



Behoefteteonderzoek onder ouders voor een gezonde leefomgeving voor jongeren



gezonde jeugd
gezonde toekomst

9-10-2024

Inhoud

<u>Achtergrond</u>	3
<u>Methode en opzet</u>	4
<u>Conclusies</u>	5
<u>Resultaten</u>	6
<u>Bijlagen</u>	19



Achtergrond

In opdracht van JOGG heeft Motivaction International bv een onderzoek uitgevoerd naar de behoefte van ouders aan een gezonde leefomgeving voor kinderen en/of jongvolwassenen.

Situatie

JOGG wil dat alle kinderen en jongeren in Nederland opgroeien in een gezonde leefomgeving met aandacht voor gezonde voeding, voldoende beweging, ontspanning en slaap. JOGG zet zich al vanaf 2011 in voor een gezonde samenleving. De aanpak die zij hanteert richt zich op het creëren van een maatschappij waarin gezond kunnen leven voor elk kind het uitgangspunt is. Een samenleving waarin het makkelijk is om gezonde keuzes te maken, omdat de omgeving ertoe uitnodigt en het gezonde aanbod er (in overvloed) is.

Doelstelling

We formuleren de doelstelling van dit onderzoek als volgt:

Cijfermatig inzicht krijgen in de huidige beleving onder ouders van de leefomgeving van kinderen en/of jongvolwassenen en de behoefte van ouders aan een gezonde(re) leefomgeving voor kinderen en/of jongvolwassenen.



Methode en opzet



Steekproef

De doelgroep is Nederlandse ouders van kinderen tot en met 17 jaar oud. De steekproef bestaat uit 1.063 respondenten.

Steekproefbron

Motivaction beschikt over een online panel van 75.000 consumenten (www.StemPunt.nl). Van deze respondenten zijn veel achtergrondgegevens, waaronder leeftijd en gezinssamenstelling, bekend en is het mogelijk om een representatieve steekproef te trekken.

Vragenlijst, dataverzameling en veldwerkperiode

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een online vragenlijst van 12 vragen. Deze is in samenwerking met JOGG opgesteld. Het veldwerk is uitgevoerd in de periode van 9 tot en met 18 september 2024.

Weging

Voor een representatieve weergave van de Nederlandse bevolking is de onderzoeksdata gewogen naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.

Leeswijzer

- We rapporteren de resultaten op totaalniveau. Relevante significante verschillen tussen subgroepen benoemen
- Relevante significante verschillen tussen ouders met kinderen van verschillende leeftijden benoemen we.
- Cijfers die *significant hoger* zijn dan de andere groep(en) zijn **groen** weergegeven.
- Cijfers die *significant lager* zijn dan de andere groep(en) zijn **rood** weergegeven.
- Met dit icoontje onder elke pagina kun je terugkeren naar de inhoudsopgave: 
- In enkele grafieken tellen de percentages niet op tot honderd procent. In dit geval gaat het om (kleine) afrondingsverschillen. In verband met leesbaarheid worden in bepaalde grafieken percentages van 3% of kleiner niet getoond.

Conclusies

Belang gezondere leefomgeving

Acht op de tien ouders (81%) vinden het belangrijk dat de leefomgeving van hun kinderen gezonder wordt. Ouders die het niet belangrijk vinden (17%) geven aan dat de leefomgeving al gezond genoeg is (17%).

Verantwoordelijkheid

Zeven op de tien ouders (71%) vinden dat zij zelf de meeste verantwoordelijkheid dragen voor het creëren van een gezonde leefomgeving voor hun kinderen. Daarna wijzen ouders naar de gemeente (45%) en de overheid (39%) als meest verantwoordelijke instanties. Eén op de vijf vindt de voedingsindustrie het meest verantwoordelijk (19%).

Slaap en gezonde gewoontes

Het verantwoordelijkheidsgevoel zien we ook terug in de manier waarop ouders omgaan met verschillende gezondheidsaspecten voor hun kind. Een ruime meerderheid van de ouders is (zeer) actief bezig met de gezondheid van hun kinderen. Bijna alle ouders (95%) zijn actief bezig met ervoor zorgen dat hun kind voldoende slaap krijgen. Ook zet 94% zich actief in voor gezonde voeding en stimuleert 82% sporten of bewegen bij hun kinderen.

Schermtijd

Als het gaat om gezonde gewoontes valt het op dat ouders minder actief zijn op het gebied van schermtijd. In tegenstelling tot andere gezondheidsaspecten houdt een veel kleiner deel van de ouders (71%) zich (zeer) actief bezig met het beperken van de schermtijd van hun kinderen, een kwart (25%) is hier niet actief mee bezig. Wel zien we een verdeling tussen ouders met jonge en oudere kinderen. Ouders met kinderen jonger dan 12 zijn vaker actief bezig met het beperken van schermtijd (29%) dan ouders met oudere kinderen (16%).

Invloed van sociale media

Ouders beoordelen sociale media als een (zeer) ongezonde plek voor hun kinderen. Bijna zeven op de tien ouders (68%) beschouwt sociale media als een ongezonde omgeving voor hun kinderen en twee op de drie ouders (66%) zijn (zeer) bezorgd over de invloed van sociale media op het mentale welzijn van hun kinderen. Ook als het gaat om de promotie van ongezonde producten (59%) maken ouders zich zorgen over de invloed influencers.

Leefomgeving

Negen op de tien ouders (89%) vindt het belangrijk dat er voldoende buitenspeelruimte is, en acht op de tien (82%) hecht waarde aan speeltoestellen in de buurt. Ongeveer de helft (56%) wil minder plekken rond scholen waar ongezond eten wordt verkocht. Vier op de tien ouders (44%) vindt dat er in winkelstraten te weinig gezonde eetopties zijn voor kinderen, en één op de vijf (22%) koopt spontaan ongezond eten tijdens het winkelen met hun kinderen.

Gezonde voeding

Ouders vinden het belangrijk dat er gezond eten beschikbaar is bij sportevenementen (70%), in attractieparken (63%) en via gratis watertappunten (57%), en zijn ook vaak ontevreden over de daadwerkelijke beschikbaarheid van gezond voedsel op deze locaties. 40% geeft attractieparken een onvoldoende als het gaat om de beschikbaarheid van gezond eten, en 38% is ontevreden over de aanwezigheid van voldoende gratis watertappunten.



Bron: JOGG-aanpak draagt bij aan een gezondere leefomgeving voor kinderen — JOGG

Resultaten

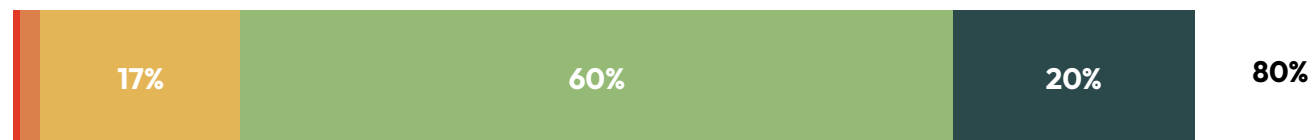


Acht op de tien ouders vinden het belangrijk dat de leefomgeving van hun kinderen gezonder wordt.

Hoe belangrijk of onbelangrijk vind jij het dat de leefomgeving van jouw kinderen gezonder wordt?

(Basis - allen, n=1.063)

% belangrijk +
zeer belangrijk



■ Zeer onbelangrijk ■ Onbelangrijk ■ Niet belangrijk, niet onbelangrijk ■ Belangrijk ■ Zeer belangrijk

(zeer) onbelangrijk

“

Vind het al gezond genoeg.

“

Kinderen moeten ook een beetje hun eigen weg vinden.

Niet belangrijk, niet onbelangrijk

“

Het is goed zoals het nu is.

“

De leefomgeving bepaalt niet de gezondheid van je kinderen. Dat bepaal je zelf door bijvoorbeeld eten/drinken mee te nemen.

(zeer) belangrijk

“

De leefomgeving bepaalt de gezondheid van een kind, zowel fysiek als mentaal.

“

Omdat hoe gezonder de kinderen hoe gelukkiger de kinderen.



Zeven op de tien ouders vinden zichzelf het meest verantwoordelijk voor de leefomgeving van hun kinderen. Bijna de helft vindt de gemeente verantwoordelijk en vier op de tien de overheid.

Wie is volgens jou het meest verantwoordelijk voor het creëren van een gezonde leefomgeving voor je kind(eren)?
(Basis - allen, n=1.063)



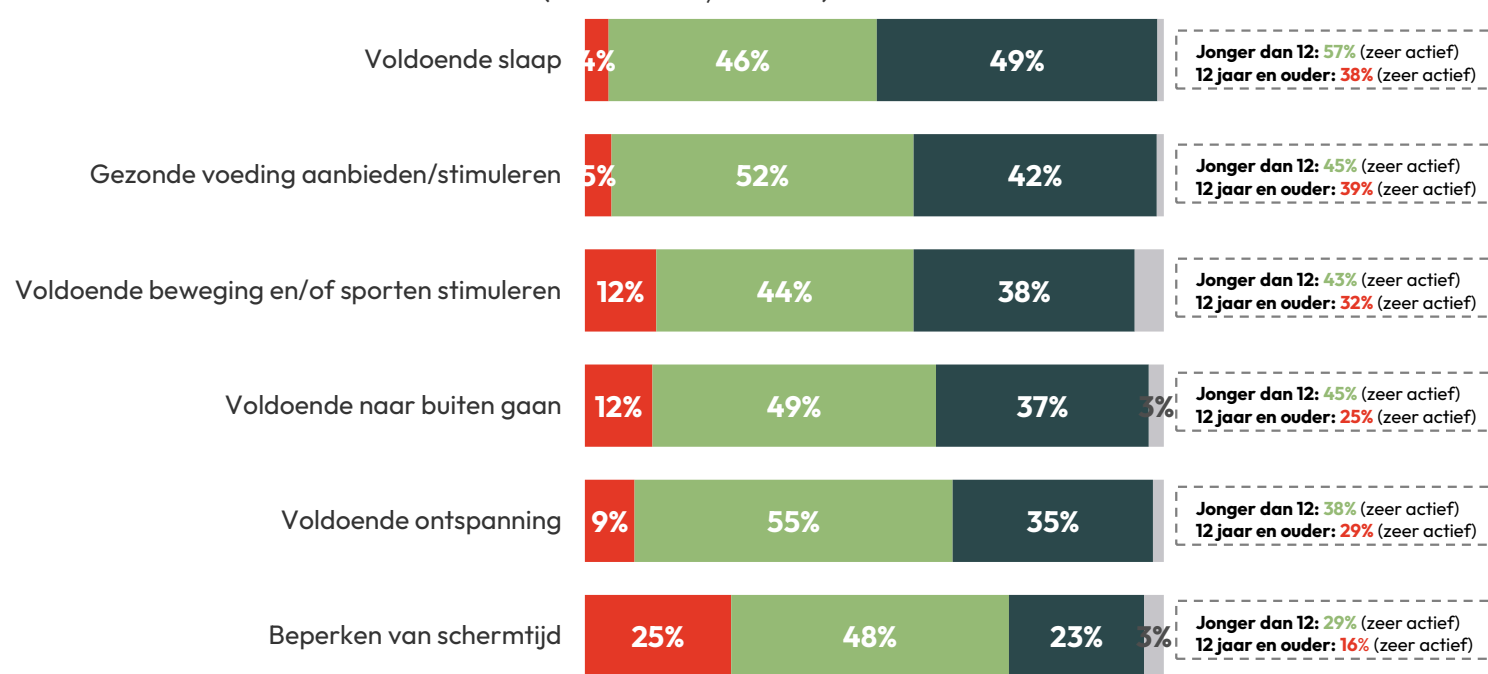
Respondenten konden meerdere (maximaal 3) antwoorden geven. Daardoor tellen de percentages niet op tot 100%.



De meeste ouders zijn (zeer) actief bezig met de gezondheid van hun kinderen; Meesten actief bezig met of hun kind voldoende slaap krijgt, gezonde voeding eet en voldoende beweegt.

In hoeverre ben jij bezig met de gezondheid van jouw kind(eren) op de volgende gebieden?

(Basis - allen, n=1.063)



Ouders met kinderen onder de 12 zijn op alle vlakken vaker zeer actief bezig met de gezondheid van hun kinderen dan ouders met kinderen van 12 jaar en ouder.

Percentages in het groen zijn significant hoger dan de andere groep.
Percentages in het rood zijn significant lager dan de andere groep.

■ Hier ben ik niet actief mee bezig
 ■ Hier ben ik redelijk actief mee bezig
■ Hier ben ik zeer actief mee bezig
 ■ Nog niet / niet meer van toepassing

Bloemlezing van wat een gezonde leefomgeving betekent voor ouders.

Wat betekent 'een gezonde leefomgeving' voor jou?

(Basis - allen, n=1.063)

Groen / Natuur in de buurt

“ Een omgeving zonder schadelijke stoffen en met toegang tot veel groen.

“ Veel groen, weinig auto's, niet dicht langs drukke weg of industrie, rustig.

“ Een groene omgeving met weinig tot geen vervuiling.

Ruimte voor beweging

“ Zorgen voor voldoende ontspanning en inspanning.

“ Dat je veel opties hebt om te bewegen en te sporten.

“ Mogelijkheden om te bewegen en gezond te eten.

Gezonde voeding

“ Ondersteund door gezonde voeding zonder veel snoep.

“ Het aanbieden van genoeg groente en fruit en het beperken van snoep/chips/etc.

Veiligheid

“ Een veilige plek waar kinderen kunnen spelen.

“ Veilige woonomgeving zonder industrie en vervuilende bedrijven.

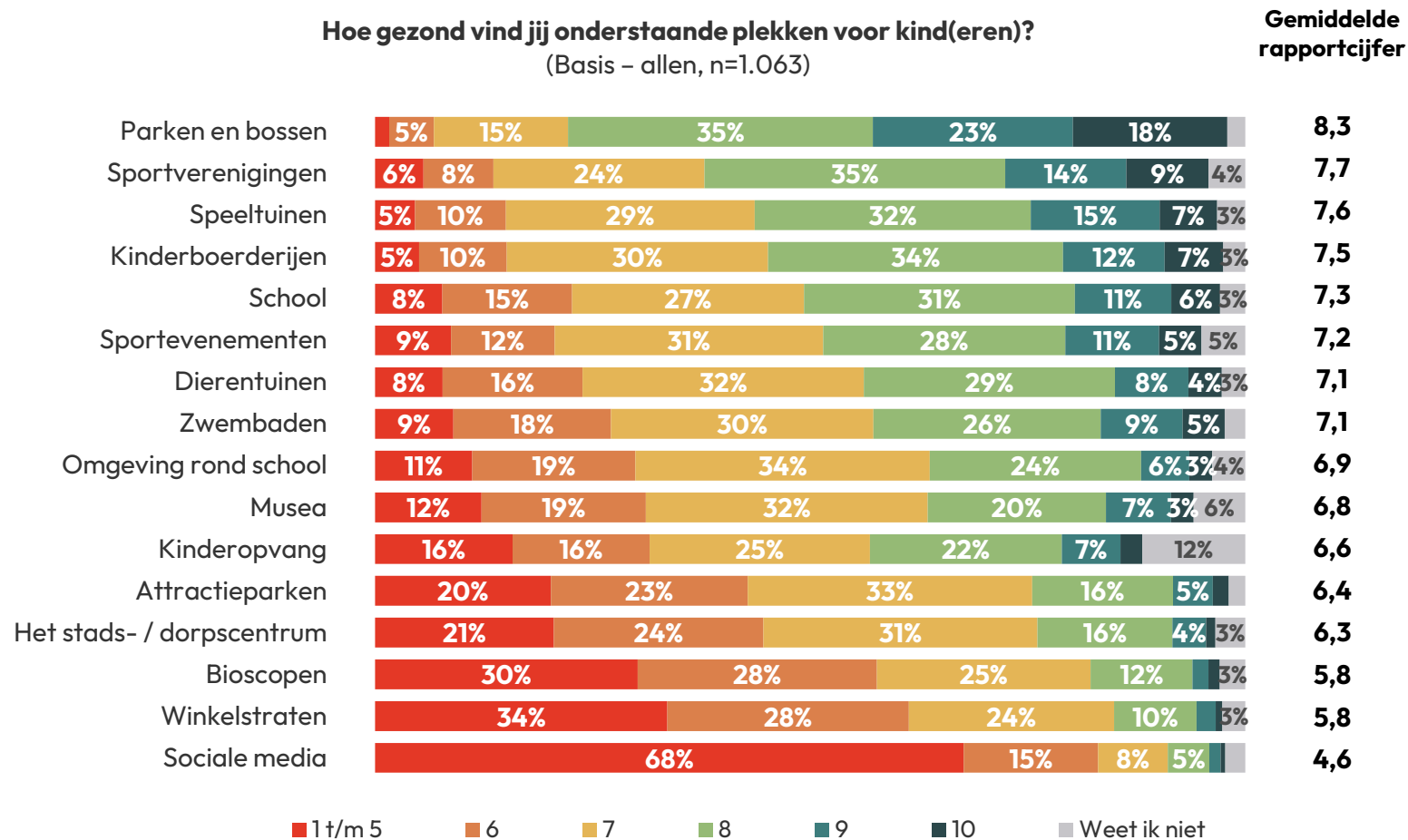
Schone lucht

“ Schone lucht, vrij buiten kunnen spelen.

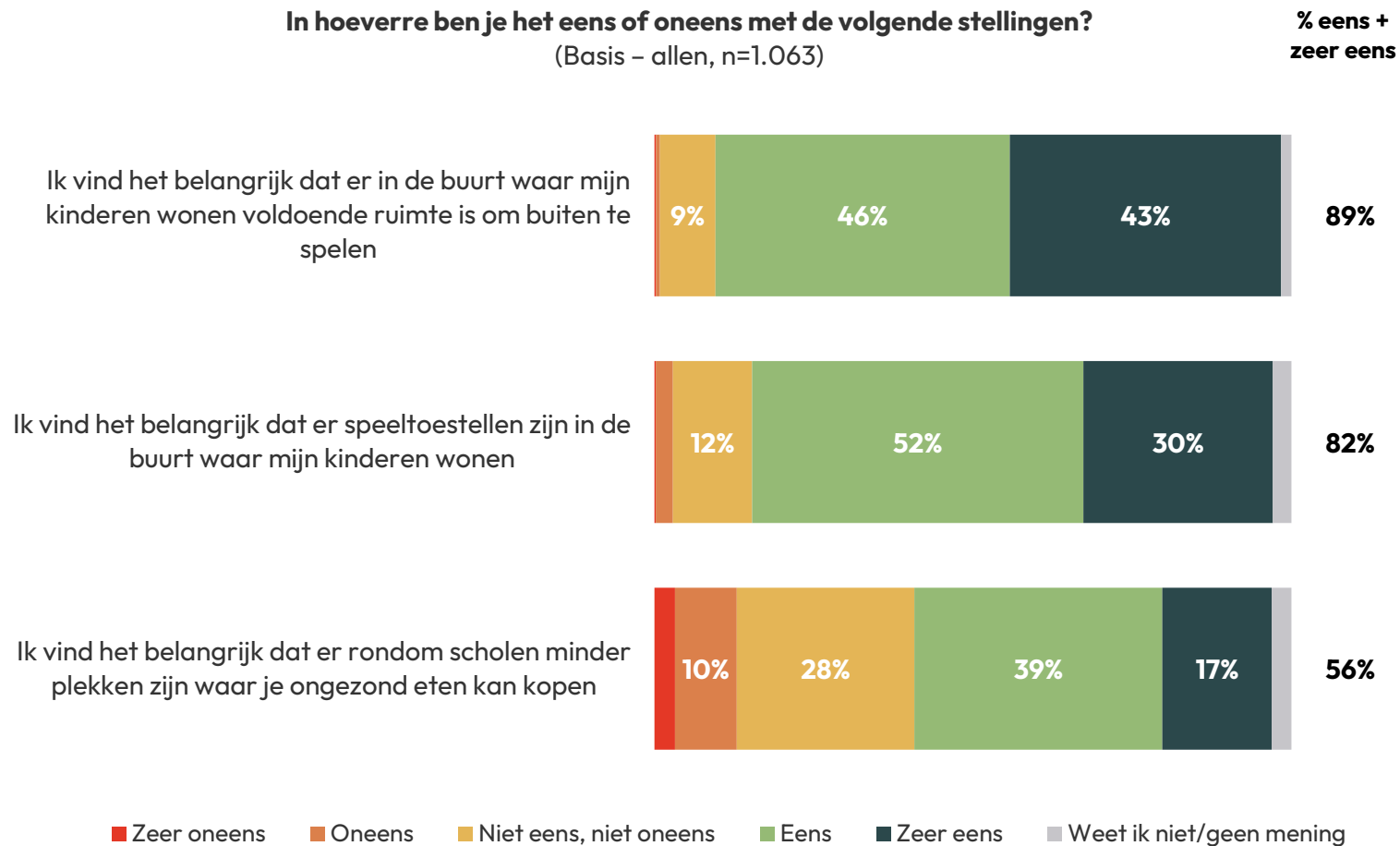
“ Gezonde lucht, ruimte. Omgeving waar je tot rust kunt komen en veilig bent.

“ Geen sigarettengeur in huis van burens, lopend naar school, elke dag fruit eten.

Zeven op de tien ouders vinden social media (zeer) ongezond voor kinderen.



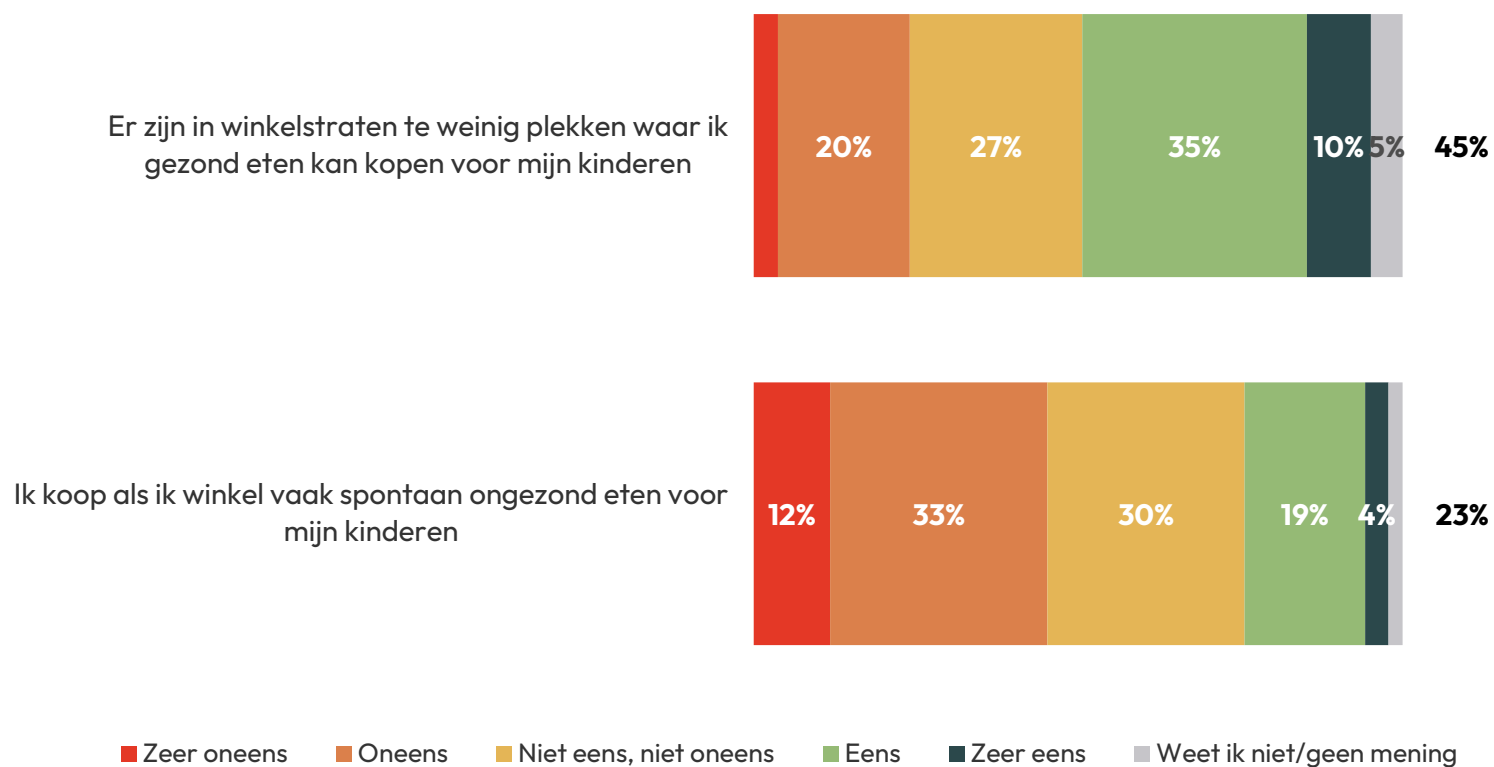
Grote meerderheid van de ouders vindt ruimte om buiten te spelen en speeltoestellen belangrijk.



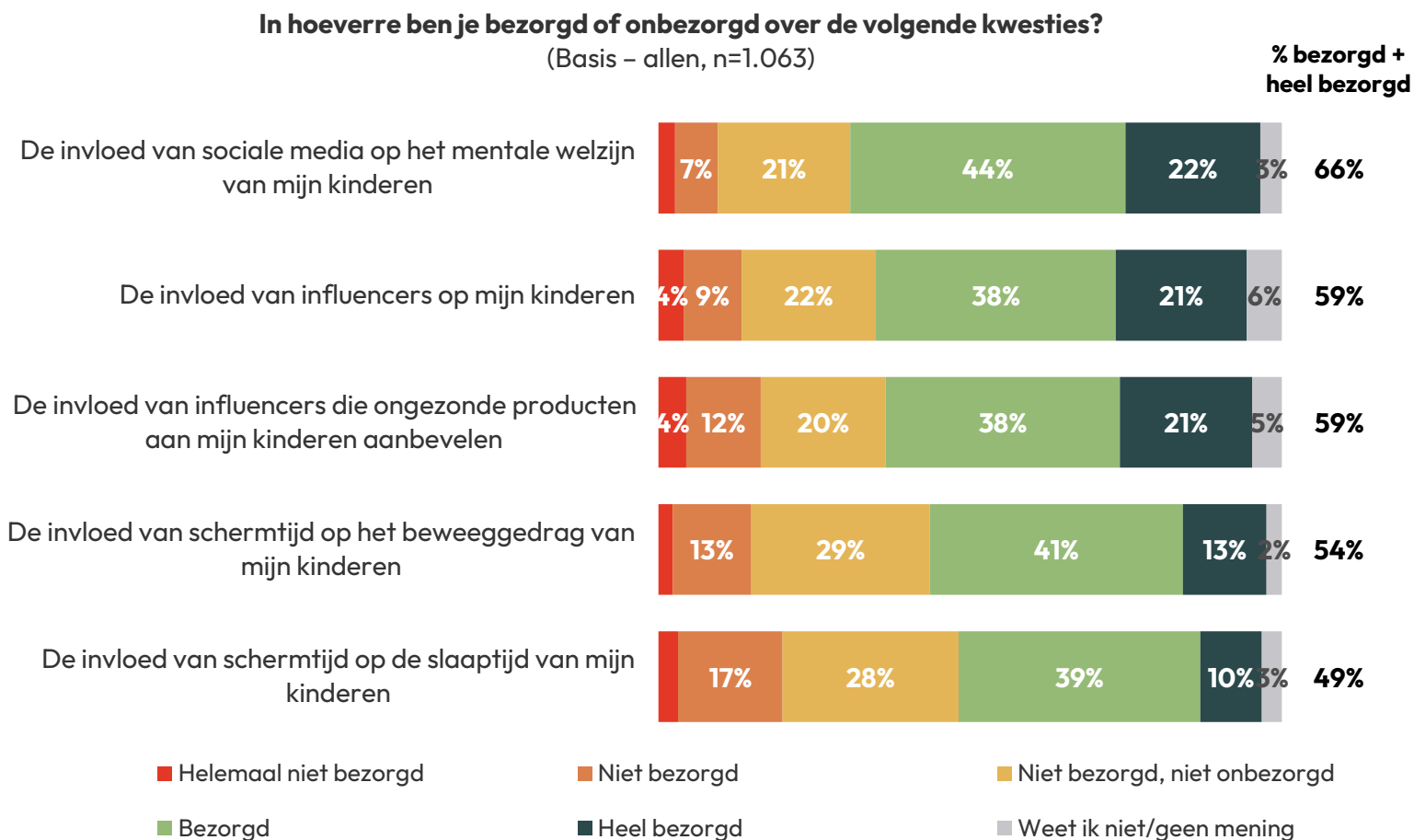
Bijna de helft van de ouders vindt dat er in winkelstraten te weinig plekken zijn waar ze gezond eten kunnen kopen voor hun kinderen.

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?
(Basis – allen, n=1.063)

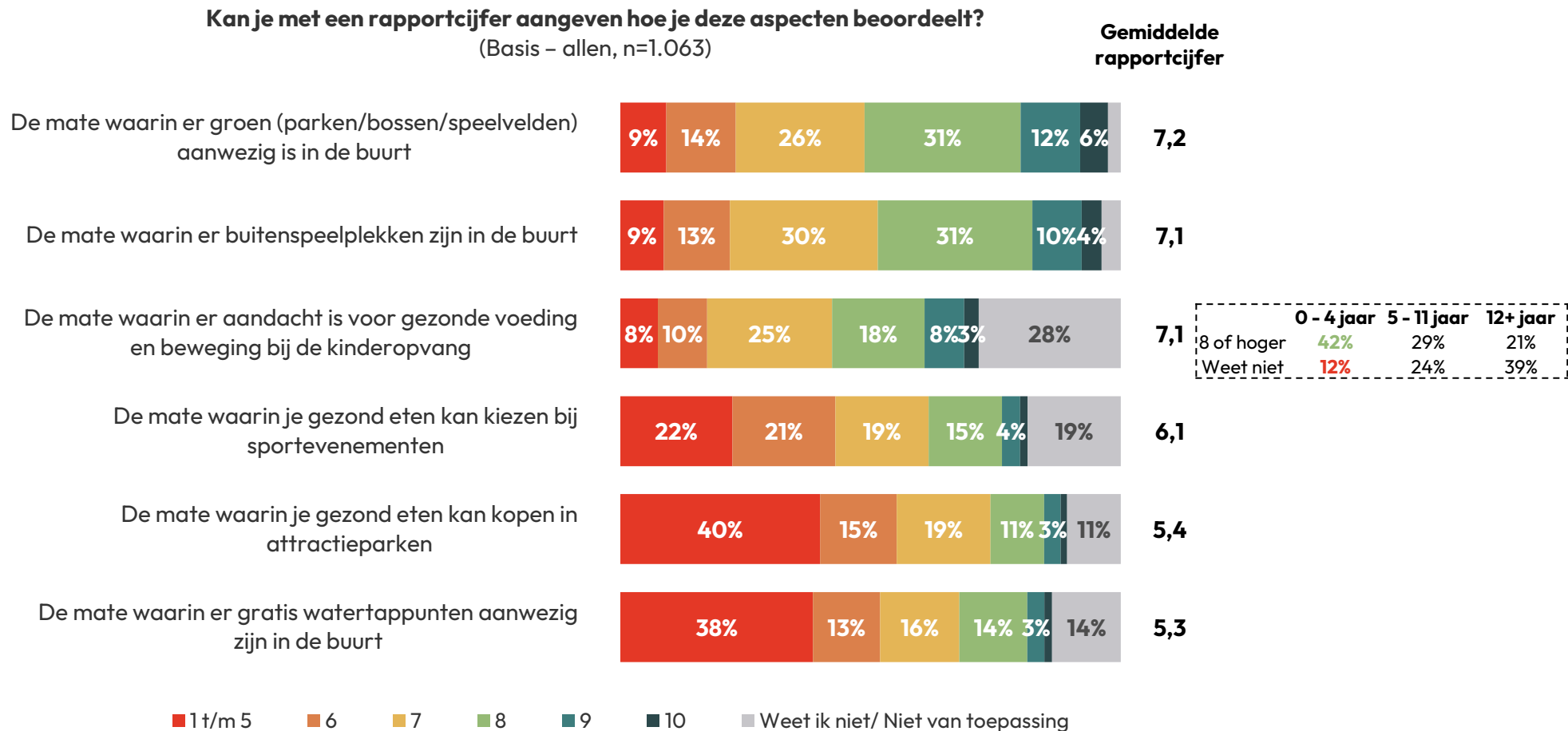
% eens +
zeer eens



De helft van de ouders is (heel) bezorgd over de invloed van schermtijd op het beweeggedrag en op de slaaptijd van hun kinderen.



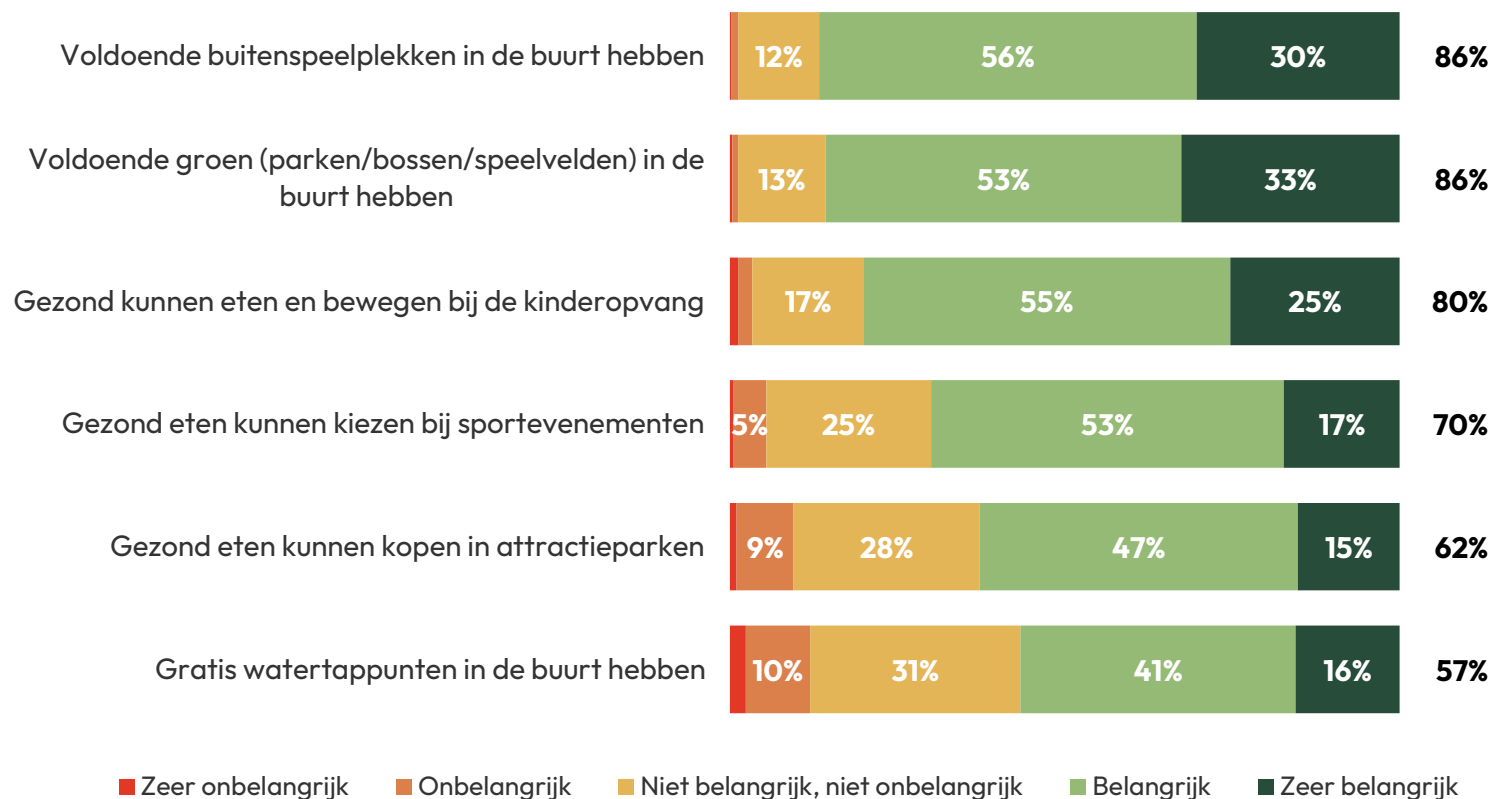
Bijna de helft van de ouders van kinderen tot 4 is positief over de mate waarin er aandacht is voor gezonde voeding en beweging bij de kinderopvang.



Ruime meerderheid vindt het belangrijk dat het mogelijk is om gezond eten te kunnen kiezen bij sportevenementen, gezond eten te kunnen kopen in attractieparken en om gratis watertappunten in de buurt zijn te hebben.

En hoe belangrijk of onbelangrijk vind jij het dat jouw kind(eren)....?
(Basis – allen, n=1.063)

% belangrijk +
zeer belangrijk



Voldoende groen, mate van buitenspeelplekken en gezonde kinderopvang belangrijk voor ouders en worden beter dan gemiddeld beoordeeld.

Leeswijzer

Het actiediagram toont het belang en de beoordeling van elk aspect. De grijze lijnen geven het gemiddelde weer en vormen vier kwadranten:

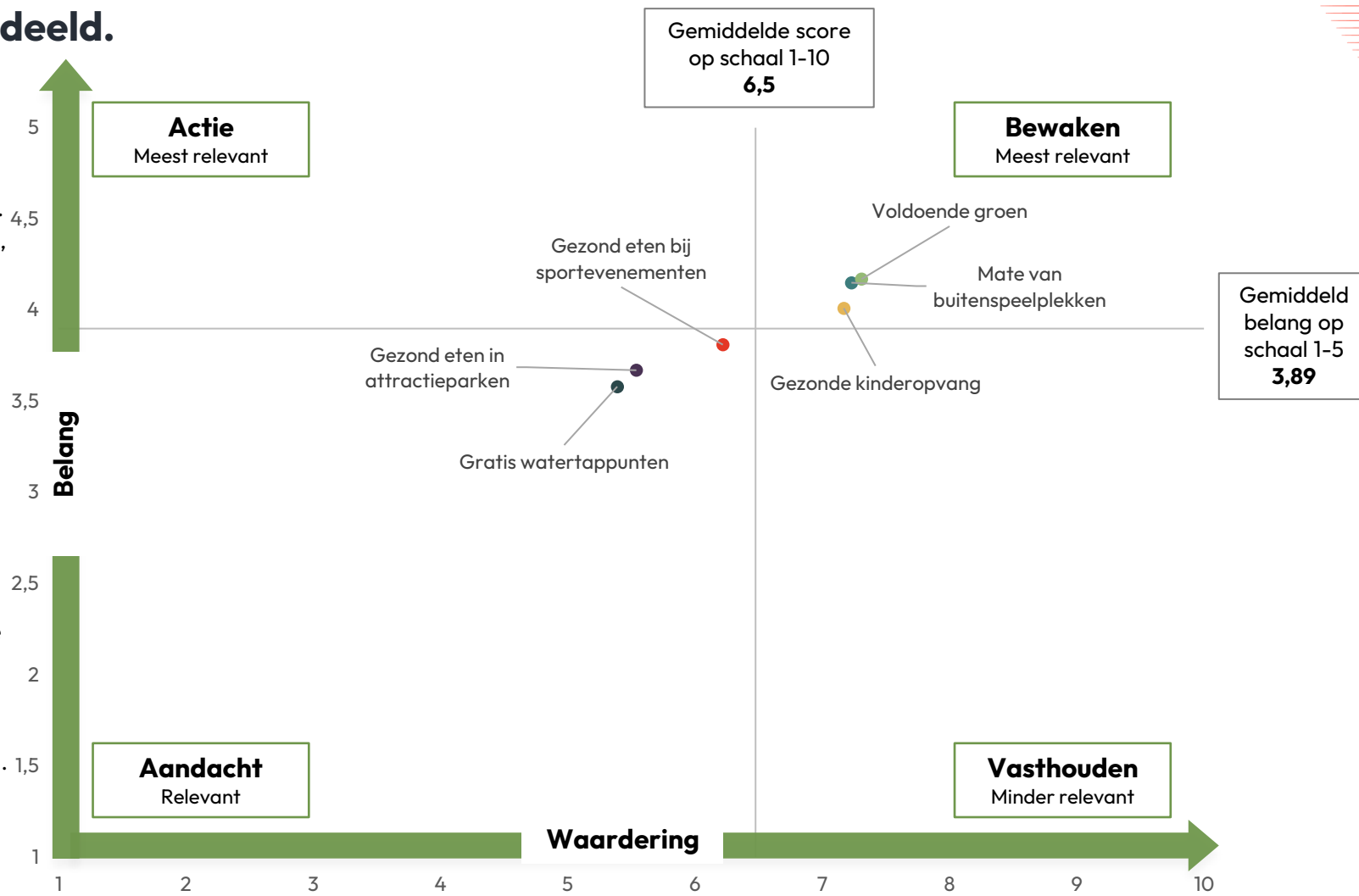
- Actie: Relatief hoge relevantie en lage beoordeling – verbetering nodig.
- Aandacht: Relatief lage relevantie, lage beoordeling – minder prioriteit, maar aandacht vereist.
- Bewaken: Relatief hoge relevantie, hoge beoordeling – tevredenheid behouden.
- Vasthouden: Relatief lage relevantie, hoge beoordeling – goed, maar minder belangrijk.

Let op: de grijze lijnen tonen gemiddelden. Aspecten links worden relatief lager beoordeeld, maar niet onvoldoende.

Conclusie

Geen van de voorgelegde thema's lijkt acute aandacht nodig te hebben. Hoe belangrijker ouders een thema vinden, des te positiever ze hun huidige leefomgeving daarop beoordelen.

Gezond eten in attractieparken, gratis watertappunten en gezond eten bij sportevenementen zijn thema's die meer aandacht zouden moeten krijgen. Ouders beoordelen hun huidige leefomgeving hier lager op maar vinden deze wel belangrijk.



Bloemlezing van positieve ontwikkelingen op het gebied van gezondheid in de omgevingen waar kinderen vaak komen.

Welke positieve ontwikkelingen op het gebied van gezondheid zie je in de omgevingen waar je kind vaak komt?

(Basis - allen, n=1.063)

Gezonde voeding op school en kinderopvang

Er wordt op de basisschool veel water aangeboden en vanuit school wordt gezond eten erg gestimuleerd.

Op school hebben ze tegenwoordig fruit en verkopen ze veel minder ongezonde dingen.

Kinderopvang alleen groenten en fruit en brood.

Rookvrije zones en rookvrije generaties

Rookvrije sportvelden en scholen! De straten/openbare weg daaromheen echter NIET.

Geen mobiele telefoons meer op scholen. Rookvrije generatie initiatief.

Rookvrije sportvelden.

Meer groen en buitenruimtes

In mijn woonplaats is een speelruimte 'Jeugdland'; die is fijn voor kinderen om te spelen, heel natuurlijk en veel ruimte.

Steeds meer groenere speelplekken.

Er komt veel meer groen in de stad.

Meer aandacht voor beweging

Wekelijks sportactiviteiten ingezet door de gemeente waardoor de kinderen kunnen bewegen.

Extra ruimte voor bewegen op school, extra activiteiten sportclub, extra dagkampen van sport in schoolvakanties.

Ze kan op school de richting Sport en bewegen kiezen.

Minder mobiele telefoons

Geen mobiele telefoons meer op scholen.

Telefoon in de ban op school. Topregel!

Op school mobiel in kluis tot lessen afgelopen zijn.



Bijlagen



Bijlage - Ongewogen en gewogen data

Leeftijd	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
18 t/m 34 jaar	121	11,4	257	24,2
35 t/m 44 jaar	401	37,7	431	40,5
45 t/m 54 jaar	438	41,2	320	30,1
55 t/m 70 jaar	103	9,7	55	5,2

Opleidingsniveau	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Hoog (wo/hbo)	554	52,1	435	41
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	465	43,7	495	46,5
Laag (ibo/basisschool/ geen opleiding)	44	4,1	133	12,5

Geslacht	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Mannen	391	36,8	499	47
Vrouwen	672	63,2	564	53



Wij verminderen onze footprint

Motivaction gebruikt uitsluitend papier met een FSC-label

Motivaction gebruikt energiezuinige auto's

Motivaction gebruikt groene stroom

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

meer zien
meer weten
meer betekenen

motivaction
insights and strategy

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl