aangesloten sportkantines benaderd voor deelname. Sportverenigingen die een kantine in eigen beheer hebben én aangesloten zijn bij Team:Fit kwamen in aanmerking voor het onderzoek. Zowel gecertificeerde (brons, zilver of goud) als niet-gecertificeerde sportkantines werden meegenomen in het onderzoek. Sportkantines met certificaat hebben het certificeringsproces positief doorlopen, hun ervaringen kunnen mogelijk als voorbeeld en inspiratie dienen voor de sportkantines zonder certificaat. Om deze reden kwam tevens deze groep in aanmerking voor deelname aan de interviews. Aangesloten sportkantines die worden gepacht door een exploitant waren uitgesloten van het onderzoek. Eveneens waren alle overige sportkantines in Nederland die niet zijn aangemeld bij Team:Fit uitgesloten van deelname.

Op basis van deze criteria werden acht sportkantines in de regio Noord-Holland geselecteerd. Getracht werd om met de steekproef zoveel mogelijk verschillende takken van sport te vertegenwoordigen om daarmee een representatief beeld van sportkantines te krijgen. Daarnaast was het doel om de gecertificeerde en niet-gecertificeerde sportkantines onevenredig te verdelen, met de niet-gecertificeerde in meerderheid vertegenwoordigd. Verwacht werd dat vooral deze niet-gecertificeerde groep de belemmerde factoren ervaart die van invloed zijn op succesvolle implementatie en tevens de meest waardevolle input zal leveren ten aanzien van de behoeften omtrent ondersteuning.

Vanwege de thuisbasis van de onderzoeker werden enkel aangesloten sportkantines geselecteerd in de regio Noord-Holland. Bij selectie van deze onderzoeksgroep werd gebruik gemaakt van het netwerk van Team:Fit. Door de Team:Fit Coach van de regio Noord-Holland werd de eerste communicatie betreffende het onderzoek richting de geselecteerde sportkantines uitgezet. Hierna werden de sportkantines door de onderzoeker benaderd voor deelname.

2.2.1. Dataverzameling

Kwalitatief onderzoek werd uitgevoerd aan de hand van interviews. Dit bood de onderzoeker de kans om door te vragen en gedetailleerde informatie te verzamelen (Baarda et al., 2015). Het interview had een semigestructureerde vorm, waarbij gebruik werd gemaakt van een topiclijst. De interviews werden afgenomen bij verschillende betrokkenen, zoals vrijwilligers, barcommissieleden en bestuursleden, die gebruik maken van de Richtlijnen Gezonde Kantines. Op basis van de geformuleerde deelvragen (4, 5 en 6) was de onderzoeker met name geïnteresseerd in drie specifieke thema's; 'ervaringen', 'factoren van invloed' en 'oplossingen'. Deze thema's en de input van de coaches (zie Hoofdstuk 2.1.1.) hadden geleid tot de volgende topics; Team:Fit, gezonder aanbod, Richtlijnen Gezonde Kantines, certificaat, barrières, behoeften, handvatten. Aan de hand van deze topics werd een topiclijst met ondersteunende interviewvragen ontwikkeld (zie Bijlage 3). Gedurende de interviews werd gewaarborgd dat alle topics aan bod kwamen en was er ruimte voor de onderzoeker om naar eigen interpretatie dieper op een specifiek onderwerp in te gaan. Daarnaast was er ruimte voor de participant om eigen inbreng toe te voegen aan het interview.

Alle interviews werden afgenomen door dezelfde onderzoeker. Tijdens afname was een neutrale houding aangenomen om beïnvloeding van de participant zo veel mogelijk te voorkomen. De interviews werden opgenomen met een dictafoon op een iPhone, voor opname was toestemming gevraagd aan de participant. Voorafgaand werd aangegeven dat de informatie uit de interviews vertrouwelijk is en anoniem wordt gebruikt.

2.2.2. Data analyse

Na afloop van de interviews werden de opnames beluisterd en volledig getranscribeerd. Audio-opnames en transcripten zijn op te vragen bij de onderzoeker.

De data uit de semigestructureerde interviews werden afzonderlijk in het programma Excel geanalyseerd. Analyse van de data vond plaats door middel van codering. Allereerst werden de transcripten gecodeerd met hoofdthema's; 'ervaringen', 'factoren van invloed' en 'oplossingen'. Om het profiel van de verschillende sportkantines in kaart te brengen werden twee hoofdthema's toegevoegd; 'functie' (van geïnterviewde) en 'motivatie' (voor aanmelding). Vervolgens werd de variatie binnen elke hoofdthema in kaart gebracht door subthema's te identificeren en te labelen aan één of meerdere fragmenten. De subthema's kwamen voort uit de topiclijst (Bijlage 3), aangevuld met nieuw geformuleerde topics. Bijlage 4 presenteert een schema van de hoofd- en subthema's.

3. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het praktijkonderzoek gepresenteerd. De meest relevante data uit de focusgroep en de semigestructureerde interviews worden hieronder afzonderlijk beschreven. In de conclusie (zie Hoofdstuk 4.) worden de resultaten geïnterpreteerd en verbanden gelegd tussen de twee onderzoeksgroepen.

3.1. Team:Fit Coaches

Aan het focusgroeponderzoek namen op dinsdag 18 september 2018 acht van de negen Team:Fit Coaches deel; één coach kon vanwege persoonlijke omstandigheden niet aanwezig zijn. De duur van het groepsinterview bedroeg in totaal 56 minuten.

Met behulp van de geïdentificeerde thema's (zie Bijlage 2) werd naar antwoord op de onderzoeksvragen gezocht. Allereerst worden hieronder de resultaten van de hoofdthema's 'belemmerende factoren' en 'bevorderende factoren' (en wat hierop van invloed is) samen besproken, aangezien dit in relatie tot elkaar staat. Met deze resultaten wordt beoogd deelvraag 1 en 2 te beantwoorden (zie Hoofdstuk 1.5.). Daaropvolgend worden de resultaten betreffende het hoofdthema 'oplossingen' beschreven, die deelvraag 3 beantwoorden. Ter ondersteuning van de resultaten zijn de meest veelzeggende quotes van de Team:Fit Coaches toegevoegd; deze staan cursief en in het blauw weergegeven. Ten behoeve van de leesbaarheid van de scriptie is de spreektaal van sommige quotes enigszins aangepast.

3.1.1. Bevorderende en belemmerende factoren

Uit de focusgroep bleek dat indien verenigingen in het verleden een negatieve ervaring hebben gehad met een gezonder aanbod, dit het veranderproces belemmert met als resultaat een trager en moeizamer traject naar certificering. Om dit te voorkomen vonden de coaches het van belang een goede start te maken met hun begeleiding.

“Wat ik vaak hoor; We hebben al een keer een broodje gezond verkocht en dat werkt niet, dus we doen het niet meer.”

“Je krijgt vaak maar één kans, daarom is het begin zo belangrijk.”

De coaches gaven aan hun rol tijdens het begeleidingsproces als cruciaal te ervaren en vonden hun nadrukkelijke aanwezigheid van belang. Dit bleek door uitingen als: “aan de hand meenemen”, “er bovenop zitten”, “steun en toeverlaat”, “degene die het aanjagen” en “veel contact”. De coaches spraken echter over de noodzakelijkheid van het afzwakken van deze dominante rol, aangezien de kantines zelfstandig de Richtlijnen Gezonde Kantines dienen te implementeren. Indien succesvolle implementatie werd bereikt was goede borging binnen een vereniging zeer wenselijk voor het behoud.

“Ik denk dat het dus vooral belangrijk is dat we ons in het begin nadrukkelijk manifesteren. Maar dat je wel moet gaan nadenken, hoe borg je het. We spelen een significantie rol, maar op een gegeven moment zou onze rol ook moeten wegzakken en zou het moeten gaan staan.”

“Je neemt de verenigingen aan de hand, dat heeft op korte termijn effect, maar vaak niet op lange termijn.”

Om borging te verwezenlijken werd een groot draagvlak als stimulerende factor genoemd. Uit de focusgroep bleek dat verenigingen vaak te maken hadden met weerstand en verdeeldheid, indien geen draagvlak voor een gezondere kantine is gevormd. Wat volgens de coaches angst om veranderingen door te voeren kan veroorzaken.

“Iemand gaat het in z’n eentje namelijk niet redden, diegene gaat heel veel weerstand krijgen.”

“Verenigingen zijn toch vaak bang, dat leden er iets van gaan vinden.”

Positieve ervaringen binnen een vereniging omtrent het implementeren van de Richtlijnen bleek van invloed op de weerstand en verdeeldheid. Gesteld werd dat succesmomenten gedurende het proces het gewenste gedrag ten gevolge kan hebben. Hierdoor ontstond volgens de coaches een positief gevoel bij de leden en betrokkenen van de kantes, wat bijdraagt aan doelbewuste motivatie en eigen-effectiviteit. Daarnaast werd benoemd dat verenigingen gemotiveerd raken als het veranderproces wat positiefs oplevert.

“Op het moment dat de kantes voelen het is leuk om te doen, het is gaaf en we hebben er een hele goede PR van. En we hebben er ook op andere vlakken winst van, meer leden, of imago, gemeente, dan nemen ze het zelf over en zijn ze niet meer te stoppen.”

Gebrek aan kennis bij de verenigingen over gezonde voeding en de complexiteit van de Richtlijnen Gezonde Kantes werd benoemd in de focusgroep als belemmerende factoren. Deze barrières zorgen voor onduidelijkheden en verwarring bij de betrokkenen van de sportkantes.

“De kantescan, de inspiratielijst, het is mooi, maar de meeste vrijwilligers bij de verenigingen hebben er gewoon echt geen kaas van gegeten.”

“Het is lastig te begrijpen voor kantes, dat een snack kan voldoen waar totaal geen voedingsstoffen inzitten, ten opzichte van een snack met veel voedingsstoffen maar net boven die 110 kcal.”

Bovendien werden de productgroepen ‘maaltijden’ en ‘los brood’ door de coaches benoemd als lastige categorieën. In de praktijk is het volgens hen moeilijk om aan de bijbehorende criteria van deze productgroepen te voldoen. De coaches verklaarden dat het aantal producten dat wel binnen de criteria valt schaars is of amper verkrijgbaar bij een leverancier. Eveneens werd gesteld dat een groot aantal van de betere keuze producten die in de inspiratielijst van het Voedingscentrum staat vermeld moeilijk verkrijgbaar is. Daarnaast ervoeren de coaches de Richtlijnen als niet passend bij het eetgedrag van de kantinebezoeker.

“De categorie losse broodjes is ook lastig. Want als enige betere keuze optie voldoet een volkoren mueslibol.”

“Die inspiratielijsten van het Voedingscentrum, daar staat heel veel in die wel voldoen, maar sommige kon je geloof ik alleen online in Engeland bestellen.”

“Eigenlijk zou je voor de schoolkantine andere productgroepen moeten maken. Je maakt in sportkantes andere keuzes.”

3.1.2. Oplossingen

De coaches gaven aan dat uit hun ervaring een goede start van het begeleidingstraject belangrijk is. Gesteld werd dat bij de start aandacht dient te zijn voor twee punten; de huidige situatie van de vereniging en verduidelijking van de Richtlijnen Gezonde Kantines. De coaches verklaarden dat de situatie per vereniging divers is. Als voorbeeld werd gegeven dat de ambitie ten aanzien van certificering sterk uiteen kan lopen. Uit de focusgroep bleek dat sommige kantines certificering onbelangrijk vinden, terwijl andere dit doel juist wel nastreven. Het ambitieniveau is volgens de coaches bepalend voor behoefte van een vereniging, derhalve werd gesteld dat de strategie en advisering hierop aangepast dient te worden. Bij advisering werd genoemd dat het wenselijk is om het concept van Team:Fit en de Richtlijnen van het Voedingcentrum duidelijk toe te lichten.

“Aan het begin moet je tijd investeren in wie heb ik voor me, wat is de situatie van deze club, omdat het overal anders is.”

“Het is heel wisselend, er zijn nog steeds wel kantines die zeggen het gaat me niet om brons, zilver of goud.”

“De taak aan ons om in eerste gesprek heel duidelijk te zijn, waar we voor staan en wat de Richtlijnen zijn.”

Ongeacht de ambitie van een vereniging vonden de coaches dat zij een belangrijke rol hebben in het motiveren van verenigen en het benoemen van positieve ontwikkelingen tijdens het veranderproces. Uit het focusgroeponderzoek bleek dat bij verenigingen die succesmomenten ervaren een positieve attitude ontstond ten aanzien van een gezondere kantine. Met als gevolg motivatie om het veranderproces door te zetten.

“Succes is verslavend, dus ondanks dat ze nog niet op een medaille zitten ze toch laat ervaren dat ze het hartstikke goed doen.”

Daarnaast gaven de coaches aan het belangrijk te vinden hun begeleiding middels kleine stappen te laten verlopen, dit verkleint volgens hen de kans op weerstand en kan mede bijdragen aan succeservaringen.

“Klein beginnen, niet gelijk een hele volle fruitmand, maar begin eens met twee appels, drie mandarijnen en één banaan. Als die dan leeg is aan het einde van de dag, dan heb je een succes gevoel.”

Een andere oplossing die werd aangedragen ter voorkoming van weerstand en ter bevordering van draagvlak binnen een vereniging is het inzetten van de juiste marketing- en communicatietools. Gesteld werd dat de wijze van communicatie over de veranderingen in het kantineaanbod alsmede het moment van de doorgevoerde aanpassingen bepalend is voor acceptatie binnen een vereniging. Aangedragen werd het gezondere beleid binnen een vereniging te communiceren middels verschillende kanalen, zoals de verenigingswebsite of een nieuwsbrief. Daarnaast werd benoemd dat nieuwe producten in het assortiment actief bij de leden geïntroduceerd moeten worden. De coaches noemden evenementen dan wel toernooien als geschikt moment voor introductie. Dit vergroot volgens hen de kans dat leden interesse krijgen voor het gezondere aanbod en worden verleid tot aankoop. Enkel het toevoegen van nieuwe producten naast het bekende assortiment werkt niet.

“Laten zien dat je nieuwe dingen doet. Een keer een berichtje op de website.”

“Alleen een onbekend product neerleggen, naast de bekende Mars en Twix, dat gaat niet verkopen.”

“Ook het moment dat je iets doet of dat slim is. Iets nieuws introduceren bij een evenement of toernooi. De mensen kennis laten maken met en als ze het dan allemaal lekker vinden dan willen ze er ook wel voor betalen en willen ze dat het in het assortiment komt of gaan ze erom vragen.”

Voor verduidelijking van de Richtlijnen Gezonde Kantines beweerden de coaches dat verenigingen behoefte hebben aan praktische en concrete begeleiding. Volgens de coaches ontbreekt materiaal waarmee ze verenigingen kunnen ondersteunen met tips en voorbeelden uit de praktijk. Hierin zien zij ook een rol voor de groothandel Sligro¹ in de vorm van het ontwikkelen van producten om het keuzeaanbod uit te breiden of het vergemakkelijken van het inkopen van het gezondere assortiment.

“We zien zoveel dat het misschien ook wel kan helpen om iets te hebben wat je aan de clubs kan laten zien van wat de goede voorbeelden zijn.”

“We zouden bij Voedingscentrum de vraag kunnen neerleggen, in deze categoriegroepen hebben we voorbeelden van betere keuzes nodig en dat we daar dan mee naar de Sligro gaan en dan vragen of zij dat kunnen ontwikkelen.”

“En dat die voorbeelden makkelijk in te kopen zijn bij de Sligro. Bij wijze van spreken onder één bestelnummer. Zodat ze niet voor elk product ergens anders heen moeten.”

De coaches stelden dat binnen de Richtlijnen Gezonde Kantines onderscheid gemaakt dient te worden tussen schoolkantines en sportkantines. Zij gaven aan dat productkeuzes die bezoekers van een schoolkantine maken anders zijn dan die van de sportkantines. Om deze reden vinden zij dat verschillende criteria opgesteld moeten worden. Wat volgens hen tevens een uitkomst kan bieden voor de gecompliceerde productgroepen ‘los brood’ en ‘maaltijden’.

“Eigenlijk zou je voor de schoolkantine andere productgroepen moeten maken. Je maakt in sportkantines andere keuzes.”

“In schoolkantines is het namelijk ook zo dat je los een broodje koopt en dat je dan beleg erbij koopt. Dat ben ik in een sportkantine nog nooit tegen gekomen.”

¹ Sligro is een samenwerkingspartner van Team:Fit.

3.2. Aangesloten sportkantines

In totaal waren acht verenigingen van aangesloten sportkantines geselecteerd en uitgenodigd voor deelname aan het onderzoek. Eén vereniging gaf aan niet te willen meewerken aan het onderzoek, één heeft niet gereageerd op de uitnodiging. Uiteindelijk werden in de periode van begin oktober 2018 tot half november 2018 zes interviews afgenomen bij betrokkenen van de sportkantine. Vijf interviews vonden één op één plaats in de kantine van de sportvereniging. Eén interview werd telefonisch afgenomen. Van de zes participerende verenigingen waren twee in het bezit van een certificering. De andere vier verenigingen waren (nog) niet gecertificeerd. De gemiddelde duur van een interview bedroeg 25 minuten.

Tabel 1 geeft de kenmerken van de geselecteerde sportkantines weer. Een aantal gegevens zijn niet opgenomen in de tabel om de anonimiteit van de deelnemers te beschermen.

Code	Certificaat	Tak van sport	Interview	Functie geïnterviewde
S1	Geen	Tennis	Één op één	Vrijwilliger
S2	Goud	Tennis	Één op één	In dienst
S3	Brons	Zeilen	Één op één	Eigenaar
S4	Geen	Volleybal	Één op één	Vrijwilliger
S5	Geen	Voetbal	Telefonisch	Bestuurslid
S6	Geen	Tennis	Één op één	In dienst
S0	Geen	Hockey	Geen deelname	Onbekend
S0	Geen	Voetbal	Geen deelname	Onbekend

Tabel 1: Geselecteerde sportkantines

Met behulp van de geïdentificeerde thema's (zie Bijlage 4) werden verbanden en verschillen tussen de antwoorden van de geïnterviewden onderzocht. Allereerst worden de resultaten van de twee thema's 'ervaringen' en 'factoren van invloed' samen beschreven, aangezien die elkaar beïnvloeden. Met deze resultaten wordt beoogd deelvraag 4 en 5 te beantwoorden (zie Hoofdstuk 1.5.). Daaropvolgend wordt het hoofdthema 'oplossingen' besproken, waarmee getracht wordt deelvraag 6 te beantwoorden. De gevonden resultaten worden beschreven en ondersteund door de meest veelzeggende quotes uit de interviews. De quotes, inclusief referentie code (S1-6), staan cursief en in het blauw weergegeven. Ten behoeve van de leesbaarheid van de scriptie is de spreektaal van sommige quotes enigszins aangepast.

3.2.1. Ervaringen en factoren van invloed

Alle geïnterviewden ervoeren de invloed van verenigingsleden als een belangrijke factor voor het verloop van het veranderproces ten aanzien van een gezondere kantine. "Goedkeuring" en "ondersteuning" waren belangrijke termen die genoemd werden. Om dit te genereren binnen een vereniging gaven de geïnterviewden aan dat draagvlak gecreëerd dient te worden. Indien draagvlak ten aanzien van een gezondere kantine aanwezig was, werd minder weerstand ervaren (S2, S3, S5, S6).

"Wat ik heb gemerkt is dat heel veel andere mensen er anders naar kijken en dat die eigenlijk heel erg moeilijk zijn te overtuigen om wat veranderingen toe te passen. Daar gaat een veel langer traject aan vooraf dan je in eerste instantie aan denkt wanneer je er mee aan de slag gaat." (S1)

Uit vijf interviews (S1, S2, S4, S5, S6) bleek dat hierin ook een belangrijke rol voor het bestuur is weggelegd. Hun goedkeuring en ondersteuning had een positief effect op het veranderproces.

“Daarnaast vindt het bestuur het ook heel belangrijk, dat we dit meenemen en dat hier verbeteringen in worden aangebracht.” (S6)

Draagvlak binnen een vereniging werd volgens alle geïnterviewden tevens gecreëerd door in te spelen op de behoefte, bewustwording en betrokkenheid van de leden. Aangegeven werd dat deze drie aspecten het veranderproces zowel kunnen bevorderen als belemmeren. Indien op deze vlakken een positieve attitude aanwezig was binnen een vereniging bleken stappen naar een gezondere kantine makkelijker te initiëren (S2-S6). Uit één interview (S1) bleek het veranderproces moeizaam te verlopen aangezien de behoefte binnen een vereniging sterk uiteen ligt, waardoor verdeeldheid ontstond.

Ten aanzien van de drie aspecten (behoefte, bewustwording en betrokkenheid) bleken uit de interviews diverse factoren van invloed te zijn: de locatie (S2, S5) en tak van sport actief bij de vereniging (S2, S6) en het opleidingsniveau (S5) en de leeftijd van de verenigingsleden (S1, S4).

“Ik denk ook wel een beetje dat het de mensen van IJburg zijn en dat die al best wel bewust zijn met hun voeding.” (S2)

“Het zit in Amsterdam Oost waar iedereen vrij hoog opgeleid is. En waar iedereen eigenlijk wel begrijpt dat je goed op je voeding moet letten.” (S5)

Alle geïnterviewden ervoeren de begeleiding van de Team:Fit Coach bij implementatie van de Richtlijnen Gezonde Kantines als positief, zij vonden de coach motiverend en deskundig.

“Als ik hulp nodig heb of wat dan ook, er is altijd wel iets wat ik uit het gesprek haal. Een stukje nieuwe energie, een stukje informatie. En meer kan ze helaas ook niet doen. Het is aan mij.” (S1)

Desondanks bleek uit de interviews (S1, S3, S4, S6) het zelfstandig implementeren van de Richtlijnen moeizaam te verlopen. Ontbrekende kennis over gezonde voeding (S4) dan wel het hebben van een andere mening ten aanzien van gezond (S1, S2, S6) bleken mogelijke oorzaken. Hierdoor werden de Richtlijnen Gezonde Kantines ter discussie gesteld en gaven enkele geïnterviewden aan het niet altijd eens te zijn met de gestelde criteria (S1, S2, S6). Zo werd bijvoorbeeld niet begrepen waarom light producten wel ‘betere keuzes’ zijn (S1, S6) en een smoothie, welke bestaat uit groenten en fruit, geen ‘betere keuze’ is (S2).

“Ik ben het soms alleen niet helemaal eens met wat gezond en ongezond is. Ik snap het niet altijd. Onze smoothie bijvoorbeeld, die is niet goed. Maar ik blijf 'm toch verkopen. Het is met spinazie en banaan en water. Ik heb liever dat de kinderen dat drinken dan al die andere frisdranken.” (S2)

Daarnaast bleek de complexiteit van de Richtlijnen Gezonde Kantines een belemmerende factor (S1, S3, S4, S6). Geïnterviewden (S3, S4, S6) gaven aan veel tijd te besteden aan het selecteren van producten die voldoen aan de Richtlijnen. Bovendien ervoeren twee geïnterviewden dat het lastig is om aan de criteria van de productengroep ‘maaltijden’ te voldoen (S4, S6). De criteria die voor de productgroep ‘maaltijden’ gelden, bleken uit de interviews nauwelijks haalbaar te zijn. Zij vonden tevens dat deze productgroep niet aansluit op het eetgedrag van hun leden. Verklaard werd dat in sportkantines patat en kroketten als maaltijd gegeten wordt. Echter, volgens de Richtlijnen Gezonde Kantines behoren deze gefrituurde snacks in een andere productgroep, namelijk die van ‘hartige snacks’. Om te voldoen aan de Richtlijnen koos één geïnterviewde (S6) ervoor om geen maaltijden meer aan

te bieden en daarmee de productgroep 'maaltijden' volledig uit te sluiten van hun aanbod. Aangegeven werd dat de verenigingsleden hierdoor enkel frituur hebben als keuze voor een maaltijd.

“Als er geen gezonde maaltijd is, dan neemt hij een patatje met een frikandel. Dat ziet hij ook als een maaltijd. Maar Team:Fit ziet patat en kroket en dat soort dingen als een snack. En dan denk ik ja, dan klopt er iets niet in de categorieën.” (S6)

De samenwerking met de groothandel werd door drie geïnterviewden (S1, S3, S6) benoemd als een belemmerende factor. Uit de interviews bleek dat het implementeren van de Richtlijnen een grote tijdsinvestering eist en dat dit mede wordt beïnvloed door de leverancier (S1, S3, S6). Gesteld werd dat de groothandel veelal niet de 'betere keuze' producten in het assortiment heeft (S1, S3, S6), waardoor het lastig bleek om de juiste producten te bestellen ter verbetering van het assortiment.

“Fristi zonder suiker, was ook niet leverbaar. Daar liep ik ook tegenaan, dat zou ik ook heel graag willen.” (S3)

De groothandel was daarnaast niet altijd bereid om 'betere keuze' producten te leveren (S1, S3) of had een beperkt aanbod van 'betere keuze' producten die geleverd konden worden (S1, S3, S6). Tevens werd als belemmering aangegeven dat de groothandel niet bekend was met de Richtlijnen Gezonde Kantines (S1, S3).

Daarnaast bleek uit twee interviews dat het voor verenigingen met een kleine afname bij de groothandel lastiger was om voor goede prijzen in te kopen (S1, S3). Wanneer een vereniging groter in omvang was of financieel gezond, speelden deze factoren geen rol (S2, S6). De mate waarin een groothandel bereid was om mee te werken en de gewenste producten te faciliteren, was tevens van invloed op de mogelijkheid om het assortiment aan te passen (S1, S3, S6).

“Nou kom op, werk een beetje met ons mee. Kom met alternatieven, kom langs. Ze zijn langs geweest, ik heb nog steeds geen voorstel gehad.” (S1)

“Ik heb toen die lijst naar de groothandel gestuurd die ik van de Team:Fit Coach had gehad en toen ging de groothandel alles nakijken wat wel en niet kon. Ze stonden daar wel heel erg open voor, dus dat is fijn.” (S3)

3.2.2. Oplossingen

Voor het creëren van draagvlak binnen de vereniging benoemden twee geïnterviewden (S1, S2) een rol voor de sportbonden. De communicatiekanalen van de sportbonden kunnen volgens hen mogelijk bijdragen aan bewustwording bij verenigingsleden. Gesteld werd dat een samenwerking met Team:Fit bijdraagt aan een grotere zichtbaarheid omtrent het concept van de gezondere kantine (S1). Voorbeelden die genoemd werden zijn content op de website of nieuwsbrieven van een sportbond (S1, S2).

“We krijgen mails van de bond en informatie van de bond. Op de KNTB website lees je niks eigenlijk. Er is weinig te vinden over de gezonde kantine en Team:Fit. Dus misschien is een ander communicatiekanaal, toch via die bond. [...] De sportbonden, om daar zichtbaar te zijn, via hun websites en nieuwsbrieven. Zo van wij als bond vinden dit belangrijk, we hebben iemand van Team:Fit uitgenodigd.” (S1)

Daarop aansluitend werd aangedragen dat koplopers binnen een tak van sport als voorbeeld kunnen dienen voor andere sportverenigingen (S2, S6). Eén geïnterviewde (S6) gaf aan dat Team:Fit allereerst moet investeren in de grote verenigingen met een voorbeeldfunctie, welke als inspiratie kunnen dienen voor andere verenigingen.

“Het lijkt mij logischer als Team:Fit begint met de grote verenigingen die het personeel in dienst hebben [...] wij zijn als tennisvereniging in A'dam en nog breder dan dat een voorbeeld. Heel veel verenigingen komen hier met de competitie of het open toernooi en dan zien ze wat wij aan het doen zijn en dan gaan ze het kopiëren bij hun eigen vereniging. Wij zijn een vereniging en zo zijn er nog meer verenigingen die zo'n voorbeeldfunctie hebben, die een solide beleid hebben met personeel in dienst.” (S6)

Tevens bleek uit interviews dat veranderingen ten aanzien van een gezondere kantine gecommuniceerd dienen te worden richting de verenigingsleden. Aangedragen werd om de website en nieuwsbrief van een vereniging in te zetten, waardoor de beweegredenen achter de veranderingen in het productaanbod worden toegelicht. Dit zorgt volgens de verenigingen voor meer bewustwording en begrip (S1, S2, S4).

“Ik denk wel de mensen informeren. Dat als je dingen wilt veranderen, welke stappen de kantine wil ondernemen en de beweegredenen waarom. Dat de mensen er ook begrip voor hebben. Dat ze denken oja, het is inderdaad wel goed dat we dat item niet meer gaan verkopen of dat we juist een ander item eraan zetten.” (S2)

Eén geïnterviewde (S1) gaf aan specifiek behoefte te hebben aan een informatieve poster van Team:Fit. Verwacht werd dat dit kan bijdragen aan bewustwording bij de verenigingsleden.

“Het zou misschien nog wel beter zijn als er een poster zou zijn die wij hier kunnen ophangen van Team:Fit. Dat als mensen hier binnenkomen, we daar al wat meer aan bewustwording zouden kunnen doen. [...] Ik denk meer iets wat net wat informatiever is over gezonde keuzes. Goed is dit, minder goed is dat, slecht is dat.” (S1)

Twee geïnterviewden (S2, S4) hadden de ervaring dat nieuwe producten in het assortiment actief geïntroduceerd moest worden bij de leden. Deze betrokkenen gaven aan dat door sampling meer interesse voor het nieuwe aanbod ontstond. Daarnaast werd gesteld dat promotie van nieuwe producten door middel van prijsacties dan wel via aanprijborden een positieve werking had op de verkoop.

“Ik deel wat kleins uit langs de velden. Dan kunnen de leden het proeven. Dat doe ik dan alleen met de gezonde producten.” (S1)

Eén geïnterviewde (S5) had de behoefte van de verenigingsleden geïnventariseerd middels een online clubmonitor, waarin onder andere de tevredenheid over sportkantine werd getoetst. Leden die in de monitor aangaven niet tevreden te zijn met het huidige assortiment werden benaderd om mee te denken over verbetering van het aanbod.

“De clubmonitor die we daarbij hebben gebruikt is een hele goede tool. [...] De mensen die aangaven dat ze het assortiment niet goed vonden, konden we bellen met he je geeft aan het assortiment moet beter, zou je met ons mee willen denken?” (S5)

Om de Richtlijnen gemakkelijker te implementeren gaven vijf geïnterviewden (S1, S3, S4, S5, S6) aan dat zij behoefte hebben aan concrete voorbeeldlijsten. Deze lijsten moeten een overzicht geven van producten die voldoen aan de criteria van de verschillende productgroepen (S1, S3, S4, S5, S6), welke makkelijk verkrijgbaar zijn bij een groothandel (S1, S3, S5, S6), eenvoudig te bereiden (S5, S6) en inclusief een prijsindicatie (S3, S5).

“Een overzicht gewoon met echt goede ideeën. Bijvoorbeeld deze wrap, is goedkoop, is makkelijk te maken, is gezond, is dat soort dingen. Dus echt een soort Allerhande van Team:Fit, van goedkope gezonde, makkelijk te maken dingen.” (S5)

“Als ze (Team:Fit) een lijst maken, met van ik zoek voor dit product een alternatief, dat ze (groothandel) dat kunnen aanleveren. Dat zou wel helpen. [...] en wat ik dan wel fijn zou vinden van Team:Fit is een lijst met wat goedkopere producten.” (S3)

Tevens werd in twee interviews (S1, S6) een suggestie gedaan om betere inkoopvoorwaarden te genereren. Aangedragen werd om met meerdere kantines samen het assortiment in te kopen bij een leverancier. Hierdoor ontstaat een grotere inkoopkracht, waardoor meerdere sportkantines kunnen profiteren van een lagere inkoop prijs (S1, S6).

“Ik ben nu met iemand van de korfbal mee aan de slag, want de korfbalvereniging is groter. Die pachten de kantine in het topsport centrum hiernaast, dus daar maakt de voetbal, korfbal en handbal allemaal gebruik van. Die hebben een veel grotere inkoopkracht en kunnen een veel betere prijsafsprake maken. Dus voor ons als relatief kleine vereniging zou het heel interessant zijn om daarin mee te kunnen doen om voor dezelfde prijs in te kunnen kopen.” (S1)

4. Conclusie

In dit onderzoek is gezocht naar antwoord op de hoofdvraag: *Waarmee kunnen de bij Team:Fit aangesloten sportkantes, volgens de Team:Fit Coaches en de betrokkenen van de aangesloten sportkantes, worden ondersteund bij succesvolle implementatie van de Richtlijnen Gezonde Kantes van het Voedingscentrum?* Om deze hoofdvraag te beantwoorden zijn in dit hoofdstuk de resultaten uit de twee onderzoeksgroepen met elkaar in verband gebracht. Hieruit is gebleken dat er drie belangrijke overeenkomende factoren van invloed zijn op succesvolle implementatie; draagvlak binnen de vereniging, de complexiteit van de Richtlijnen Gezonde Kantes en de invloed van de groothandel. Hieronder worden deze drie factoren besproken en in relatie gebracht met de mogelijke oplossingen.

Draagvlak

Het veranderproces binnen een vereniging wordt allereerst beïnvloed door onafhankelijke factoren; de locatie en tak van sport van de vereniging en de leeftijd en opleidingsniveau van de verenigingsleden. Ten tweede vindt beïnvloeding plaats door een vier afhankelijke factoren; bewustwording, behoefte, betrokkenheid en motivatie van de vereniging(sleden) ten aanzien van een gezondere kantine.

Deze afhankelijke en onafhankelijke factoren zijn per vereniging verschillend, waardoor de situatie en ambitie van de sportverenigingen uiteenlopend is. Bij de start van het begeleidingsproces door een Team:Fit Coach dienen de (on)afhankelijk factoren inzichtelijk gemaakt te worden. Op basis daarvan kan passende begeleiding worden bepaald. Daarnaast is stapsgewijze begeleiding doeltreffend voor een succesvolle implementatie van de Richtlijnen Gezonde Kantes.

De vier afhankelijke factoren (behoefte, bewustwording, betrokkenheid en motivatie) bepalen de attitude ten aanzien van een gezondere kantine. Een positieve attitude zorgt voor minder weerstand en draagt bij aan het creëren van draagvlak binnen een vereniging.

De bewustwording bij verenigingsleden betreffende een gezondere kantine kan vergroot worden door communicatie- en marketingstrategieën in te zetten, zoals informatieposters, nieuwsbrieven of content op de website. Daarnaast is het van belang nieuw assortiment actief te introduceren bij de verenigingsleden. Succesvolle manieren hiertoe zijn sampling, aanprijfsborden en verkoopacties ter promotie van de nieuwe producten. Ook communicatie via de kanalen van nationale sportbonden kan hierin ondersteunen. Verenigingen die de Richtlijnen succesvol hebben geïmplementeerd kunnen door een bond worden geprofileerd als koplopers. Hun voorbeeldfunctie kan een stimulerende werking hebben op de motivatie en bewustwording van andere verenigingen en hun leden.

Om de huidige behoefte onder de leden betreffende het kantineassortiment in kaart te brengen kan een (online) clubmonitor uitkomst bieden. Naar aanleiding van de informatie uit deze tool kunnen verenigingsleden worden benaderd voor medewerking ter verbetering van het assortiment. Gunstig bijeffect is dat de betrokkenheid onder de leden hiermee vergroot wordt, dat tevens kan bijdragen aan het creëren van draagvlak.

Tot slot heeft eveneens de begeleidende Team:Fit Coach invloed op de motivatie van de gebruikers van de Richtlijnen. Zij dienen verenigingen succesmomenten laten ervaren, door te enthousiasmeren en het benoemen van de positieve ontwikkelingen. Daarnaast moeten verenigingen ervaren wat het implementeren van de Richtlijnen hen oplevert. Hierdoor raken en blijven betrokkenen gemotiveerd om implementatie voort te zetten. Tevens wordt hierdoor de eigen-effectiviteit vergroot, wat mede een gunstig effect heeft op de doelgerichte motivatie.

Richtlijnen Gezonde Kantes

Het blijkt dat betrokkenen van de sportkantes beperkte kennis dan wel een afwijkende mening hebben omtrent het onderwerp gezond. Hierdoor hebben zij moeite met het zelfstandig implementeren van de Richtlijnen Gezonde Kantine of stellen de Richtlijnen ter discussie. Tevens is de complexiteit van de Richtlijnen Gezonde Kantes en de bijbehorende criteria van de diverse productgroepen belemmerend voor succesvolle implementatie. Het blijkt dat

met name de criteria van de productgroepen 'maaltijden' en 'los brood' lastig haalbaar zijn voor de sportkantines. Deze productengroepen blijken niet te passen bij het eetgedrag van de kantinebezoekers. Versoepeling van de criteria of aangepaste Richtlijnen voor sportkantines kan mogelijk bijdragen aan het vergemakkelijken van certificering.

Daarnaast blijkt behoefte aan concrete voorbeeldlijsten per productgroep, voorzien van een prijsindicatie. Voorbeelden uit de praktijk kunnen als inspiratie dienen voor de sportkantines en de Team:Fit Coaches ondersteunen bij advisering.

Groothandel

Bovendien is het van belang dat deze voorbeeldlijsten producten bevatten die makkelijk in te kopen zijn bij een groothandel. Mede door beperkt, gewenst productaanbod bij diverse leveranciers blijkt het inkopen van de 'betere keuze' producten lastig en een grote tijdsinvestering. De mate waarin een groothandel bereid is dan wel de mogelijkheid heeft om te faciliteren in de gewenste producten is van invloed op de mogelijkheid om het assortiment aan te passen. Gebleken is dat de samenwerking tussen sportvereniging en groothandel niet altijd toereikend is voor het gewenste resultaat. Tevens blijkt dat verenigingen zoeken naar oplossingen voor betere inkoopkracht bij de groothandel, wat kan bijdragen aan een lager financieel risico voor de sportkantines. Om te kunnen profiteren van een gunstige prijsafspraken met de groothandel is gezamenlijke inkoop met andere kantine mogelijk een uitkomst.

5. Discussie en aanbevelingen

In dit hoofdstuk wordt de conclusie van het praktijkonderzoek in een breder perspectief geplaatst, door de uitkomsten te vergelijken met relevante onderzoeken. Vervolgens worden de methodologische aspecten van dit onderzoek besproken, door een kritische terugblik op de opzet en de uitvoering te geven. Afsluitend worden aanbevelingen gedaan voor de opdrachtgever en voor toekomstig onderzoek.

5.1. Vergelijking met relevant onderzoek

Succesvolle implementatie kan volgens dit onderzoek onder meer bevorderd worden door het creëren van draagvlak en verduidelijking van de Richtlijnen Gezonde Kantines. Dit komt ook naar voren in andere onderzoeken, uitgevoerd bij sportkantines, bedrijfskantines en schoolkantines. Een gerandomiseerd onderzoek met controlegroep naar aankoopgedrag bij bedrijfskantines van Velema, Vyth, Hoekstra en Steenhuis (2018) stelt dat voor succesvolle uitvoering, de eerste stap bestaat uit het creëren van voldoende draagvlak voor een gezondere kantine. Eveneens wordt dit bekrachtigd in een sociaal marketing onderzoek bij sportkantines van Wijburg, Houtkamp en Collé (2016). Zij stellen dat verenigingsleden veelal een negatieve associatie hebben bij de term 'gezonde kantine' of dat gezond verschillend wordt geïnterpreteerd. Hierdoor kan weerstand ontstaan, wat een negatieve invloed heeft op het creëren van draagvlak.

De twee onderzoeken adviseerden derhalve gebruik van communicatiematerialen, hetgeen ook door dit praktijkonderzoek wordt onderschreven. Deze communicatiematerialen kunnen onder andere bijdragen aan verduidelijking van het Team:Fit concept en het aantonen van de effecten van een gezondere kantine (Velema, Vyth, Hoekstra, & Steenhuis, 2018; Wijburg, Houtkamp, & Collé, 2016). Daarnaast is het noodzakelijk de kantinebezoeker op de hoogte te brengen over aanpassingen in het assortiment (zonder expliciet te benoemen dat het gezonder is) (Velema, Vyth, Hoekstra, & Steenhuis, 2018).

Volgens dit praktijkonderzoek zijn de afhankelijke en onafhankelijke factoren per vereniging verschillend, waardoor de situatie en ambitie van de sportverenigingen uiteenlopend is. Het sociaal marketing onderzoek bekrachtigt de sterk variërende situatie en ambitie bij verenigingen. Gesteld wordt dat begeleiding per vereniging maatwerk vereist en het hierbij van belang is om de verschillende fases van gedrag te identificeren. Op basis van de fase waarin een vereniging zich bevindt, dient de juiste strategie te worden toegepast om een vereniging naar de volgende fase te brengen (Wijburg, Houtkamp, & Collé, 2016).

Advies op maat werd ook in verschillende onderzoeken bij schoolkantines bevestigd. Scholen gaven in onderzoek van Zeinstra, Timmers en van der Velden (2015) aan dat adviezen niet goed zijn afgestemd op hun behoeften en (specifieke) situatie. Eveneens in een evaluatieonderzoek van Mensink, Schwinghammer en Smeets (2012) werd advisering op maat aangeraden.

Naar aanleiding van een ander onderzoek van Zeinstra, Timmer en van der Velden (2014) werd op basis van de resultaten aanbevolen om praktische en concrete lijsten aan scholen aan te bieden. Deze lijsten dienden op maat van het huidige assortiment van de betreffende kantine te zijn, zodat kan worden aangetoond welke producten moeten worden toegevoegd, en welke verwijderd, om tot een gezonder kantineaanbod te komen. Deze aanbeveling lijkt sterk op de resultaten uit dit onderzoek; er is behoefte aan ondersteuning onder meer door middel van praktische voorbeeldlijsten. Dit wordt nog eens bevestigd door resultaten uit het onderzoek bij bedrijfskantines. Hierin kwam, net als in dit praktijkonderzoek, naar voren dat stapsgewijze begeleiding van invloed is op een succesvol en duurzaam resultaat en dat deze ondersteund dient te worden door concrete voorbeelden uit de praktijk (Wijburg, Houtkamp, & Collé, 2016).

5.1.1. Zeer recentelijk en sterk overeenkomend onderzoek

Verder is een zeer recentelijk onderzoek² van Evenhuis et al. (2018) gevonden. Tussen 2015 en 2018 heeft onderzoek plaatsgevonden naar implementatie van de Richtlijnen Gezonde Kantines bij scholen. Hiervan zijn echter alleen tussentijdse resultaten bekend, die nog niet internationaal gepubliceerd zijn in een peer-reviewed wetenschappelijk tijdschrift (I. Evenhuis, persoonlijke communicatie, 6 november, 2018). Desalniettemin zijn de resultaten van het onderzoek zeer waardevol, aangezien het onderzoeksdoel sterk overeenkomt met de doelstelling van deze scriptie.

Het doel van Evenhuis et al. was om hulpmiddelen te ontwikkelen om scholen te helpen de Richtlijnen te implementeren. Het onderzoek bestond uit drie verschillende fases; (1) interviews met betrokkenen van schoolkantines, (2) expertbijeenkomst voor implementatiestrategieën en (3) een implementatie- en effectstudie. In fase 1 van het onderzoek zijn eveneens de bevorderende en belemmerende factoren van invloed op implementatie van de Richtlijnen in kaart gebracht. Deze factoren zijn vervolgens in fase 2 voorgelegd aan een groep experts uit de wetenschap, beleidsfuncties en de praktijk. Zij hebben beoordeeld welke factoren voornamelijk aangepakt dienen te worden en oplossingen hiertoe aangedragen. Op basis van hun expertise en de theorie over gedragsverandering en implementatie zijn hulpmiddelen ontwikkelend of bestaande aangepast. Tot slot zijn deze hulpmiddelen in fase 3 geëvalueerd aan de hand van een implementatie- en effectstudie bij twintig scholen. Tien scholen kregen gedurende 6 maanden de hulpmiddelen en begeleiding aangeboden. Tien andere scholen dienden de Richtlijnen zonder hulp te implementeren. Na deze interventie was een significant positieve verandering te zien in het voedingsaanbod bij kantines van de interventiescholen. Bij deze scholen werd het aanbod op de balie van de kantine gezonder en verbeterde de uitstraling. Terwijl de scholen zonder ondersteuning geen significant verbetering lieten zien (Evenhuis et al., 2018).

De bevorderende en belemmerende factoren uit fase 1 zijn vergeleken met de uitkomsten van dit praktijkonderzoek. Zes overeenkomende factoren zijn gevonden. Enkel de invloed van de groothandel, een belangrijk factor voor succesvolle implementatie bij de sportkantines, was niet in verband te brengen. Hieronder in tabel 2 zijn de gevonden factoren uit beide onderzoeken inzichtelijk gemaakt.

Tabel 2: vergelijking stimulerende en belemmerende factoren schoolkantines vs sportkantines

	Schoolkantines (Evenhuis et al., 2018)	Sportkantines
Overeenkomende factoren	de visie van de schooldirectie over een gezonde school	de visie van de bestuur over een gezonde kantine
	de kennis over gezonde voeding onder gebruikers van de Richtlijnen Gezonde Kantines	de kennis over gezonde voeding onder gebruikers van de Richtlijnen Gezonde Kantines
	de motivatie om de kantine gezonder te maken	de motivatie om de kantine gezonder te maken
	financiële middelen en mogelijke omzetsdaling	financiële middelen en mogelijke omzetsdaling

² De ongepubliceerde data beschreven in dit hoofdstuk zijn zeer recentelijk (eind november 2018), na dataverzameling en data-analyse van het praktijkonderzoek, door I. Evenhuis aangeleverd bij de auteur van deze scriptie.

	betrokkenheid van onder andere de ouders, leerlingen en docenten	betrokkenheid van verenigingsleden
	de omgeving en bewustwording van leerlingen	bewustwording van verenigingsleden
Afwijkende factoren	balans in het assortiment van gezondere en minder gezonde producten	
	de voedselomgeving van de school	
		product aanbod van en samenwerking met groothandel

In de tweede fase van het onderzoek van Evenhuis et al. zijn op basis van de gevonden factoren bij schoolkantines ondersteunde hulpmiddelen ontwikkelend of bestaande aangepast, namelijk (Evenhuis et al., 2018):

Middelen die de huidige situatie in kaart brengen

- Vragenlijst naar kenmerken en omgeving van de school en opvattingen en behoeftes betreffende de gezonde kantine.
- Vragenlijst voor betrokkenen naar persoonlijke en organisatorische factoren, hun mening en behoeftes gericht op het gebruik van de Richtlijnen Gezonde Kantines.
- Kantinescan voor inzicht in het aanbod en de mate van gezonde uitstraling van de schoolkantine.
- Persoonlijk adviesgesprek en -rapport over de huidige stand van zaken, wensen, doelen en actiepunten van de school betreffende de gezonde kantine.

Uitleg Richtlijnen en stappenplan

- Brochure met de Richtlijnen Gezonde Kantines.
- Stappenplan, hoe tot een gezondere kantine te komen.

Online community

- Laagdrempelige mogelijkheid voor alle betrokkenen om vragen te stellen, onderling informatie uit te wisselen en voorbeelden en tips te ontvangen.

6-wekelijkse nieuwsbrief

- Met voorbeelden, adviezen en nieuws betreffende de gezonde kantine.

Samenvatting van resultaten

- Samenvatting resultaten van de vragenlijst over aankoopgedrag van de leerlingen van de school.

Wanneer deze hulpmiddelen worden vergeleken met de resultaten uit dit praktijkonderzoek worden wederom overeenkomsten gevonden. Uit het praktijkonderzoek bleek de behoefte om de huidige situatie bij sportkantines in kaart te brengen, aangezien deze zeer uiteenlopend is. Daarnaast is gebleken dat, vanwege de beperkte kennis over gezonde voeding bij de betrokkenen en de complexe Richtlijnen Gezonde Kantines, er behoefte is aan uitleg over en verduidelijking van de Richtlijnen. Tevens kwam naar voren dat praktijkvoorbeelden gewenst zijn; hiervoor kan een online community mogelijk ook bij sportkantines uitkomst bieden. Tot

slot kwam uit de resultaten naar voren dat communicatiemiddelen, zoals nieuwsbrieven, van waarde kunnen zijn bij succesvolle implementatie. Bij schoolkantines werd dit hulpmiddel na onderzoek eveneens aangeboden.

5.2. Methodologische aspecten

Voor het kwalitatieve onderzoek is gebruik gemaakt van een focusgroep en semigestructureerde interviews. Van tevoren is getracht het onderzoek zo betrouwbaar en valide mogelijk op te zetten, uit te voeren en zo goed mogelijk te documenteren. Desondanks kent het onderzoek zowel sterke als zwakke punten.

Dit kwalitatieve onderzoek vraagt specifieke interviewvaardigheden van de onderzoeker. Validiteit en betrouwbaarheid kan om deze reden worden beïnvloed door subjectiviteit en eigen interpretaties. Getracht is om deze zoveel mogelijk te beperken of transparant te maken. Desondanks is de onderzoeker van invloed op de uitkomsten en kunnen deze bij herhaling door een andere onderzoeker afwijken. Daarnaast worden focusgroepen vaak uitgevoerd door twee onderzoekers. Waarbij één onderzoeker de vragen stelt en de andere het proces bewaakt, door bijvoorbeeld te monitoren of alle deelnemers voldoende aan bod komen (Baarda et al., 2015). Aangezien de onderzoeker van dit praktijkonderzoek het focusgroeponderzoek alleen heeft uitgevoerd en hier weinig ervaring mee had, kunnen resultaten uit dit onderzoek mogelijk niet geheel volledig zijn.

Om de betrouwbaarheid voor dit onderzoek te realiseren is herhaalbaarheid van belang. In de methode is beschreven welke keuzes zijn gemaakt voor dataverzameling en data-analyse. Een focusgroep handboek (Bijlage 1) en topiclijst (Bijlage 3) zijn beschikbaar en kunnen gebruikt worden bij eventuele herhaling van dit onderzoek. Daarnaast is de wijze van codering vastgelegd en de bijbehorende thema's inzichtelijk gemaakt (Bijlage 2 en 4). Hierdoor is het onderzoek reproduceerbaar voor een andere onderzoeker.

De betrouwbaarheid van dit onderzoek kan eveneens ter discussie gesteld worden door toevallige meetfouten (Verhoeven, 2016). Het onderzoek bij de aangesloten sportkantines bestond uit een relatief kleine steekproef van 6 participanten, wat de kans op toevallige meetfouten vergroot. De data uit de interviews zijn in de conclusie in verband gebracht met die van de focusgroep. Om de hoofdvraag te beantwoorden is gezocht naar overeenkomsten binnen de twee onderzoeksgroepen. Hierdoor is triangulatie toegepast wat de geldigheid van dit onderzoek vergroot (Swanborn, 1993).

De validiteit van een onderzoek is groot wanneer gemeten wordt wat beoogt gemeten te worden (Baarda et al., 2015). De validiteit kan ter discussie worden gesteld vanwege de representativiteit van de selectieve steekproef. Enkel aangesloten kantines in eigen beheer van een sportvereniging uit de regio Noord-Holland hebben deelgenomen aan het onderzoek. De steekproef bestond uit één zeilschool, één voetbal-, één volleybal- en drie tennisverenigingen. Binnen de steekproef was zodoende geen evenredige verdeling in tak van sport actief bij de verenigingen. Tevens waren een aantal sportdisciplines niet vertegenwoordigd in het onderzoek. Afhankelijkheid van selectie door de regionale Team:Fit Coach alsmede de bereidheid voor participatie aan het onderzoek was hierop van invloed. De kans is bijgevolg aanzienlijk dat betrokkenen van andere sportkantines aanvullende inzichten geven. De steekproef is daarom niet te generaliseren naar alle aangesloten sportkantines in Nederland.

Overigens zijn de resultaten uit dit onderzoek mogelijk niet van waarde voor sportkantines die (nog) niet zijn aangesloten bij Team:Fit. Immers, binnen de steekproef zijn enkel kantines vertegenwoordigd die een motivatie hebben om gezonder te worden en zich daarmee al een stap verder in het veranderproces bevinden. Om deze reden kunnen de uitkomsten uit dit onderzoek afwijken van de behoeften van niet aangesloten sportkantines. Om eveneens deze groep kantines te bereiken en te ondersteunen, is aanvullend onderzoek genodigd.

Bovendien is het focusgroeponderzoek mogelijk niet volledig valide, vanwege de rol van angst en sociaal wenselijkheid binnen het groepsproces. Het kan zijn dat een coach zijn of haar mening niet heeft durven geven, die mogelijk wel in een één op één interview wel naar voren zou zijn gekomen (Baarda et al., 2015). Hierdoor bestaat de kans dat relevante meningen en ervaringen betreffende het onderzoek achterwege zijn gebleven. Echter, bij herhaling van de focusgroep is de kans groot dat uitkomsten wel overeenkomen, waardoor deze als betrouwbaar kunnen worden beschouwd.

5.3. Aanbevelingen

Op basis van de resultaten uit dit praktijkonderzoek en de relevante onderzoeken bij sportkantine, schoolkantines en bedrijfskantines kunnen aanbevelingen worden gedaan ten aanzien van het praktijkprobleem van de opdrachtgever.

Team:Fit Coaches wordt aanbevolen om verenigingen te begeleiden met advies op maat. Bij start van hun begeleiding dient derhalve één van de drie stappen (*bereidheid, voorbereiding, actie*) in het veranderproces (zie Hoofdstuk 1.3.) geïdentificeerd te worden. Op basis van deze identificatie kan de juiste strategie worden bepaald en gepaste hulpmiddelen worden aangeboden.

Bereidheid (stap 1)

Wanneer stap 1 wordt geïdentificeerd, is het voor een Team:Fit Coach van belang om in te spelen op de motivatie van de vereniging (Evenhuis et al., 2018). Zij moeten een gezonde kantine belangrijk vinden. Hiervoor dient zowel de intrinsieke als de extrinsieke motivatie vergroot te worden (Evenhuis et al., 2018). Voor intrinsieke motivatie is eigenaarschap van belang; die kan worden gecreëerd door de betrokkenen van de sportkantine eigen-effectiviteit te laten ervaren. Dit houdt in dat de betrokkenen zichzelf in staat achten het gewenste gedrag te kunnen uitvoeren. Volgens onderzoek van Evenhuis et al. kan dit bij kantines worden bewerkstelligd door de betrokkenen zelf oplossingen te laten bedenken voor de vraag hoe de kantine gezonder gemaakt kan worden en door duidelijk aan te geven wat een gezondere kantine oplevert. Bovendien kan het ervaren dan wel proeven van gezonde producten bijdragen. Tevens is het van belang om in deze fase sleutelfiguren, zoals het verenigingsbestuur, te betrekken in het proces (Wijburg, Houtkamp, & Collé, 2016). Extrinsieke motivatie kan vergroot worden door bijvoorbeeld een financiële prikkel, zoals het verstrekken van subsidies (Evenhuis et al., 2018).

Overigens is het in stap 1 van belang de advisering stapsgewijs te laten verlopen, door kleine haalbare doelen te stellen, waardoor verenigingen succesmomenten ervaren tijdens het veranderproces. Hierdoor is de kans op weerstand binnen de vereniging kleiner en wordt draagvlak gecreëerd.

Voorbereiding (stap 2)

Indien stap 2 wordt geïdentificeerd, is het van belang om nadruk te leggen op het verwezenlijken van een sterk draagvlak (Evenhuis et al., 2018; Wijburg, Houtkamp, & Collé, 2016). Voor het ontwikkelen van draagvlak is acceptatie van de veranderingen omtrent een gezondere kantine van belang. Hierbij kunnen communicatie- en marketingtools ingezet worden die bijdragen aan informatieverstrekking over de gezondere kantine en inzichtelijk maken wat de effecten hiervan zijn. Passende strategieën en hulpmiddelen die hierbij kunnen ondersteunen zijn; informatiebijeenkomst, workshop, factsheets, nieuwsbrieven of content op de website. Tevens kan een (online) monitor of een vragenlijst worden afgenomen om te achterhalen wat de wensen en behoeften van de verenigingsleden zijn. Daarnaast is het raadzaam nieuwe producten actief te introduceren. Een mogelijkheid hiervoor is leden kennis te laten maken door middel van sampling dan wel aanprijssacties met nieuwe producten.

Actie (stap 3)

Verenigingen die zich in stap 3 bevinden hebben met name baat bij advisering om het juiste assortiment te bepalen (Evenhuis et al., 2018) en hoe deze in te kopen bij de leverancier. Hierbij zijn goede voorbeelden uit de praktijk effectief. Gedacht kan worden aan voorbeeldlijsten of een stappenplan om tot een gezondere kantine te komen en concrete informatie brochures over de Richtlijnen Gezonde Kantines. Ook het uitwisselen van ideeën en ervaringen met andere sportverenigingen kan in deze actie fase bijdragen.

Op korte termijn is de grootste winst voor Team:Fit te behalen door hulpmiddelen te ontwikkelen voor verenigingen die zich in stap 3, *actie*, bevinden. Voor deze verenigingen is certificering dichtbij, aangezien zij enkel nog de laatste stap in het veranderproces moeten maken. Naar aanleiding van de resultaten uit dit praktijkonderzoek is het wenselijk om per productgroep een voorbeeldlijst te (laten) maken met producten die voldoen aan de Richtlijnen. Ook ten aanzien van de criteria die gelden voor een gezondere uitstraling in de kantine kan een lijst met goede voorbeeldfoto's als inspiratie dienen. Deze lijsten kunnen ontwikkeld worden door gebruik te maken van succesvolle voorbeeldfoto's uit de praktijk. In samenwerking met de Team:Fit Coach van regio Noord-Holland is een eerste aanzet hiertoe gegeven (zie Bijlage 5). Het is raadzaam deze lijsten zo compleet mogelijk te maken en actueel te houden. Bovendien dienen deze lijsten aanvullend te worden voorzien van een prijsindicatie.

Via de website van Team:Fit is reeds een aantal hulpmaterialen beschikbaar voor verenigingen. Mogelijkerwijs zijn deze materialen niet bekend bij de verenigingen of voldoen (nog) niet aan de wensen. Derhalve is de Team:Fit Coach aan te bevelen om de beschikbare materialen nadrukkelijker kenbaar te maken bij advisering. Daarnaast is het gewenst om aanvullende hulpmiddelen te (laten) ontwikkelen of bestaande aan te passen. Hierbij is aan te raden om het onderzoek van Evenhuis et al. verder te verkennen. De hulpmiddelen die zijn ontwikkeld voor scholen kunnen mogelijk ook in aangepaste vorm gebruikt worden bij sportkantines. Het advies aan Team:Fit is bijgevolg om navraag te doen bij I. Evenhuis voor aanvullende informatie.

Tot slot is het bovendien noodzakelijk om verkennend onderzoek te doen bij diverse leveranciers die samenwerken met sportkantines. Doel hiervan is om dit terrein beter te verkennen en te onderzoeken waar verbeteringen in de samenwerking mogelijk zijn. Daarnaast is het waardevol om een landelijk implementatieonderzoek bij sportkantines uit te voeren, waarbij alle takken van sport én kantines in het beheer van een exploitant zijn vertegenwoordigd. Hierdoor wordt de betrouwbaarheid en validiteit van een dergelijk onderzoek vergroot en kunnen nieuwe inzichten worden gevonden, waardoor generalisatie naar de gehele onderzoeksgroep kan worden gerealiseerd.

5.4. Tot slot

Uit de resultaten van dit onderzoek is gebleken dat bij de drie leefomgevingen (school, werkvloer en sportverenigingen) naast overeenkomende ook specifieke factoren van invloed zijn op succesvolle implementatie. Indien Jongeren Op Gezond Gewicht in de toekomst ook de Richtlijnen Gezonde Kantines wil toepassen in andere omgevingen waar kinderen veel komen, zoals speeltuinen, pretparken en kinderboerderijen, is zodoende opnieuw implementatieonderzoek aan te bevelen. Op basis hiervan kan tevens voor deze omgevingen doelmatige hulpmiddelen worden ontwikkeld. Met als gevolg dat alles tezamen een aandeel levert aan het creëren van de 'Gezonde Omgeving' en het overkoepelende doel van Jongeren Op Gezond Gewicht; de prevalentie van overgewicht onder kinderen terugdringen.

Bibliografie

- Baarda, B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., Peters, V., van der Velden, T., & de Goede, M. (2015). Basisboek Kwalitatief onderzoek. In B. Baarda, E. Bakker, T. Fischer, M. Julsing, M. de Goede, V. Peters, & T. van der Velden, *Basisboek Kwalitatief onderzoek* (pp. 75-76). Houten: Noordhoff Uitgevers Groningen.
- Bartholomew, L., Parcel, G., Kok, G., Gottlieb, N., & Fernández, M. (2016). Planning health promotion programs: An intervention mapping approach. San Francisco: Jossey-Bass.
- Braet, C., Mervielde, I., & Vandereycken, W. (1997). Psychological Aspects of Childhood Obesity: A Controlled Study in a Clinical and Nonclinical Sample. *Journal of Pediatric Psychology*, 1, 59-71.
- Brug, J., van Assema, P., & Lechner, L. (2017). Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering. Assen: Koninklijke Van Gorcum BV.
- Caleyachetty, R., Thomas, N., Toulis, R., Mohammed, N., Gokhale, K., Balachandran, K., & Nirantharakumar, K. (2017). Metabolically Healthy Obese and Incident Cardiovascular Disease Events Among 3.5 Million Men and Women. *JOURNAL OF THE AMERICAN COLLEGE OF CARDIOLOGY*, 70(12), 1429–37.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2018, juli 4). *Statline*. Opgeroepen op 4 oktober 2018, van Lengte en gewicht van personen, ondergewicht en overgewicht: <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/81565NED/table?ts=1536224232885>
- Collard, D., Slot-Heijs, J., Dellas, V., & van der Poel, H. (2018). *Monitor Jongeren Op Gezond Gewicht 2017*. Mulier Instituut. Utrecht: Mulier Instituut.
- Dixon, J. B. (2010). The effect of obesity on health outcomes. *Molecular and Cellular Endocrinology*, 316, 104-108.
- Evenhuis, I., Veldhuis, L., Jacobs, S., Renders, C., Seidell, J., & Schuit-Van Raamsdonk, H. (2018). *Brengt de Kantinescan aanbod en uitstraling goed in kaart?* Opgeroepen op 2 november 2018, van https://kantine.voedingscentrum.nl/Assets/Uploads/kantine/Documents/Kantine/Onwerp_factsheet%20kantinescan_def_2018.pdf
- Evenhuis, I., Vyth, E., Veldhuis, L., Wezenbeek, N., Ploum, M., Seidell, J., & Renders, C. (2018). Implementation strategies and materials for Healthier Canteens in Dutch secondary schools. *Ongepubliceerde data*.
- Ezzati, M., & Riboli, E. (2012). Can Noncommunicable Diseases Be Prevented? Lessons from Studies of Populations and Individuals. *Science*, 6101(337), 1482-1487.
- Gallagher, E., & LeRoith, D. (2015). Obesity and Diabetes: The Increased Risk of Cancer and Cancer-Related Mortality. *Physiological Reviews*, 95(3), 727–748.
- Gezondheidsraad. (2003). *Overgewicht en obesitas*. Opgeroepen op 4 oktober 2018, van Volksgezondheidenzorg.info: <https://www.volksgezondheidenzorg.info/onderwerp/overgewicht/cijfers-context/gevolgen#node-samenhang-met-ziekten>
- Jongeren Op Gezond Gewicht. (sd). Opgeroepen op 10 oktober 2018, van Team:Fit: <https://teamfit.nl>
- Jongeren Op Gezond Gewicht. (sd). *Team:Fit gezondere sportkantine*. Opgeroepen op 10 oktober 2018, van Jongeren Op Gezond Gewicht: <https://jongerenopgezondgewicht.nl/initiatieven/teamfit-gezondere-sportkantine>

- Jongeren Op Gezond Gewicht. (sd). *Visie*. Opgeroepen op 10 oktober 2018, van Jongeren Op Gezond Gewicht: <https://jongerenopgezondgewicht.nl/visie>
- Kalmthout, J. (2015). *Gezonde sportkantine*. Utrecht: Mulier Instituut.
- Mensink, F., & Feunekes, G. (2015). *Factsheet Invloed van de fysieke omgeving op eetgedrag*. Opgeroepen op 10 oktober 2018, van <https://mobiel.voedingscentrum.nl/Assets/Uploads/voedingscentrum/Documents/Professionals/Pers/Factsheets/Factsheet%20Invloed%20van%20de%20omgeving%20op%20fysieke%20eetgedrag.pdf>
- Mensink, F., Schwinghammer, S., & Smeets, A. (2012). The Healthy School Canteen Programme: A Promising Intervention to Make the School Food Environment Healthier. *Journal of Environmental and Public Health. Journal of Environmental and Public Health*.
- Park, M., Falconer, C., Viner, R., & Kinra, S. (2012). The impact of childhood obesity on morbidity and mortality in adulthood: a systematic review. *Obesity reviews*, 13(11), 985-1000.
- Raats, L. (2017). *Handleiding Focusgroepen*. Opgeroepen op 2 september 2018, van Participatiekompas: <https://www.participatiekompas.nl/sites/default/files/Handleiding%20Focusgroepen%202017%20nov.pdf>
- Storm, I., Nijboer, C., Wendel-Vos, G., Visscher, T., & Schuit, A. (2006). *Een gezonde omgeving ter preventie van gewichtsstijging: nationale en lokale mogelijkheden*. Bilthoven: RIVM.
- Swanborn, P. (1993). *Methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek*. Amsterdam: Boom.
- Swinburn, B., & Egger, G. (2002). Preventive strategies against weight gain and obesity. *Obesity Reviews*, 3(4), 289-301.
- Team:Fit. (sd). Opgeroepen op 14 oktober 2018, van Team:Fit: <https://teamfit.nl/>
- Team:Fit. (sd). *Onze experts*. Opgeroepen op 14 oktober 2018, van Team:Fit: <https://teamfit.nl/over-team-fit#onze-experts>
- Twig, G., Afek, A., Derazne, E., Tzur, D., Cukierman-Yaffe, T., Gerstein, H., & Tirosh, A. (2014). Diabetes Risk Among Overweight and Obese Metabolically Healthy Young Adults. *Diabetes Care*, 37, 2989–2995.
- Van Kalmthout, J. (2015). *Gezonde sportkantine Meting 2014*. Utrecht: Mulier Instituut.
- van Koperen, M., & Seidell, J. (2010). Overgewichtpreventie, een lokale aanpak naar frans voorbeeld. *Praktische Pediatrie*, 2, 10-14.
- Veldhuis, L.; Mensink, F.; Wolvers, D. (2017, April). *Richtlijnen Gezondere Kantines Factsheet*. Opgeroepen op 10 oktober 2018, van Voedingscentrum: https://issuu.com/voedingscentrum/docs/factsheet_richtlijnen_gezondere_kan/1?ff&e=1222161/30844041
- Velema, E., Vyth, E. L., Hoekstra, T., & Steenhuis, I. H. (2018). Nudging and social marketing techniques encourage employees to make healthier food choices: a randomized controlled trial in 30 worksite cafeterias in The Netherlands. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 2(107), 236–246.
- Verhoeven, N. (2016). *Wat is onderzoek?: Praktijkboek voor methoden en technieken*. Amsterdam: Boom.

Voedingscentrum. (sd). *Check je kantine met de Kantinescan*. Opgeroepen op 10 oktober 2018, van Voedingscentrum: <https://kantine.voedingscentrum.nl/nl/aan-de-slag/aan-de-slag/check-je-kantine-met-de-kantinescan-kantinescan.aspx>

Wijburg, F., Houtkamp, A., & Collé, L. (2016). *Sociale marketing*. Zwolle: Zwolle Gezonde Stad.

Zeinstra, G., Timmers, M., & van der Velden, N. (2014). *Inventarisatie van veranderingen in schoolkantes na bezoek en advies van de Schoolkantine Brigade*. Berg en Dal: iResearch.

Zeinstra, G., Timmers, M., & van der Velden, N. (2015). *Evaluatie van het programma De Gezonde Schoolkantine en het werk van de Schoolkantine Brigade*. Berg en Dal: iResearch.

Bijlagen

Bijlage 1 Focusgroep handboek

Welkom

Heet iedereen welkom, bedank de groepsleden voor hun komst. Stel jezelf voor.

Introductie van het onderwerp

Uitleg over het onderzoek en welke onderwerpen aan orde komen in de bijeenkomst. Leg uit dat de groep vandaag bijeen is om te discussiëren over het onderwerp en dat iedereen vrij is om te zeggen wat hij/zij wil.

Regels van een focusgroep

- Verzoek de groepsleden niet door elkaar te praten.
- Vraag toestemming om het gesprek op te nemen.
- Uitleggen dat informatie strikt vertrouwelijk is en aangeven dat je geïnteresseerd bent in positief en negatief commentaar.
- Geef aan dat deelnemers niet met elkaar eens hoeven te worden.
- Vraag respect te tonen voor elkaars mening.
- Geef aan hoe lang de bijeenkomst duurt.

Aandachtspunten voor de gespreksleider

- Knikken en andere non-verbale uitingen van instemming of ontkenning zo veel mogelijk vermijden.
- Geen commentaar van afkeuring of goedkeuring geven.
- Geen persoonlijke mening geven.

Openingsvraag (Deze vraag door alle deelnemers laten beantwoorden)

Hoe omschrijven jullie (in 1 zin) het begeleidingsproces van de aangesloten sportkantines richting een certificaat?

Introductievragen

Waar lopen jullie het meeste tegenaan bij begeleiding van de aangesloten sportkantines?
Welke barrières signaleren jullie bij de aangesloten sportkantines?

Transitievragen

Welke factoren zijn van invloed op het begeleidingsproces?
Welke factoren zijn van invloed op de aanwezige barrières?
Wat is de invloed van de Team:Fit Coaches?

Sleutelvragen

Wat zijn mogelijk oplossingen om het begeleidingsproces richting een certificaat te ondersteunen?
Wat zijn mogelijke oplossingen om aanwezige barrières bij de sportkantines te doorbreken?

Eindvraag

Welke vragen zijn volgens jullie goed om beantwoord te krijgen door de aangesloten sportkantines?

Direct na de bijeenkomst

- Zo snel mogelijk na de bijeenkomst een korte samenvatting maken van de belangrijkste punten.
- Controleren of het gesprek goed is opgenomen.

Bijlage 2 Codering Focusgroep

Hoofdthema	Subthema
Belemmerende factoren	Gebrek aan kennis Geen idee Geen bereidheid Eerste stappen spannend Omzet Angst Wisseling personeel Houdbaarheid Verdeeldheid Duurt lang Weerstand leden Vrijwilligers Ervaring uit verleden 1 kans Eigen motivatie Communicatie Verkrijgbaarheid producten Te duur Categorie los boord Categorie maaltijden Reclame Complexe RGK zoektocht andere situatie (schoolkantines)
Bevorderende factoren	Steun en toeverlaat Borging Start Stapsgewijze begeleiding Cruciale schakel Veel contact Inzet Duidelijkheid RGK Voorbeelden Ambitie in kaart Concreet Trots Verleiden tot aankoop Gevoel van club Makkelijk maken
Oplossingen	Duidelijkheid RGK Kleine stappen Praktisch Goede start

	Inventarisatie situatie Succes laten ervaren Marketing tools Communicatie tool Moment van introductie Sligro Voorbeelden Aparte criteria Eigen richtlijnen Anders nog iets lekkers Motiveren Gezamenlijk doel
--	--

Bijlage 3 Topiclijst

Voorafgaand aan start interview:

- De interviewer stelt zichzelf voor.
- Korte uitleg over het doel van het onderzoek en interview.
Hierbij is het van belang dat de interviewer aangeeft geïnteresseerd te zijn in de mening en ideeën van de geïnterviewde. Dit dient centraal te staan tijdens het interview, zodat de geïnterviewde niet het idee heeft dat zijn of haar kennis wordt getoetst.
- De geïnterviewde wordt op de hoogte gesteld van de gemiddelde duur (30 min) van het interview.
- Er wordt uitgelegd wat er met informatie van het interview wordt gedaan.
- Er wordt toestemming gevraagd om het interview op te nemen.

De onderstaande topiclijst dient als ondersteuning tijdens het interview. De volgorde van de vragen is niet relevant en kunnen gedurende het interview op verschillende momenten worden ingezet.

Topic	Functie	Interviewvragen
Team:Fit	Wat is de ervaring met TF?	Sinds wanneer bent u aangesloten bij TF? Waarom bent u aangesloten bij TF? Wat zijn uw ervaringen met TF tot nu toe?
Gezonder aanbod	Hoe is de attitude ten opzichte van een gezonder aanbod?	Wat heeft u al gedaan om tot een gezonder aanbod te komen? Hoe verloopt het proces naar een gezonder aanbod? Wat vindt u lastig?
Richtlijnen Voedingscentrum	Hoe worden de basisregels ervaren? Hoe worden stappen gemaakt?	Hoe bekend bent u inmiddels met de basisregels? Hoe kijkt u tegen de basisregels aan? Welke stappen worden er gemaakt om te voldoen aan de basisregels? Wat vindt u lastig?
Certificaat	Hoe wordt dit doel ervaren? Wat is de wens?	Wat vindt u van het doel om een certificaat te behalen? Hoe kijkt u aan tegen het behalen van een certificaat? Wat zijn uw wensen daarin? Welke factoren zijn hierop van invloed?
Barrières	Worden er barrières ervaren?	Welke barrières bent u tegen gekomen om aan de basisregels te voldoen? Welke factoren zijn hierop van invloed?
Behoeften	Wat wil de sportkantine?	Wat wil de sportkantine bereiken? Waarom lukt dit (nog) niet? Welke (andere) behoefte heeft u van de Team:Fit Coach?
Handvatten	Wat is er nodig?	Wat heeft u nodig om aan de basisregels te kunnen voldoen? Welke hulpmiddelen zouden hierin kunnen ondersteunen?

Bijlage 4 Codering interviews

Hoofdthema's	Subthema's
Motivatie	Gezonde voeding is belangrijk Kinderen eten te veel suiker Goud Sportbond Behoeftte vereniging
Ervaringen	Groothandel Richtlijnen Gezonde Kantines Bestuur Uitstraling alcohol Duurt lang/grote tijdsinvestering Stap voor stap Groothandel Positieve reacties leden Pilot voor de bond Team:Fit Coach Kantinescan Aantrekkelijk assortiment Betrokkenheid Draagvlak Nieuwe producten/assortiment Wennen Betere keuze Weerstand Bewustwording Communicatie Houdbaarheid Omzet Lastige criteria Financieel
Factoren van invloed	Beperkt open Verschillende meningen Angst voor verandering Verdeeldheid Kantinecultuur Gewoonte Groothandel Richtlijnen Gezonde Kantines Omzet Leeftijd Geen visie Behoeftte leden Bewuste bezoekers Geen frituur Start situatie Angst Gedrevenheid In dienst/eigenaar Houdbaarheid

	Tijdsinvestering Behapbaar Complexe richtlijnen Uitvoeringskracht Bestuur
Oplossingen	Gezamenlijke inkoop Praktijk voorbeelden/foto's Sportbonden Sample Verhaal/gedachten uitleggen Leden informeren Nieuwe producten introduceren Productlijst met prijsindicatie Promotie/acties Bewustwording creëren Stap voor stap Makkelijk verkrijgbare producten Huidige situatie in kaart brengen Clubmonitor Grote verenigingen als koploper

Bijlage 5 Voorbeeldlijsten

Op weg naar brons, zilver en goud!

TEAM:FIT

Voorbeelden van gezondere sportkantines

Een gezondere sportkantine, wat is dat eigenlijk? Van alleen wortels en water kan een sportkantine niet rondkomen, en gelukkig is dat ook niet nodig! Bier en bitterballen mogen blijven; het gaat in eerste instantie om bieden van een keuze en het verleiden tot een gezondere keuze. Dus wat pas je dan aan? Hieronder vind je voorbeelden van hoe andere sportkantines dat doen. Niet alles hoeft je toe te passen. De Team:Fit coach denkt graag mee met wat wenselijk en haalbaar is bij jou op de club!



Op de opvallende plaatsen, zoals op de bar, worden 'betere keuzes' aangeboden. Betere keuzes zijn gezonde of – in vergelijking met wat er nu vaak wordt aangeboden – gezondere producten. Voorbeelden zijn water, thee(zakjes), fruit, popcorn of bruine broodjes.



In de bovenste helft van de koelkast (indien zichtbaar vanaf de bar) vind je vooral betere keuzes: water, maar ook dranken met minder suiker zoals O2, lipton ice tea, cola light, sprite, bhoost en alcoholvrij bier zijn enkele voorbeelden. De dranken die veel suiker bevatten staan onderaan in de koelkast. Zo vallen ze minder op en 'verleid' je klanten eerder tot het kopen van een betere keuze.

Op weg naar brons, zilver en goud!

TEAM:FIT



Er zijn veel kant-en-klare, houdbare snacks te verkrijgen die een betere keuze zijn in vergelijking met wat nu vaak wordt aangeboden (zoals grote zakken snoepen en candybars). Betere keuze snacks zijn kleinere porties snacks, van max. 110 kcal.



Bij (aan)prijsacties worden alleen betere keuzes aangeboden. 'Vandaag vers' en 'op=op' doen het altijd goed. Zet een bord al buiten je kantine neer, zodat iedereen weet dat er binnen wat lekkers (en gezonds) te halen valt. In veel kantines kopen mensen nu niets omdat er niets gezonds te verkrijgen is.



Maak de betere keuzes opvallend, bijvoorbeeld door deze extra groot op te schrijven.



Om deze prullenbak met reclame uiting is een neutrale afbeelding van gras geplakt. Zo wordt je niet direct verleid tot ongezonde aankopen.



Hiernaast zie je een automaat met een neutrale uitstraling: er staan geen merknamen of afbeeldingen op. Deze automaat is voor 80% gevuld met betere keuzes en de betere keuzes staan bovenaan.

BEFORE



AFTER



Zie hier een 'before' en 'after' van een uitgestald aanbod op de bar.

BEFORE



AFTER



Hier wederom een 'before' en 'after' van een uitgestald aanbod op de bar. Het uitgestald aanbod is gereduceerd en beperkt zich nu tot 1 etagère i.p.v. 3. De producten die er liggen zijn betere keuzes met minder suiker/kcal en/of kleinere porties t.o.v. van eerst.

Wil jij ook met jouw kantine aan de slag? Advies vanuit Team:Fit is voor verenigingen en sportaccommodaties geheel kosteloos. Neem contact op:

, Team:Fit Coach

T: 06-

E: _____@teamfit.nl

Voorbeelden van hartige snacks van max. 110 kcal of uit de Sv5

Gezondere hartige snacks aan je assortiment toevoegen: hoe hebben andere sportkantines dat gedaan?!

In dit document vind je daar voorbeelden van. Let goed op de portiegrootte, want van veel snacks zijn ook grotere porties verkrijgbaar, maar die bevatten dan te veel kcal. In de 'Inspiratielijst' en de 'Overgangsfaselijst' van het Voedingscentrum vind je meer informatie en nog meer voorbeelden.

	'Nuts about Nature' smaken amandelen, cashewnoten of pinda's, zakje van 25 gram (let op: niet de zakjes van 50 gram!) Zijn ook met de criteria van 2020 een betere keuze.
	'Jumbo klein handje vol amandelen/cashewnoten/walnoten ongebrand', zakje 25 gram. Zijn ook met de criteria van 2020 een betere keuze.
	Jimmy's zoute popcorn (de blauwe) zakjes zijn een betere keuzes hartige snack. De zoete (roze) zakjes zijn een betere keuze zoete snack.
	Food2Smile popcorn. Is ook met de criteria van 2020 een betere keuze.
	Kleine zakjes Nibb'it, Lays Wokkels en Hamka's van 20-22 gram

Op weg naar brons, zilver en goud!

TEAM:FIT

	Popchips, diverse smaken, 1 zakje van 23 g
	ProperCorn, diverse smaken, zakje 20-30 g
	Bazqet popcorn Cheese & Sea Salt, zakje 22 g

De 'Inspiratielijst' en de 'Overgangsfaselijst' van het Voedingscentrum vind je hier:
<https://kantine.voedingscentrum.nl/nl/aan-de-slag/aan-de-slag/gezonder-aanbod-kiezen.aspx#inspiratielijst>

Kijk voor andere handige materialen op: <https://teamfit.nl/handige-materialen>

Heb je nog vragen? Neem contact op:

Team:Fit Coach

T: 06-

E:

teamfit@voedingscentrum.nl