

## TNO-rapport

TNO/LS 2012.012

# Monitor Gezond Gewicht - Voorbeeldgedrag Ouders

### Behavioural and Societal Sciences

Wassenaarseweg 56  
2333 AL Leiden  
Postbus 2215  
2301 CE Leiden

[www.tno.nl](http://www.tno.nl)

T +31 88 866 90 00  
F +31 88 866 06 10  
[infodesk@tno.nl](mailto:infodesk@tno.nl)

Datum	Maart 2012
Auteur(s)	Marloes van der Klauw Marieke Verheijden Paula van Dommelen
Aantal pagina's	15
Aantal bijlagen	-
Opdrachtgever	Het Voedingscentrum
Projectnaam	Monitor Gezond Gewicht
Projectnummer	031.12154/01.01

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, foto-kopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van TNO.

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

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

© 2012 TNO

## Samenvatting

De programma's Gezond Gewicht en Voorbeeldgedrag Ouders waren erop gericht om bij te dragen aan het doel van het ministerie van VWS om een stijging in het aantal mensen met overgewicht en obesitas te voorkomen. Het Voedingscentrum heeft hiertoe een viertal (massamediale) campagnes opgezet waarin *energiebalans* een centrale rol speelde. Met de campagnes 'Eet het goede voorbeeld' en 'Geef het gezonde voorbeeld' werd ingezet op het voorbeeldgedrag van ouders met thuiswonende kinderen wat betreft de balans tussen eten en bewegen. Hierin speelden eigen-effectiviteit, zelfregulatie (actieplanning en actiecontrole) en intenties een belangrijke rol. De Monitor Gezond Gewicht heeft hierover gedurende de periode 2007 – 2011 een vinger aan de pols gehouden. Het huidige rapport beschrijft de bevindingen met betrekking tot voorbeeldgedrag van ouders met thuiswonende kinderen in het cohort.

Gedurende de looptijd van de beide campagnes zijn er geen verschillen opgetreden in de attitude en eigen-effectiviteit die ouders hebben ten opzichte van het geven van het goede voorbeeld in de juiste balans tussen eten en bewegen. Gemiddeld genomen hadden ouders een positieve houding tegenover het geven van het goede voorbeeld en dachten zij dat het hun zou lukken het goede voorbeeld te geven, als ze dat zouden willen. Wel waren er veranderingen in de intenties van ouders om het goede voorbeeld te geven: Gemiddeld genomen waren ouders minder vaak van plan geweest in het komende (half) jaar ook daadwerkelijk het goede voorbeeld te geven voor hun kind door te letten op hun eigen balans tussen eten en bewegen. Ook actiecontrole en actieplanning zijn afgenomen gedurende de looptijd van de Monitor Gezond Gewicht: Ouders met thuiswonende kinderen waren minder vaak concrete plannen gaan maken voor voorbeeldgedrag en minder voor zichzelf nagegaan of ze het goede voorbeeld geven voor hun kinderen.

De resultaten laten zien dat de campagne-uitingen van de leefstijlprogramma's van het Voedingscentrum een relatief laag bereik hebben gehad en bovendien geen invloed hebben gehad op de veranderingen in attitude, eigen-effectiviteit, intentie, actieplanning en actiecontrole van het voorbeeldgedrag van ouders met thuiswonende kinderen.

Al met al kunnen we concluderen dat de blootstelling aan de campagnes van het Voedingscentrum gericht op het voorbeeldgedrag van ouders beperkt is gebleven. Wellicht mede als gevolg hiervan zijn er ongunstige ontwikkelingen gevonden wat betreft de intentie, actieplanning en actiecontrole van voorbeeldgedrag van ouders. In de attitude en eigen-effectiviteit wat betreft voorbeeldgedrag van ouders met thuiswonende kinderen zijn, conform de programmadoelstellingen, geen ontwikkelingen gevonden.

# Inhoudsopgave

	<b>Samenvatting .....</b>	<b>2</b>
<b>1</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Materiaal en Methode .....</b>	<b>6</b>
2.1	Deelnemers .....	6
2.2	Vragenlijst .....	6
2.3	Analyses .....	8
<b>3</b>	<b>Resultaten .....</b>	<b>9</b>
3.1	Uitval .....	9
3.2	Bereik van de campagne-uitingen .....	9
3.3	Veranderingen in voorbeeldgedrag .....	9
3.4	Invloed van de campagnes .....	11
<b>4</b>	<b>Discussie en conclusie .....</b>	<b>13</b>
4.1	Intentie, zelfregulatie en gedrag .....	13
4.2	Bereik en invloed van de campagnes .....	13
4.3	Methodologische kanttekeningen .....	14
4.4	Conclusies .....	14
<b>5</b>	<b>Literatuur .....</b>	<b>16</b>

# 1 Inleiding

Gedurende de periode 2007 tot en met 2011 heeft Stichting Voedingscentrum Nederland twee (massamediale) campagneprogramma's gevoerd, te weten Gezond Gewicht en Voorbeeldgedrag Ouders<sup>1</sup>. De beide programma's waren erop gericht om bij te dragen aan het doel van het ministerie van VWS om een stijging in het aantal mensen met overgewicht en obesitas te voorkomen. Het Voedingscentrum heeft hiertoe een viertal (massamediale) campagnes opgezet waarin *energiebalans* een centrale rol speelde. Het programma Gezond Gewicht liep van 2007 tot en met 2009 en bestond uit de campagnes 'Introductie van Energiebalans', 'Battle die Buik' en 'BBB voor mannen' en 'Eet het goede voorbeeld'. In 2010 en 2011 werd in vervolg op de campagne 'Eet het goede voorbeeld' van het programma Gezond Gewicht aandacht besteed aan voorbeeldgedrag van ouders van jonge kinderen in het programma Voorbeeldgedrag Ouders. Centraal in dit programma stond het kritisch kijken naar eigen (voorbeeld)gedrag, het nadenken over, en het veranderen van eet- en beweeggedragingen. Hierin speelden eigen-effectiviteit, zelfregulatie (actieplanning en actiecontrole) en intenties een belangrijke rol. Het programma bestond uit de campagnes 'Geef het gezonde voorbeeld' en 'Geef jij ook jouw na-aapje het gezonde voorbeeld?'<sup>2</sup>. Voor informatie over de theoretische concepten die aan de campagnes ten grondslag liggen verwijzen we naar het rapport "Eindrapportage Monitor Gezond Gewicht" (Van der Klauw e.a., 2012a).

Ter evaluatie van de programma's heeft TNO tussen 2007 en 2011 in opdracht van Stichting Voedingscentrum Nederland de Monitor Gezond Gewicht uitgevoerd. De Monitor Gezond Gewicht bestond uit een cohort-onderzoek met 8 metingen (Van der Klauw e.a., 2012a) en, als aanvulling hierop, 8 cross-sectionele onderzoeken (zie Van der Klauw e.a., 2012b) die gelijktijdig werden uitgevoerd met de metingen in het cohort. De fasering van de campagnes en de metingen wordt weergegeven in figuur 1.1.

	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
2007											<b>M1</b>	<b>C1</b>
2008	<b>C1</b>	<b>C1</b>	<b>M2</b>	<b>C2</b>	<b>C2</b>	<b>C2</b>	<b>C2</b>	<b>C2</b>	<b>C2</b>	<b>C2</b>	<b>M3</b>	-
2009	-	-	<b>M4</b>	-	-	-	<b>C3</b>	<b>C3</b>	<b>C3</b>	-	<b>M5</b>	-
2010	-	-	<b>M6</b>	-	-	-	-	-	-	<b>C4</b>	<b>M7</b>	-
2011	-	-	<b>M8</b>									

Figuur 1.1 Overzicht van de uitingen van de massamediale leefstijlcampagne Gezond Gewicht (C) en de metingen in de Monitor Gezond Gewicht (M).

Noot : C1: Energiebalans campagne                      C2: Battle de Buik & BBB voor mannen  
 C3: Eet het goede voorbeeld                      C4: Geef het gezonde voorbeeld  
 -: geen campagne en/of meting

<sup>1</sup> Deze campagne werd samen met het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen gevoerd.

<sup>2</sup> NB: deze campagne vond plaats na de laatste meting (meting 8) van de Monitor Gezond Gewicht.

De vragenlijst die TNO in 2007 ontwikkeld heeft voor de Monitor Gezond Gewicht, bestond in hoofdzaak uit vragen om de doelen van het programma Gezond Gewicht (o.a. het vergroten van bewustzijn en kennis over energiebalans) te kunnen evalueren. Voortschrijdend inzicht over de invulling van de programma-uitingen van met name de campagne Voorbeeldgedrag Ouders maakte het echter in toenemende mate wenselijk om aanvullende vragen over voorbeeldgedrag aan de vragenlijst toe te voegen. In deze rapportage beschrijft TNO de resultaten van die aanvullende vragen<sup>3</sup>. De onderzoeksvragen die hierbij beantwoord worden zijn:

1. In hoeverre is er in het cohort bij ouders met thuiswonende kinderen tussen maart 2009 en maart 2011 een ontwikkeling<sup>4</sup> te zien in: attitude, eigen-effectiviteit, intenties, actieplanning en actiecontrole ten aanzien van het geven van het goede voorbeeld?
2. In hoeverre heeft blootstelling aan de verschillende campagnes van het programma Voorbeeldgedrag Ouders een rol gespeeld in de onder 1 genoemde ontwikkelingen?

---

<sup>3</sup> Over deze resultaten werd ook beknopt gerapporteerd in Tabel 25 van het Tabellenboek horend bij de Monitor Gezond Gewicht (Van der Klauw, e.a., 2012c), zie ook bijlage A.

<sup>4</sup> Voor de periode 2010-2011 zijn voor het programma Voorbeeldgedrag Ouders doelstellingen geformuleerd t.a.v. ontwikkelingen in actieplanning, actiecontrole, eigeneffectiviteit en gedrag. Voor actieplanning, actiecontrole en gedrag werd een toename van vijf procentpunten beoogd. Voor eigeneffectiviteit werd een stabiele situatie beoogd (Zie ook: Van Dommelen et al, 2011).

## 2 Materiaal en Methode

### 2.1 Deelnemers

Voor de eerste meting van de Monitor Gezond Gewicht werden 1240 leden van het internetpanel van een onderzoeksbureau (GfK) per email uitgenodigd voor deelname aan het cohortonderzoek, bestaande uit 8 vragenlijsten over voeding, bewegen en gezondheid over een periode van 4 jaar. Op basis van de eerste uitnodiging gaf 89% van hen aan bereid te zijn om mee te werken. Van deze mensen heeft vervolgens 93% de eerste vragenlijst ook daadwerkelijk ingevuld, resulterend in een totaalgroep van 1030 deelnemers op meting 1. Een uitgebreidere beschrijving van de werving en deelnemers wordt gegeven in de rapporten van de Monitor Gezond Gewicht (Van der Klauw e.a., 2012a; Van der Klauw e.a., 2012b).

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen wordt in deze rapportage gebruik gemaakt van de gegevens van alle deelnemers uit het cohort die bij meting 4<sup>5</sup> aangaven dat zij alléén thuiswonende kinderen hadden (N=242). Van deze groep was 54% man en 84% van Nederlandse afkomst. De gemiddelde leeftijd (op meting 1) van de groep ouders met alleen thuiswonende kinderen was 39 jaar en 27% van deze groep was laag opgeleid.

### 2.2 Vragenlijst

De vragenlijst voor het cohortonderzoek van de Monitor Gezond Gewicht werd uitgezet via internet. De volledige vragenlijst wordt beschreven in de rapportages over de Monitor Gezond Gewicht (Van der Klauw e.a., 2012a; Van der Klauw e.a., 2012b). De beschrijving in dit rapport beperkt zich tot de delen van de vragenlijst die relevant zijn voor de onderzoeksvragen.

#### *Persoonskenmerken*

Achtergrondkenmerken van de deelnemers zijn door het onderzoeksbureau aangeleverd. Dit betrof informatie over leeftijd (in jaren), geslacht, woonregio in Nederland (noord, oost, zuid, west, grote steden), etniciteit (autochtoon versus allochtoon) en opleidingsniveau (laag versus midden/hoog).

#### *Attitude*

Attitude werd vanaf meting 3 in november 2008 gemeten met de vraag "Als ik zelf let op de balans tussen eten en bewegen is de kans groter dat mijn kind(eren) dat ook doet/doen". De antwoordmogelijkheden waren: 'zeker niet', 'waarschijnlijk niet', 'misschien niet/misschien wel', 'waarschijnlijk wel' en 'zeker wel'. Attitude wordt vanaf meting 4 meegenomen in dit onderzoek.

---

<sup>5</sup> Vanaf meting 3 bevatte de vragenlijst in toenemende mate vragen die relevant zijn voor het programma Voorbeeldgedrag Ouders. Vanaf meting 5 bevatte de vragenlijst vragen over alle uitkomstmaten die relevant zijn voor de huidige onderzoeksvragen.

### *Eigen-effectiviteit*

Eigen-effectiviteitsverwachting werd vanaf meting 4 in maart 2009 gemeten met de vraag "Stel dat u het komende half jaar uw kinderen het goede voorbeeld wilt geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen. Hoe zeker bent u er dan van dat dit u gaat lukken?". De antwoordmogelijkheden waren: 'zal zeker niet lukken', 'zal waarschijnlijk niet lukken', 'zal misschien niet, misschien we lukken', 'zal waarschijnlijk wel lukken', 'zal zeker wel lukken'.

### *Intentie (6 maanden)*

Intentie (6 maanden) werd vanaf meting 4 in maart 2009 gemeten met de vraag "Bent u van plan om het komende **half jaar** uw kind(eren) het goede voorbeeld te geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen?". De antwoordmogelijkheden hierbij waren: 'zeker niet', 'waarschijnlijk niet', 'misschien niet/misschien wel', 'waarschijnlijk wel' en 'zeker wel'.

### *Intentie (12 maanden)*

Intentie (12 maanden) werd vanaf meting 3 in november 2008 gemeten met de vraag "Bent u van plan om het komende **jaar** uw kind(eren) het goede voorbeeld te geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen?". De antwoordmogelijkheden hierbij waren: 'zeker niet', 'waarschijnlijk niet', 'misschien niet/misschien wel', 'waarschijnlijk wel' en 'zeker wel'. Intentie bij 12 maanden wordt vanaf meting 4 meegenomen in dit onderzoek.

### *Actieplanning*

Actieplanning werd vanaf meting 5 in november 2009 gemeten met de vraag "In het afgelopen half jaar heb ik concrete plannen gemaakt om mijn kind(eren) het goede voorbeeld te geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen." De antwoordmogelijkheden waren 'nooit', 'soms', 'regelmatig', 'vaak' en 'altijd'.

### *Actiecontrole*

Actiecontrole werd vanaf meting 5 in november 2009 gemeten met de vraag "In het afgelopen half jaar ben ik voor mijzelf nagegaan of ik mijn kind(eren) het goede voorbeeld geef door te letten op de balans tussen eten en bewegen." De antwoordmogelijkheden waren 'nooit', 'soms', 'regelmatig', 'vaak' en 'altijd'.

### *Blootstelling aan de campagne*

In de vragenlijsten van meting 5 (november 2009) en 7 (november 2010) zijn de campagnes voorafgaand aan de meting geëvalueerd. Dit betroffen respectievelijk de campagnes 'Eet het goede voorbeeld' en 'Geef het gezonde voorbeeld'. In deze vragenlijsten is gevraagd of deelnemers in de maanden voorafgaand aan het onderzoek iets gezien of gehoord hadden over letten op de balans tussen eten en bewegen ("Kunt u zich herinneren of u de afgelopen twee maanden spots heeft gezien die op het internet zijn uitgezonden over een goed evenwicht tussen gezond eten en bewegen?" met als antwoordmogelijkheden ja/nee).

Deelnemers die één of meerdere spots hadden gezien, is gevraagd of ze deze konden omschrijven. Dit om te kijken of deelnemers zich spontaan de specifieke campagnes konden herinneren. Vervolgens kregen de deelnemers een afbeelding te zien van de betreffende campagne en konden zij hierbij aangeven of zij zich de spot konden herinneren. ("Hieronder ziet u een afbeelding van de internetspot Geef het gezonde voorbeeld! Kunt u zich deze spot herinneren?"). De antwoordmogelijkheden hierbij waren 'ja, ik heb deze spot al genoemd bij de vorige vraag' (spontane bekendheid), 'ja zeker', 'ja misschien' en 'nee'.

## 2.3 Analyses

Net als bij de eindrapportage over het cohortonderzoek (Van der Klauw e.a., 2012a) van de Monitor Gezond Gewicht is er voor gekozen om uitgebreide statistische analyses toe te passen om de trends te kunnen bepalen en te corrigeren voor (selectieve) uitval.

In de data van alle deelnemers met thuiswonende kinderen zijn allereerst ontbrekende waarden, onder andere ontstaan door uitval tussen meting 4 en meting 8, alsnog ingevuld. Dit is gedaan door middel van zogenaamde *multipele imputatie* (van Buuren e.a., 2010). Deze techniek houdt grofweg in dat waar een persoon missende waarden had, een schatting is gemaakt van deze waarden door op geavanceerde manier gebruik te maken van de gegevens die wél beschikbaar waren van deze persoon en andere personen. In het imputatiemodel zijn alle achtergrondkenmerken, blootstelling aan de campagne variabelen en interactietermen tussen blootstelling en de achtergrondkenmerken (met uitzondering van woonregio) over meting 4 tot en met meting 8 opgenomen. De interactietermen zijn door middel van passieve imputatie geschat. In totaal zijn er 5 volledige datasets gecreëerd van de volledige groep van alle deelnemers die bij meting 4 thuiswonende kinderen hadden.

Ontwikkelingen in attitude, eigen-effectiviteit, intenties, actieplanning en actiecontrole zijn statistisch getoetst met behulp van multi-level lineaire regressie analyse op de 5 geïmputeerde datasets. De resultaten van de 5 datasets zijn vervolgens gepoold. Er is gekeken of er een effect is van *tijd* (meting 4 t/m meting 8) op de genoemde uitkomstmaten.

De invloed van de campagne op ontwikkelingen in de uitkomstmaten is getoetst met behulp van lineaire regressie analyse op de 5 geïmputeerde datasets. De resultaten van de 5 datasets zijn gepoold. De uitkomstmaten vóór de campagne zijn vergeleken met die van ná de campagne en er is gekeken of het al dan niet gezien hebben van de campagne invloed had op deze verandering. Er is, door het toevoegen van interactie-termen, gekeken of de invloed van de campagne verschillend was voor subgroepen op basis van leeftijd, geslacht, etniciteit of opleidingsniveau.



## 3 Resultaten

### 3.1 Uitval

Van de 242 ouders met alleen thuiswonende kinderen die deelnamen aan de 4<sup>e</sup> meting van de Monitor Gezond Gewicht nam 71% (N = 172) ook deel aan meting 8. Er waren geen significante verschillen in geslacht, opleiding en etniciteit tussen de groep deelnemers die deelnam aan meting 8 ten opzichte van de groep deelnemers die niet meer deelnam aan meting 8. Wel was er sprake van selectieve uitval voor leeftijd (gecorrigeerd voor het toenemen van de leeftijd aangezien het een cohort betreft): De groep deelnemers die deelnam aan meting 8 was gemiddeld 1,5 jaar ouder ten opzichte van de groep die niet meer deelnam.

### 3.2 Bereik van de campagne-uitingen

Nadat ouders met thuiswonende kinderen geholpen waren zich de campagne 'Eet het goede voorbeeld' te herinneren, gaf iets meer dan een derde (37%) van de ouders met thuiswonende kinderen aan de TV spot gezien te hebben. Slechts 1 persoon (0,4%) wist zich deze campagne spontaan te herinneren. Nadat ouders geholpen waren de campagne 'Geef het gezonde voorbeeld' te herinneren gaf één op de vijf ouders (21%) aan de internetspot gezien te hebben. Ook deze campagne werd door 1 persoon (0,4%) spontaan herinnerd.

### 3.3 Veranderingen in voorbeeldgedrag

Tabel 3.1 geeft de attitude, eigen-effectiviteit, intenties, actieplanning en actiecontrole weer van ouders met alleen thuiswonende kinderen ten aanzien van voorbeeldgedrag. Tussen meting 4 en 8 waren er geen significante veranderingen in zowel de attitude als de eigen-effectiviteit van ouders wat betreft voorbeeldgedrag (zie figuur 3.1). Een ruime meerderheid van de ouders was van mening dat als ze zelf letten op de balans tussen eten en bewegen, de kans groter is dat hun kinderen dat ook doen. Ook was meer dan de helft van de ouders van mening dat het hun waarschijnlijk of zeer zeker gaat lukken om het komende half jaar het goede voorbeeld te geven aan hun kind door te letten op de balans tussen eten en bewegen (zie Tabel 3.2).

Wel waren er significante veranderingen in de intenties van ouders om het goede voorbeeld te geven: We zien grofweg dat steeds minder ouders aangeven de intentie te hebben om in het komende half jaar (vanaf meting 5) of in het komende jaar het goede voorbeeld te geven (zie Tabel 3.2). Dit zien we ook terug in de gemiddelde intentie voor het komende half jaar en voor het komende jaar, met name tussen de metingen 5 tot en met 8 (zie figuur 3.1). In andere woorden: Gemiddeld genomen zijn ouders over de tijd heen minder vaak van plan ook daadwerkelijk het goede voorbeeld te geven voor hun kind door te letten op hun eigen balans tussen eten en bewegen.

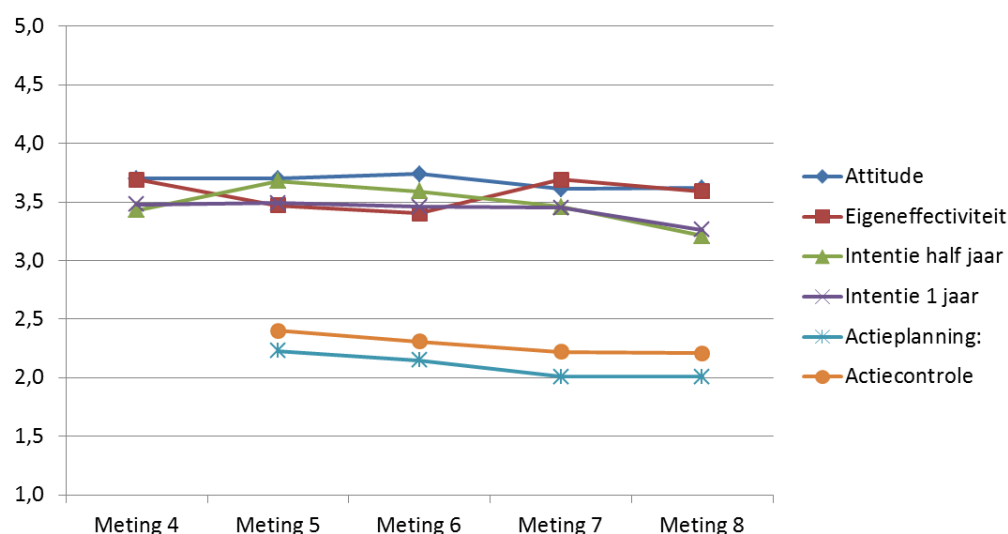
Ook actiecontrole en actieplanning, gemeten in meting 5 tot en met 8, zijn significant afgenomen gedurende de looptijd van de Monitor Gezond Gewicht: Ouders met thuiswonende kinderen zijn over de tijd heen minder vaak concrete plannen gaan

maken voor voorbeeldgedrag en minder voor zichzelf nagegaan of ze het goede voorbeeld geven voor hun kinderen (zie figuur 3.1). Het merendeel van de ouders gaf aan nooit of soms deze strategieën van zelfregulatie toe te passen (zie Tabel 3.2).

Tabel 3.1: Overzicht van de uitkomstmaten van de deelnemers met thuiswonende kinderen na multi-pele imputatie (N=242).  
Getallen zijn gemiddelden (standaarddeviaties).

	Meting 4	Meting 5	Meting 6	Meting 7	Meting 8
<b>Attitude:</b> Als ik zelf let op de balans tussen eten en bewegen, is de kans groter dat mijn kind(eren) dat ook doet/doen	3,70 (0,94)	3,70 (0,96)	3,74 (0,94)	3,61 (0,96)	3,62 (1,00)
<b>Eigeneffectiviteit:</b> Hoe zeker bent u van het lukken van komende half jaar het goede voorbeeld geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen	3,69 (0,95)	3,47 (1,12)	3,40 (1,13)	3,69 (0,98)	3,59 (1,05)
<b>Intentie half jaar:</b> Komende <i>half</i> jaar het goede voorbeeld gegeven door te letten op de balans tussen eten en bewegen**	3,43 (1,09)	3,68 (0,96)	3,59 (0,95)	3,46 (1,15)	3,21 (1,24)
<b>Intentie 1 jaar:</b> Komend <i>jaar</i> het goede voorbeeld gegeven door te letten op de balans tussen eten en bewegen*	3,48 (1,11)	3,49 (1,06)	3,46 (1,08)	3,45 (1,14)	3,26 (1,18)
<b>Actieplanning:</b> Heb ik het afgelopen half jaar concrete plannen gemaakt om mijn kind(eren) het goede voorbeeld te geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen*	n.g. <sup>5</sup>	2,23 (1,16)	2,15 (1,07)	2,01 (1,07)	2,01 (1,05)
<b>Actiecontrole:</b> Ben ik het afgelopen half jaar voor mijzelf nagegaan of ik mijn kind(eren) het goede voorbeeld geef door te letten op de balans tussen eten en bewegen*	n.g. <sup>5</sup>	2,40 (1,14)	2,31 (1,00)	2,22 (1,01)	2,21 (1,07)

\* p < 0,05, \*\* p < 0,001



Figuur 3.1: Trends in uitkomstmaten van voorbeeldgedrag van ouders met thuiswonende kinderen

<sup>5</sup> n.g.= niet gemeten bij meting 4

Tabel 3.2: Overzicht van de uitkomstmaten (in percentages) van de deelnemers met thuiswonende kinderen na multi-pele imputatie (N=242).

	Meting 4	Meting 5	Meting 6	Meting 7	Meting 8
<b>Attitude: Als ik zelf let op de balans tussen eten en bewegen, is de kans groter dat mijn kind(eren) dat ook doet/doen</b>					
Zeker/waarschijnlijk niet	11	12	11	12	13
Misschien niet, misschien wel	20	20	20	26	20
Zeker/waarschijnlijk wel	69	69	69	62	67
<b>Eigen- effectiviteit: Hoe zeker bent u van het lukken van komende half jaar het goede voorbeeld geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>					
Zal zeker/waarschijnlijk niet lukken	11	20	20	9	15
Zal misschien niet, misschien wel lukken	24	25	28	32	23
Zal zeker/waarschijnlijk wel lukken	65	55	52	52	62
<b>Intentie half jaar: Komende <i>half</i> jaar het goede voorbeeld gegeven door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>					
Zeker/waarschijnlijk niet	19	11	13	17	28
Misschien niet, misschien wel	27	27	28	32	27
Zeker/waarschijnlijk wel	54	62	59	51	45
<b>Intentie 1 jaar: Komend <i>jaar</i> het goede voorbeeld gegeven door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>					
Zeker/waarschijnlijk niet	20	17	18	17	24
Misschien niet, misschien wel	23	30	27	33	31
Zeker/waarschijnlijk wel	57	53	55	50	45
<b>Actieplanning: Heb ik het afgelopen half jaar concrete plannen gemaakt om mijn kind(eren) het goede voorbeeld te geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>					
Nooit/soms	n.g. <sup>5</sup>	60	67	68	68
Regelmatig	n.g. <sup>5</sup>	24	21	21	23
Vaak/Altijd	n.g. <sup>5</sup>	16	12	11	9
<b>Actiecontrole: Ben ik het afgelopen half jaar voor mijzelf nagegaan of ik mijn kind(eren) het goede voorbeeld geef door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>					
Nooit/soms	n.g. <sup>5</sup>	56	61	64	62
Regelmatig	n.g. <sup>5</sup>	26	24	24	24
Vaak/altijd	n.g. <sup>5</sup>	18	15	12	14
N.B. Veranderingen over de tijd zijn in deze tabel niet getoetst.					

### 3.4 Invloed van de campagnes

Nadere analyses laten zien dat de programma-uitingen van de campagnes van het Voedingscentrum geen invloed hebben gehad op de veranderingen in attitude, eigen-effectiviteit, intentie, actieplanning en actiecontrole. Oftewel, de veranderingen in attitude, eigen-effectiviteit, intentie, actieplanning en actiecontrole van ouders met thuiswonende kinderen die de campagnes wel gezien hebben (of: blootgesteld zijn aan de programma-uitingen) waren niet significant anders dan die van ouders die de programma-uitingen niet gezien hebben (zie tabel 3.3). Dit geldt zowel voor 'Eet het goede voorbeeld' als voor 'Geef het gezonde voorbeeld'. De

resultaten schetsen daarmee het beeld dat de programma-uitingen van het Voedingscentrum niet bijgedragen hebben aan veranderingen in het voorbeeldgedrag van ouders.

Tabel 3.3: De gemiddelde verschilcores op de uitkomstmaten bij de campagnes 'Eet het goede voorbeeld' en 'Geef het gezonde voorbeeld'.

	Gemiddelde verschilcore (meting 5-meting 4) Eet het goede voorbeeld	Gemiddelde verschilcore (meting 7-meting 6) Geef het gezonde voorbeeld
<b>Attitude: Als ik zelf let op de balans tussen eten en bewegen, is de kans groter dat mijn kind(eren) dat ook doet/doen</b>		
Blootgesteld aan campagne	0,11	-0,23
Niet blootgesteld aan campagne	-0,07	-0,10
<b>Eigen-effectiviteit: Hoe zeker bent u van het lukken van komende half jaar het goede voorbeeld geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>		
Blootgesteld aan campagne	-0,14	0,11
Niet blootgesteld aan campagne	-0,27	0,33
<b>Intentie half jaar: Komende <i>half</i> jaar het goede voorbeeld gegeven door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>		
Blootgesteld aan campagne	0,31	-0,17
Niet blootgesteld aan campagne	0,21	-0,13
<b>Intentie 1 jaar: Komend <i>jaar</i> het goede voorbeeld gegeven door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>		
Blootgesteld aan campagne	-0,04	-0,04
Niet blootgesteld aan campagne	0,04	0,00
<b>Actieplanning: Heb ik het afgelopen half jaar concrete plannen gemaakt om mijn kind(eren) het goede voorbeeld te geven door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>		
Blootgesteld aan campagne	n.g. <sup>6</sup>	-0,04
Niet blootgesteld aan campagne	n.g. <sup>5</sup>	-0,17
<b>Actiecontrole: Ben ik het afgelopen half jaar voor mijzelf nagegaan of ik mijn kind(eren) het goede voorbeeld geef door te letten op de balans tussen eten en bewegen</b>		
Blootgesteld aan campagne	n.g. <sup>5</sup>	-0,11
Niet blootgesteld aan campagne	n.g. <sup>5</sup>	-0,08

<sup>6</sup> n.g.= niet gemeten bij meting 4

## 4 Discussie en conclusie

### 4.1 Intentie, zelfregulatie en gedrag

De resultaten van het voorbeeldgedrag van ouders van de Monitor Gezond Gewicht laten zien dat de intenties om het goede voorbeeld te geven gedurende de 5 metingen van de Monitor Gezond Gewicht significant zijn afgenomen. Ook laten de resultaten zien dat gedurende de metingen van de Monitor Gezond Gewicht minder zelfregulatie plaatsvond: Ouders met thuiswonende kinderen maakten over de metingen heen minder concrete plannen en gingen minder bij zichzelf na of ze het goede voorbeeld gaven.

Het model van zelfregulatie (zie ook: Van der Klauw e.a., 2012a) onderscheidt twee fasen in gezondheidsgedrag: In de motivationele fase ontwikkelt iemand de intentie om gedrag te veranderen, in de actiefase wordt dit gedrag vervolgens omgezet in daadwerkelijk doen en blijven doen. Omdat het hebben van een intentie een voorwaarde is voor het daadwerkelijk ondernemen van actie, heeft het afnemen van de intentie om iets te doen consequenties voor de handelingen in de actiefase, zoals actieplanning en actiecontrole. In lijn hiermee laten de resultaten zien dat tegelijk met het afnemen van intenties van voorbeeldgedrag, de mate waarin ouders concrete plannen maken om het goede voorbeeld te geven is afgenomen en de mate waarin ouders nagaan of ze daadwerkelijk het goede voorbeeld gegeven hebben is afgenomen.

Op basis van het model van zelfregulatie lijkt het logisch dat mensen geen of minder vaak zelfregulatie-strategieën toepassen als ze geen of minder intentie hebben. Omdat de intentie daalt, zijn we niet verbaasd dat ook de zelfregulatie-strategieën dalen.

### 4.2 Bereik en invloed van de campagnes

Tussen meting 4 en meting 8 (de periode waarover deze rapportage gaat) vond allereerst de campagne 'Eet het goede voorbeeld' plaats (juli/augustus 2009). De campagne bestond uit een tv-spotje en online bannering en was erop gericht ouders bewust te maken dat kinderen beïnvloed worden door het gedrag van hun ouders met betrekking tot eten en bewegen. In 2010 en 2011 werd in vervolg op de campagne 'Eet het goede voorbeeld' van het programma Gezond Gewicht. In het najaar van 2010 liep de campagne 'Geef het gezonde voorbeeld'. Deze campagne werd, in tegenstelling tot de eerdere uitingen, alleen via het internet aangeboden via een gamesite ([www.zylom.com](http://www.zylom.com)) en als voorfilmpje via relevante programma's op [www.uitzendinggemist.nl](http://www.uitzendinggemist.nl) en [www.programmagemist.nl](http://www.programmagemist.nl) uitgezonden.

In overeenstemming met het lage bereik van de programma-uitingen bij het totale cohort (zie Van der Klauw e.a., 2012a), herinnerde een vergelijkbaar laag percentage deelnemers van de groep met thuiswonende kinderen zich de campagnes gezien te hebben. Steeds wist slechts 1 deelnemer (0,4%) zich de programma-uitingen spontaan te herinneren en maar 2 à 3 op de 10 ouders wist zich de campagnes te herinneren na een voorbeeld. In vergelijking met andere campagnes is dit laag. De campagne 'Maak je niet Dik!' van het Voedingscentrum werd bijvoorbeeld door 20% tot 70% van de deelnemers spontaan herinnerd en door 60% tot 90% van de deelnemers na een voorbeeld (Wammes e.a., 2007). Het bereik van 'Eet het gezonde voorbeeld' en 'Geef het goede voorbeeld' is dus, ook bij ouders met thuiswonende kinderen (de doelgroep), zeer laag te noemen. Dit is

allereerst een mogelijke verklaring voor het uitblijven van positieve veranderingen. Daarnaast zien we dat bij ouders met thuiswonende kinderen die zich de campagnes wisten te herinneren na een voorbeeld er ook geen positieve veranderingen hebben plaatsgevonden.

NB: In augustus 2011 liep de campagne 'Geef jij ook jouw na-aapje het gezonde voorbeeld?'. De evaluatie van deze campagne vallen echter buiten het aandachtsgebied en tijdsspanne van de Monitor Gezond Gewicht en dus van deze rapportage. Een aanvullende evaluatie van deze campagne op basis van speciaal daartoe uitgevoerde data-verzameling wordt gerapporteerd in Van Dommelen et al (2011).

### 4.3 Methodologische kanttekeningen

Bij de resultaten van de Monitor Gezond Gewicht dienen tot slot enkele methodologische kanttekeningen gemaakt te worden. Zoals ook in de discussie van de rapportage van het cohortonderzoek (zie Van der Klauw e.a., 2012a) besproken is, kan er, doordat er gebruik is gemaakt van zelf-rapportage, sprake zijn van sociaal wenselijke antwoorden. Dit gebeurt wanneer mensen zich anders voordoen dan ze daadwerkelijk zijn, bijvoorbeeld om beter (of: volgens normen) voor de dag te komen. Omdat goed ouderschap een belangrijke norm is in onze maatschappij, is het wat betreft de vragen over de voorbeeldrol van ouders niet ondenkbaar dat de antwoorden beïnvloed zijn door sociaal-wenselijkheid. Dit zou kunnen betekenen dat het beeld zoals dat geschetst is op basis van de cijfers in het huidige onderzoek rooskleuriger is dan het in werkelijkheid is.

Een tweede aandachtspunt betreft met name de antwoorden op de vragen over attitude en eigen-effectiviteit wat betreft voorbeeldgedrag. Omdat de gemiddelden op deze uitkomstmaat op de eerste meting (meting 4) al relatief hoog lagen, kan er sprake zijn van een zogenaamd 'plafond-effect'. Het plafond-effect komt voor wanneer de resultaten van een test worden gelimiteerd door een bovengrens. Het resultaat hiervan is dat veel mensen een score behalen die tegen het maximum aanzit en dat er daardoor geen grote verbeteringen meer te verwachten zijn, terwijl die er in werkelijkheid wel kunnen zijn. Hoewel het gezien de negatieve veranderingen in de overige uitkomstmaten niet heel aannemelijk is dat er zich positieve veranderingen hebben voorgedaan in de attitude en eigen-effectiviteitsverwachtingen ten aanzien van voorbeeldgedrag van ouders, dienen de gevonden resultaten toch met voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden.

Een derde aandachtspunt is de aantallen waarop de conclusies worden getrokken. De verschillen tussen de ouders die wel versus niet zijn blootgesteld aan de campagne (in de verschillende subgroepen) moeten groot zijn om met deze aantallen significantie aan te kunnen tonen. Tabel 3.3 laat zien dat er geen structurele verschillen zijn tussen de groepen die wel versus niet zijn blootgesteld aan de campagne. Dit is een indicatie dat ook met grotere aantallen, en hiermee een hogere power, er mogelijk geen relevante verschillen zijn aan te tonen.

### 4.4 Conclusies

Al met al kunnen we concluderen dat de blootstelling aan de campagnes van het Voedingscentrum gericht op het voorbeeldgedrag van ouders beperkt is gebleven. Wellicht mede als gevolg hiervan zijn er ongunstige ontwikkelingen gevonden wat betreft de intentie, actieplanning en actiecontrole van voorbeeldgedrag van ouders. In de attitude en eigen-effectiviteit wat betreft voorbeeldgedrag van ouders met

thuiswonende kinderen zijn, conform de programmadoelstellingen, geen ontwikkelingen gevonden.

## 5 Literatuur

VAN BUUREN S, GROOTHUIS-OUDSHOORN K (2010). MICE: Multivariate Imputation by Chained Equations in R. *Journal of Statistical Software*, forthcoming.

VAN DOMMELEN P, GALINDO GARRE F, KUIPER RM, VERHEIJDEN MW (2011). Evaluatie programma voorbeeldgedrag ouders. Landelijk programma over voorbeeldgedrag van ouders aan hun kinderen op het gebied van voeding en bewegen. TNO, 2011.

VAN DER KLAUW M, VERHEIJDEN MW, VAN DOMMELEN P, VAN KESTEREN N (2011a). Eindrapportage Monitor Gezond Gewicht: Cohort. TNO, 2011.

VAN DER KLAUW M, VERHEIJDEN MW, VAN DOMMELEN P, VAN KESTEREN N (2011b). Eindrapportage Monitor Gezond Gewicht: Cross-sectionele onderzoeken. TNO, 2011.

VAN DER KLAUW M, VERHEIJDEN MW (2011c). Tabellenboek Monitor Gezond Gewicht. TNO, 2011.

WAMMES B, OENEMA A, BRUG J (2007). The Evaluation of a Mass Media Campaign Aimed at Weight Gain Prevention Among Young Dutch Adults. *OBESITY*, 15 (11), 2780 – 2789.