

Convenant Gezond Gewicht en JOGG

Het Convenant Gezond Gewicht is een uniek samenwerkingsverband van in totaal 26 partijen afkomstig van (rijks- en lokale) overheden, het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties, die zich gezamenlijk inzetten de stijgende trend van overgewicht en obesitas om te buigen in een daling. Het maatschappelijk agenderen van overgewicht en obesitas, het vergroten van de bewustwording van de gezondheidsrisico's en het bewerkstelligen van een trendbreuk in de ontwikkeling van overgewicht en obesitas bij kinderen en volwassenen zijn de doelstellingen van het convenant. Het Convenant Gezond Gewicht bestaat uit een koepelconvenant, waarin de overall doelstellingen zijn opgenomen en procedurele en organisatorische afspraken zijn gemaakt, en vier deelconvenanten: werk, school, consument en vrije tijd en JOGG (Jongeren Op Gezond Gewicht), waarin (een deel van) de partijen afspraken hebben gemaakt voor dat specifieke terrein. Het convenant heeft een looptijd van 2010 tot 2015. Paul Rosenmöller is naast voorzitter van het convenant ook ambassadeur van JOGG.

Gezond leven is de norm in een JOGG-gemeente. Dat merk je als je de deur uitstapt: er zijn voldoende fietspaden, scholen en verenigingen besteden aandacht aan gezonde producten in kantines en in de supermarkt staan gezonde producten op ooghoogte. Met sportclinics en via social media worden jongeren uitgedaagd meer te bewegen en gezonder te etenn. Artsen en welzijnswerkers werken samen met andere zorgprofessionals om gezond leven te stimuleren en wetenschappers onderzoeken de effecten. Het gemeentebestuur houdt bij haar beslissingen nadrukkelijk rekening met gezondheid. Er is samenhang én samenwerking tussen alle partijen die in aanraking komen met de jeugd. Ook bedrijven zien het als hun maatschappelijke verantwoordelijkheid om op dit gebied actief te zijn in de wijk. Zo ontstaat een gezamenlijke krachtige JOGG-beweging, waaraan iedereen meedoet.

De cijfers

Overgewicht en obesitas in Nederland 2012

In de afgelopen dertig jaar is het aandeel mensen met overgewicht in Nederland toegenomen, zowel bij volwassenen als bij 2- tot 20 jarigen. Gemiddeld genomen is het percentage overgewicht onder volwassenen met ruim 50% gestegen; onder jongeren is een stijging van 40% te zien. Volgens het CBS (juli 2012) had in 2011 54% van de mannen en 43% van de vrouwen (20+ jaar) overgewicht (BMI \geq 25). Tien procent van de mannen en 13% van de vrouwen had obesitas (BMI \geq 30). Voor kinderen en jongeren (2-20 jaar) ligt dit

percentage lager, maar ook van de Nederlandse jongeren heeft 13% overgewicht (BMI \geq 25) en 3% obesitas (BMI \geq 30). (Bron: CBS 2012)

Voor de monitoring maakt het Convenant Gezond Gewicht gebruik van gegevens uit twee landelijke onderzoeken: POLS (Permanent Onderzoek LeefSituatie) van het CBS en OBiN (Ongevallen en Bewegen in Nederland), een samenwerkingsverband van diverse partijen, waaronder TNO. De module(s) over bewegen en gezondheid in OBiN vallen onder verantwoordelijkheid van TNO.

Doelstellingen deelconvenant JOGG

JOGG wil de stijging van overgewicht en obesitas bij jongeren om zetten in een daling. Voldoende bewegen en gezonder eten wordt de norm. De doelstelling is dat er in 2015, 75 JOGG-gemeenten in Nederland zijn. Hierdoor worden naar verwachting circa vijf miljoen jongeren en ouders bereikt.

Kernboodschap van JOGG

Een gezonde jeugd. Dat is wat we willen. Overgewicht is echter een groeiend probleem onder jongeren. Ongeveer een op de zeven kinderen heeft overgewicht. In sommige wijken is dat zelfs al een op de drie kinderen!

JOGG is de beweging voor een gezonde omgeving en een gezonde jeugd. Iedereen in een stad, dorp of wijk zet zich in om gezond eten en bewegen voor jongeren gemakkelijk en aantrekkelijk te maken. Het is een lokale, duurzame, intersectorale aanpak die bewezen effectief is om de stijging van overgewicht bij jongeren om te zetten in een daling. Publieke en private partijen werken nauw samen. Gemeenten vervullen een spilfunctie. Zij nemen de regie op zich zodat samenhang en samenwerking gewaarborgd is.

JOGG is een landelijk initiatief dat zich richt op jongeren (0-19 jaar) hun ouders en omgeving. In een JOGG-gemeente werken alle lokale partijen uit onderwijs, zorg, bedrijfsleven, sport, recreatie, woningbouw, welzijn en de media samen om gezond eten en bewegen voor jongeren gemakkelijk en aantrekkelijk te maken. De lokale organisatiestructuur wordt effectiever ingericht en keuzes worden gemaakt in doelgroepen en activiteiten. Dit resulteert in een meerjarig programma met allerlei acties zoals meer aandacht voor voeding en beweging op school, betere sport- en speelfaciliteiten en voorlichting aan ouders. Samenhang in activiteiten, de samenwerking tussen (lokale) overheden, gezondheidsinstellingen en bedrijven (publiek-private samenwerking) en het inzetten van marketingtechnieken om mensen te verleiden om gezonder te gaan leven (sociale marketing) vormen de belangrijkste onderdelen van de JOGG-aanpak. Op school, op straat, in de supermarkt, maar ook thuis wordt het niet alleen leuker, maar ook makkelijker om gezonder te leven.

JOGG is gebaseerd op vijf pijlers:

1. **Politiek-bestuurlijk draagvlak.** Gezond gewicht, als onderdeel van een gezonde leefstijl, heeft een belangrijke plaats in het collegeprogramma. Burgemeester en wethouders zijn enthousiast, bekend met en betrokken bij de JOGG-beweging.
2. **Publiek-private samenwerking.** Lokale bedrijven zijn nauw betrokken bij de JOGG-aanpak. Zo denken ze bijvoorbeeld mee in het projectteam, leveren ze communicatiekracht en dragen zij financieel bij aan activiteiten.
3. **Sociale marketing.** ‘Gezondheid verkopen als een mooie spijkerbroek’ daar draait het om bij sociale marketing. Een JOGG-gemeente past de principes van sociale marketing toe op de lokale situatie. Dit resulteert in activiteiten die aansluiten bij de belevingswereld van de doelgroep.
4. **Wetenschappelijke begeleiding en evaluatie.** Een JOGG-gemeente gebruikt de meest effectieve interventies en meet het effect hiervan. Daarnaast wordt het proces gemeten en waar nodig bijgestuurd. Uiteraard wordt ook de BMI van de kinderen gemeten.
5. **Verbinding preventie en zorg.** Deze pijler is uniek voor de Nederlandse JOGG- aanpak. In een JOGG-gemeente signaleren (zorg)professionals overgewicht in een vroeg stadium. De zorg is goed op elkaar afgestemd en jongeren die zorg nodig hebben komen direct op de juiste plek terecht.

Resultaten:

- Er zijn 26 JOGG-gemeenten;
Alkmaar, Amsterdam, Borger-Odoorn, Breda, Delft, Den Haag, De Wolden, Dongen, Dordrecht, Haarlem, Haarlemmermeer, Heerhugowaard, IJsselstein, Katwijk, Leiden, Meppel, Nijkerk, Purmerend, Roosendaal, Rotterdam, Smallingerland, Tynaarlo, Utrecht, Veghel, Zaanstad en Zwolle (een bereik van ongeveer 650.000 mensen).
Daarnaast is Drenthe JOGG-provincie.
- JOGG-gemeente Dordrecht constateert daling overgewicht
- Kinderen in Rotterdam drinken minder zoete dranken
- Thema-aanpak DrinkWater met lokale uitrol naar tientallen JOGG-gemeenten, om het drinken van water te stimuleren
- Eerste Nederlandse publicatie over Sociale Marketing i.s.m. JOGG

Een kleine greep uit de voorbeelden van activiteiten in JOGG-gemeenten:

- er wordt intersectoraal samengewerkt in werkgroepen en stuurgroepen; lokale activiteiten worden vanuit de lokale JOGG-aanpak uitgevoerd bijvoorbeeld: in JOGG-Veghel zijn er o.a. gezonde kookworkshops, in Utrecht NoordWest; JOGG-coaches op de winkelvloer en ontbijtcampagne in Kanaleneiland en Hoograven en is er aandacht voor fruitbeleid
- verandert gemeente Zwolle in een JOGG-wijk de groene openbare ruimte in speelruimte waarbij ouders en kinderen intensief zijn betrokken bij de totstandkoming ervan
- ontwerpen kinderen in JOGG-Breda zelf een innovatief schoolplein
- aandacht voor een gezonder voedingaanbod, gezonde traktaties en eetgedrag op scholen
- Cordaan Thuiszorg en JOGG-Amsterdam geven hun samenwerking o.a. vorm door de uitvoering van onderzoek naar koopgedrag, en dat past prima binnen de JOGG-pijler 'sociale marketing'.
- organiseert JOGG-Dordrecht een thema week de Gezonde Start en schoolsportevents
- zijn al meer dan 65 lokale bedrijven actief; met meedenken over communicatieplannen, leveren van vrijwilligers en producten bij acties, een bijdrage in financiën en meer;
- zijn de landelijke JOGG-partners actief; met o.a. interventies, marketing kennis en communicatiekracht;
- wordt Sociale Marketing toegepast op onderdelen van de lokale gezondheidsaanpak, met bijvoorbeeld de "Watercampagnes" in o.a. Haagse, Rotterdamse en Amsterdamse JOGG-wijken en haken diverse JOGG-gemeenten aan bij de landelijke thema-aanpak DrinkWater van JOGG;
- maken zes sportverenigingen hun sportkantines gezonder;
- delen met Sinterklaas JOGG-pieten beweegdiploma's uit in JOGG-IJsselstein
- wisselen gemeenten kennis en tips uit over de implementatie van de JOGG-pijlers en over succesvolle acties/interventies;

De JOGG-aanpak is gebaseerd op het succesvolle Franse Epoque (Ensemble Prévenons l'Obésité Des Enfants, of "laten we samen overgewicht bij kinderen aanpakken"). Dit programma startte beginjaren '90 en heeft in verschillende EPODE-steden bijna een halvering van het aantal jongeren met overgewicht opgeleverd! Tevens heeft een soortgelijke, integrale aanpak in Utrecht Overvecht laten zien dat het werkt. Daar is door een langdurige samenwerking van gemeente, GGD, zorg en welzijnsorganisaties en scholen via allerlei activiteiten het overgewicht onder de jongeren tussen 2005 en 2010 gedaald van 26% naar 20%!

Het landelijk JOGG-bureau is onderdeel van het convenantbureau Gezond Gewicht en verantwoordelijk voor de implementatie van de JOGG-aanpak in Nederland. Het bureau ondersteunt gemeenten met kennis, best-practices, trainingen, coaching, onderzoek en communicatiemiddelen gericht op de uitvoering van de JOGG-aanpak. Tevens

versnelt JOGG processen, verbindt en bundelt krachten en stimuleert langdurige samenwerking.

Landelijke Partners

Het JOGG-bureau werkt samen met een groep landelijke partners om de doelstellingen van JOGG tot een succes te maken. De partners trekken samen op om gezond gewicht, als onderdeel van een gezonde leefstijl, bij jongeren te bevorderen. Het gaat om de volgende bedrijven: Albert Heijn, Albron, FrieslandCampina, Nutricia, Unilever en ZilverenKruis Achmea.

Dit jaar richt JOGG zich met de aanpak DrinkWater op het drinken van water. Zowel publieke als private partijen zetten zich gezamenlijk in om er voor te zorgen dat water drinken weer de norm word.

Voor meer informatie zie: www.jogg.nl en www.convenantgezondgewicht.nl