

Wassenaarseweg 56
Postbus 2215
2301 CE Leiden

www.tno.nl

T 071 518 18 18
F 071 518 19 20

TNO-rapport

KvL/JPB/2006.006

Een verkennend onderzoek naar de effecten van
een aantal activiteiten van de campagne
'Borstvoeding verdient tijd' van het
Voedingscentrum

Datum Februari 2006

Auteur(s) JP van Wouwe
 CI Lanting

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 onderzoekopdrachten 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.

© 2006 TNO

Auteurs

J.P. van Wouwe

C.I. Lanting

Projectnummer

75137

ISBN

ISBN-10: 90-5986-188-4

ISBN-13: 978-90-5986-188-4

Samenvatting

In dit verkennend onderzoek achterhalen we hoe moeders informatie tot zich nemen over borstvoeding: lezen zij of gebruiken ze het internet? Als zij lezen, kennen ze de producten van de borstvoedingorganisatie's (La Leche League [LLL] en de Vereniging Borstvoeding Natuurlijk [VBN]), lezen moeders hun folders, ervaren ze die als bruikbaar, of bezoeken ze hun website? Eveneens willen we de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' onderzoeken; het blad 'BV Borstvoeding' en de betreffende website. Hoe bekend zijn deze en hoe worden ze op hun bruikbaarheid beoordeeld? Gekoppeld aan de landelijke peiling 2004/2005 naar het type melkvoeding van zuigelingen, zijn data verzameld over de bekendheid en de bruikbaarheid van deze informatiebronnen.

5200 vragenlijsten werden verzonden aan 260 consultatiebureaus en hiervan werden 3009 (58%) retour ontvangen, ingevuld door ouders van zuigelingen jonger dan zes maanden.

Behalve een relatieve ondervertegenwoordiging van vrouwen geboren buiten Nederland en oververtegenwoordiging van hoog opgeleide vrouwen, komen de gemiddelde leeftijd, de verdeling jongens/meisjes, de gemiddelde zwangerschapsduur, de verdeling van plaats van en het type bevalling overeen met landelijke referentie cijfers.

Bijna alle vrouwen lasen wel eens over borstvoeding. Vrouwen die niet lezen over borstvoeding zijn vaker laagopgeleid en hebben meerdere kinderen. De folders van La Leche League [LLL] en de Vereniging Borstvoeding Natuurlijk [VBN] worden als bruikbaar tot zeer bruikbaar gezien. De rol bij het (gaan) geven en doorgaan met borstvoeding van deze folders is beperkt. Het zijn vooral hoogopgeleide moeders die de folders lezen.

Bijna een kwart van de vrouwen geeft aan de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' te kennen en ruim een derde kent het tijdschrift 'BV Borstvoeding'. De opleiding van de moeder speelt hierbij nauwelijks een rol, wel kennen moeders die bevallen zijn van hun eerste kind het tijdschrift vaker. Het blad bereikt een goede afspiegeling van de gehele doelgroep (onafhankelijk van de opleiding), wordt goed gelezen en als bruikbaar tot zeer bruikbaar beoordeeld. Het blad speelt echter eveneens een beperkte rol bij het (gaan) geven van en doorgaan met borstvoeding. Deze conclusie wordt bevestigd: vrouwen die de campagne kennen of het tijdschrift lezen, geven niet langer borstvoeding.

Internet wordt door slechts een derde van de vrouwen gebruikt om informatie over borstvoeding te vinden, van hen bezocht bijna tweederde de site www.borstvoeding.nl, minder dan 1 op de 10 vrouwen bezocht de site www.borstvoedingverdiengtijd.nl. Internet wordt met name gebruikt door hoogopgeleide vrouwen die zijn bevallen van hun eerste kind.

Wij concluderen dat moeders met een zuigeling van 0-6 maanden oud meer lezen dan op internet surfen, immers:

- 61% las de folders van La Leche League of Vereniging Borstvoeding Natuurlijk (vaker hoogopgeleide vrouwen),

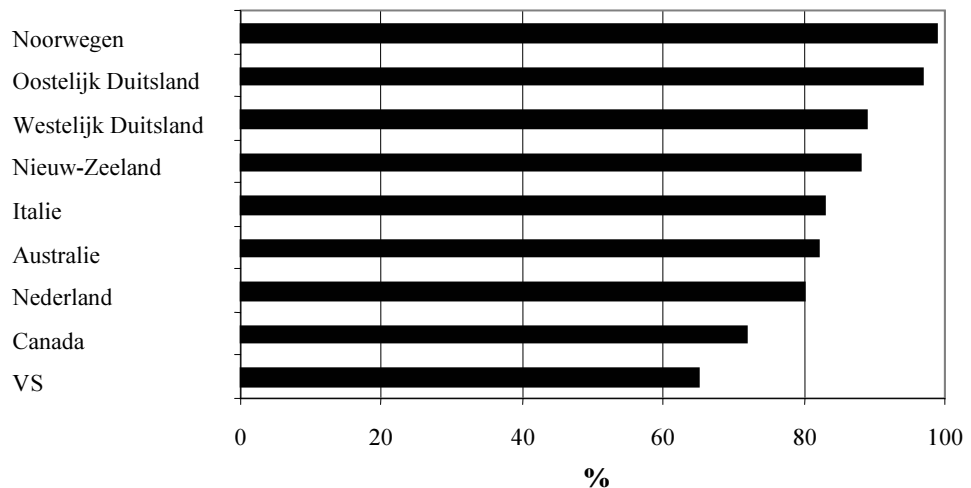
- 39% kent het recent gelanceerde blad ‘BV Borstvoeding’ (vooral moeders die bevallen van een 1^e kind, *onafhankelijk* van hun opleiding),
- de folders van de borstvoedingorganisaties worden veel gelezen en als (zeer) positief beoordeeld, hetzelfde geldt voor het blad ‘BV Borstvoeding’,
- de folders van La Leche League en Vereniging Borstvoeding Natuurlijk worden als bruikbaar tot zeer bruikbaar beschouwd en spelen een beperkte rol spelen bij de overwegingen om borstvoeding te geven, er mee te beginnen en ermee door te gaan. Ook het blad ‘BV Borstvoeding’ wordt op deze wijze beoordeeld,
- internet speelt een mindere rol. Beduidend minder moeders geven aan dat zij de informatie van het net, of specifiek de website www.borstvoeding.nl en www.borstvoedingverdienttijd.nl gebruikt hebben bij hun overwegingen om borstvoeding te gaan geven, en bij het starten of doorgaan ermee,
- de publiekscampagne van het Voedingscentrum ‘Borstvoeding verdient tijd’, bereikt met het blad ‘BV Borstvoeding’ een goede afspiegeling van de doelgroep, vrouwen bevallen van een zuigeling tot 6 maanden oud,
- de bekendheid met de campagne ‘Borstvoeding verdient tijd’ en het lezen van het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’ blijken in dit onderzoek niet gerelateerd aan de duur van het geven van borstvoeding.

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	7
2	Methode.....	9
3	Resultaten.....	11
4	Discussie	19
5	Literatuur.....	23

1 Inleiding

Borstvoeding is de beste voeding als het gaat om de gezondheid van moeder en kind (Khedr et al. 2004). Wereldwijd bestaan er grote variaties in borstvoedingscijfers. In Nederland start 78% van de moeders met borstvoeding (Lanting et al. 2005). Figuur 1 toont ook de percentages moeders die starten met borstvoeding in enkele andere geïndustrialiseerde landen (who.int/nut/db_bfd.htm, 2003).



Figuur 1 Percentage moeders dat start met borstvoeding in Nederland en enkele andere geïndustrialiseerde landen (who.int/nut/db_bfd.htm, 2003)

Een derde van de borstvoedende moeders stopt in de eerste maand; nog maar de helft van de kinderen krijgt volledig borstvoeding als ze een maand oud zijn. Eenderde krijgt nog uitsluitend de borst bij 3 maanden en nog slechts één op de zes bij zes maanden. Daarnaast krijgt nog 10-15% in elke leeftijdsgroep borstvoeding in combinatie met flesvoeding (Lanting et al. 2003). Het WHO advies om de eerste 6 maanden uitsluitend borstvoeding te geven wordt in Nederland dus in zeer beperkte mate opgevolgd.

Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) heeft in december 2000 verzocht meer aandacht te besteden aan het stimuleren van borstvoeding. In antwoord daarop heeft het Voedingscentrum het Masterplan Borstvoeding ontwikkeld. De campagne ‘Borstvoeding verdient tijd’ is een uitvloeisel van het Masterplan. Doel van de campagne is te stimuleren dat meer vrouwen langer borstvoeding geven. Daarbij richt de aandacht zich niet alleen op het de moeders, maar ook op het verbeteren van de randvoorwaarden om met plezier en succes borstvoeding te geven. Een belangrijke interventie om de randvoorwaarde te verbeteren is de implementatie van certificering in het kader van het Baby Friendly Hospital Initiative (BFHI) van WHO/UNICEF (WHO, 2001).

De campagne is gestart in oktober 2002 en wordt door het Voedingscentrum in Den Haag i.s.m. andere organisaties zoals de borstvoedingorganisaties (La Leche League [LLL] en de Vereniging Borstvoeding Natuurlijk [VBN]), de stichting Zorg voor Borstvoeding en beroepsverenigingen, uitgevoerd. In het kader van deze campagne werd onder andere, in samenwerking met de Samenwerkende Borstvoeding Organisaties (SBO), het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’ ontwikkeld. Dit blad wordt door de verloskundige meegegeven aan zwangeren en bevat veel informatie over

borstvoeding. Ook is er een informatieve website www.borstvoedingverdientijd.nl aangemaakt. Het blad startte met een oplage van 120.000 per jaar, die inmiddels is gestegen tot 215.000. De site heeft, ondanks de geringe bekendheid die aan de naam van de site wordt gegeven, een gemiddeld aantal bezoekers van 7000 per maand. Verder is er een scala aan activiteiten die veelal gericht zijn op agendasetting. Daarnaast wordt het "Baby Friendly Hospital Initiative" (BFHI) van WHO/UNICEF sinds 1996 in Nederland geïmplementeerd. Dit gebeurt door de stichting Zorg voor Borstvoeding. Deze stichting certificeert reguliere instellingen in de gezondheidszorg. Certificering van de zorginstellingen biedt een betere begeleiding en ondersteuning, een kwalitatief beter borstvoedingbeleid (Lanting et al. 2005).

In dit onderzoek achterhalen we hoe moeders informatie tot zich nemen over borstvoeding: lezen zij of gebruiken ze het internet? Ook proberen we inzicht te krijgen in de producten van de borstvoedingorganisatie's: lezen moeders de folders, ervaren ze die als bruikbaar, en bezoeken ze de website? Tenslotte willen we vooral de parameters van de Voedingscentrum campagne 'Borstvoeding verdient tijd' onderzoeken; te weten het blad 'BV Borstvoeding' en de betreffende website. Hoe bekend zijn deze en hoe worden ze op hun bruikbaarheid beoordeeld, en geven inderdaad meer vrouwen langer borstvoeding?

2 Methode

Gekoppeld aan de landelijke peiling 2004/2005 naar het type melkvoeding van zuigelingen, zijn data verzameld over de bekendheid en de bruikbaarheid van het tijdschrift 'BV Borstvoeding' en de website www.borstvoedingverdiertijd.nl van het Voedingscentrum, als ook de folders van de borstvoedingorganisaties LLL en VBN en de website www.borstvoeding.nl. Daarnaast wordt er gevraagd of deze informatie een rol heeft gespeeld bij de overwegingen om borstvoeding te geven, het geven van borstvoeding en het doorgaan met borstvoeding. Deze gegevens zijn verzameld via een vragenlijst die wordt ingevuld door ouders van zuigelingen jonger dan zes maanden. De ouders krijgen de vragenlijst op het consultatiebureau. Alle bij het (destijds) Landelijk Centrum voor Ouder- en Kind Zorg (LC-OKZ: nu Z-org) aangesloten instellingen met ouder en kindzorg in hun pakket worden aangeschreven met de vraag of ze vijf consultatiebureaus kunnen selecteren om daar moeders te vragen om mee te doen aan het onderzoek. De organisaties worden verzocht om consultatiebureaus te kiezen met werkgebieden met uiteenlopende sociaal-economische status zodat de uiteindelijke gegevens representatief zijn voor alle lagen van de Nederlandse bevolking. Alle moeders die het consultatiebureau bezoeken met zuigelingen die op dat moment zes maanden of jonger waren, komen in aanmerking om mee te doen.

Gegevens en gegevensverzameling

In het kader van dit onderzoek is een aantal jaren geleden de vragenlijst "Melkvoeding van Zuigelingen" opgesteld. De vragenlijst bevat negen vragen over melkvoeding, waaronder (1) het type melkvoeding op het moment van invullen (borstvoeding, flesvoeding, borstvoeding + flesvoeding of anders), (2) het type melkvoeding vanaf de geboorte van het kind tot het moment van invullen, (3) de leeftijd van het kind in weken waarop kunstvoeding werd geïntroduceerd en (4) de leeftijd van het kind in weken waarop borstvoeding werd gestopt. Voor dit verkennend onderzoek zijn in de vragenlijst 31 vragen opgenomen die betrekking hebben op de bekendheid met de voorlichtingscampagne van het Voedingscentrum en andere voorlichting (zie ook: Bijlage A). Een aantal vragen heeft specifiek betrekking op:

- folders en tijdschriften (zes vragen);
- de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' en het tijdschrift 'BV Borstvoeding' (acht vragen);
- het internet (zeven vragen);
- de website www.borstvoeding.nl van de SBO en de website van het Voedingscentrum www.borstvoedingverdiertijd.nl (tien vragen).

Daarnaast worden vragen gesteld over de sociale achtergrond van de moeder en haar partner. De vragenlijsten worden op de consultatiebureaus uitgedeeld door de (assistent(e) van de) arts of de verpleegkundige aan de eerste twintig moeders die op een zitting verschijnen. Er wordt nadrukkelijk gevraagd geen selectie te maken op basis van de achtergrondkenmerken van de moeders. De moeders kunnen de lijst thuis invullen, eventueel met hulp van een tolk, en terugsturen aan TNO-KVL met behulp van een portvrije antwoordenvolp.

Via de antwoorden op de vragen hebben we ons een beeld gevormd van de kenmerken van groepen moeders die de kernvragen duidelijk beantwoord hebben. Wij hebben hun kenmerken vergeleken met die van de totale onderzoekspopulatie en zo nodig getoetst met de χ^2 test. Op deze manier hebben we ons een beeld gevormd van:

- De vrouwen die aangeven dat ze de specifiek ontwikkelde informatie over borstvoeding niet lezen;
- De vrouwen die aangeven dat ze folders van BorstvoedingOrganisatie LLL en Vereniging Borstvoeding Natuurlijk (VBN) lezen;
- De vrouwen die de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' kennen;
- De vrouwen die het tijdschrift 'BV Borstvoeding' kennen;
- De groep moeders die aangeven dat zij gebruikt hebben gemaakt van het internet.

Omdat in dit onderzoek de effecten van een aantal activiteiten van de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' centraal staan, wordt het tijdstip van introductie van kunstvoeding vergeleken voor de groep moeders die de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' en het tijdschrift 'BV Borstvoeding' kennen en zij die aangeven die niet te kennen (methode volgens Kaplan-Meier).

3 Resultaten

Van de 63 organisaties voor thuiszorg die we aanschreven voor deelname zegden er 52 (83%) toe; 5 (8%) deden niet mee wegens de grote werkbelasting of omdat er al ander onderzoek bij hen liep. De overige organisaties (n=6; 10%) reageerden te laat op onze oproep om deelname mogelijk te maken of reageerden niet. In totaal werden 5200 vragenlijsten verzonden aan 260 consultatiebureaus verspreid over geheel Nederland. Hiervan werden er 3009 (58%) ingevuld retour ontvangen. Van de teruggestuurde vragenlijsten werd 99% ingevuld door de moeder van het kind. In 1% van de gevallen betrof het iemand anders zoals de vader of een pleegmoeder. In 3 (<1%) gevallen was het onduidelijk wie de vragenlijst invulde. Tabel 1 geeft enkele kenmerken van de deelnemende moeder/kind paren.

Tabel 1 Geselecteerde kenmerken van de studiepopulatie

Kenmerk	N	% [#]
Type bevalling		
"Spontaan" vaginaal	1260	63
Kunstverlossing	737	37
Plaats bevalling		
Thuis	983	33
Ziekenhuis	2003	67
Elders	11	0,4
Geslacht kind		
Jongen	1557	52
Meisje	1439	48
Rangorde kind		
Eerste kind	1457	49
Tweede kind	1110	37
Derde kind	352	12
Vierde en hoger	84	3
Geboorteland moeder		
Nederland	2818	94
Elders	184	6
Opleiding moeder*		
Laag	524	18
Middel	1251	43
Hoog	1164	40
Leeftijd moeder in jaren		
<i>n; mediaan (range)</i>	2990	31 (15-46)
Zwangerschapsduur in weken		
<i>n; mediaan (range)</i>	510	40 (27-45)
Leeftijd kind bij invullen vragenlijst in weken		
<i>n; mediaan (range)</i>	2950	30 (0-30)

[#] Percentages zijn opgeteld niet altijd gelijk aan 100,0% in verband met afrondingsverschillen

* Laag: (geen) lagere school, LBO, MAVO; Middel: MBO, HAVO, VWO; Hoog: HBO, WO

In onze steekproef gaf 6% van de moeders aan niet in Nederland geboren te zijn, tegenover 24% in de algemene populatie vrouwen in de fertiele levensfase. In de steekproef is 40% van de moeders hoog opgeleid. In de algemene Nederlandse populatie in de fertiele levensfase is dat 29%. Behalve een relatieve ondervertegenwoordiging van vrouwen geboren buiten Nederland is er dus een oververtegenwoordiging van hoog opgeleide vrouwen. De gemiddelde leeftijd, de verdeling jongens/meisjes, de gemiddelde zwangerschapsduur, de verdeling van plaats van en het type bevalling komen overeen met landelijke cijfers.

Van 3 (0,3%) van de in totaal 3009 kinderen was het type voeding op het moment van de peiling onbekend. Van de overige 3006 zuigelingen kreeg 39% (n=1158) ten tijde van de peiling uitsluitend borstvoeding; 50% (n=1488) kreeg uitsluitend kunstvoeding en 11% (n=343) kreeg beide. Zeventien (1%) kinderen kregen een andere melkvoeding zoals verdunde halfvolle (koe)melk. Niet alle vragen zijn door alle respondenten ingevuld, moeders bijvoorbeeld die kunstvoeding geven vullen een aantal vragen niet in.

De folders en tijdschriften

Tabel 2 geeft de resultaten van de vragen gericht op folders en tijdschriften.

Tabel 2 Het lezen van folders en tijdschriften, de beoordeling ervan en de rol bij het borstvoeding gedrag

Vraag (n= aantal antwoorden)	Antwoord	%#
Hebt u over borstvoeding gelezen? (n=2989)	Ja, vaak	47
	Ja, wel eens	47
	Nee, nooit	6
Las u de folders van La Leche League of Vereniging Borstvoeding Natuurlijk? (n=2812)	Ja	61
	Nee	39
Wat vond u van de informatie in deze folders? (n=1712)	Zeer bruikbaar	29
	Bruikbaar	67
	Onbruikbaar	2
Speelde het een rol bij uw overwegingen om borstvoeding te gaan geven? (n=1704)	Ja	19
	Nee	80
	Weet niet	1
Een rol bij het geven van borstvoeding (n=1695)	Ja	32
	Nee	66
	Weet niet	2
Een rol bij het doorgaan (n=1695)	Ja	26
	Nee	70
	Weet niet	4

Percentages zijn opgeteld niet altijd gelijk aan 100% in verband met afrondingsverschillen

Het blijkt dat 2989 moeders de vraag “Hebt u over borstvoeding gelezen?” beantwoord hebben. Ja, vaak antwoordt ruim 47%, nog eens 47% zegt wel eens. Slechts 6% geeft aan nooit over borstvoeding te lezen. De vraag of de folders van LLL of VBN gelezen worden, hebben 2812 moeders beantwoord. Van hen zegt 61% dat ze die folders

gelezen hebben, 39% heeft die niet gelezen. De vraag “Wat vond u van de informatie in deze folders” kon alleen door de vrouwen die de folders gelezen hebben beantwoord worden, dat zijn er 1712. Deze vrouwen geven aan hoe de informatie van de folders beoordeeld wordt: 29% vindt die zeer bruikbaar, 67% bruikbaar en tenslotte 2% onbruikbaar. Bijna alle 1712 vrouwen die de folders beoordelen geven vervolgens aan of het een rol speelde bij hun overwegingen om borstvoeding te gaan geven, bij het geven of bij het doorgaan (resp. 1704, 1699 en 1695 moeders). Over het algemeen spelen de folders een beperkte rol bij het (gaan) geven van of doorgaan met borstvoeding: 19% zegt dat de informatie een rol speelde bij de overwegingen om borstvoeding te gaan geven, 80% geeft aan dat het geen rol speelde, 1% weet het niet; 32% geeft aan dat de folders een rol hebben gehad bij het geven van borstvoeding, 66% zegt dat het geen rol speelde, 2% weet het niet; 26% meent dat het een rol speelde bij het doorgaan met borstvoeding en 70% antwoordt dat het geen rol speelt bij het doorgaan, 4% weet het niet.

Welke vrouwen lezen de specifiek daartoe ontwikkelde informatie over borstvoeding, en welke niet? We vergeleken daartoe de groep die nooit over borstvoeding leest (degenen die de vraag ‘Hebt u over borstvoeding gelezen?’ met nee, nooit beantwoord hebben, n=188) met de totale groep (n=3009). Vrouwen die aangeven dat ze nooit over borstvoeding lezen zijn vaker laag opgeleid (17% versus 7% in de gehele steekproef, χ^2 test $p<0,001$), lijken vaker te roken (17% versus 12%, χ^2 test $p=0,056$), en zijn vaker bevallen van een tweede, derde of vierde kind (62% versus 52%, χ^2 test $p<0,001$).

Om inzicht te krijgen welke vrouwen de folders van LLL en VBN lezen, hebben we de groep vrouwen die de vraag ‘Las u de folders van La Leche League of Vereniging Borstvoeding Natuurlijk?’ met ja beantwoord heeft (n=1713) ook vergeleken met de totale onderzoeksgroep (n=3009). Deze vrouwen zijn vaker hoogopgeleid (44% versus 38%, χ^2 test $p<0,001$) en roken minder vaak (9% versus 12%, χ^2 test $p=0,001$).

Conclusie: Bijna alle vrouwen lezen wel eens over borstvoeding, de helft doet dat vaak. Vrouwen die niet lezen over borstvoeding zijn vaker laagopgeleid en hebben meerdere kinderen. De folders van LLL en VBN worden door 61% van de moeders gelezen en als bruikbaar tot zeer bruikbaar gezien. De rol bij het (gaan) geven en doorgaan met borstvoeding van deze folders is beperkt. Het zijn vooral hoogopgeleide moeders die deze folders lezen.

De campagne ‘Borstvoeding verdient tijd’ en het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’

Tabel 3 presenteert de resultaten aangaande de campagne ‘Borstvoeding verdient tijd’ en het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’.

Tabel 3 Bekendheid met en beoordeling van de campagne ‘Borstvoeding verdient tijd’ en het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’ en de rol bij het borstvoeding gedrag

Vraag (n=aantal antwoorden)	Antwoord	% [#]
Kent u de campagne ‘Borstvoeding verdient tijd’? (n=2807)	Ja	22
	Nee	74
	Weet niet	4
Kent u het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’? (n=2812)	Ja	39
	Nee	60
	Weet niet	2
Hebt u het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’ gelezen? (n=1084)	Ja	87
	Nee	13
Hoe hebt u het gelezen? (n=947)	Doorgebladerd	11
	Een paar artikelen	40
	(Bijna) helemaal	50
Wat vond u van de informatie in ‘BV Borstvoeding’? (n=959)	Zeer bruikbaar	21
	Bruikbaar	71
	Onbruikbaar	2
	Weet niet	6
Speelde het een rol bij uw overwegingen? (n=1097)	Ja	12
	Nee	85
	Weet niet	3
Een rol bij het geven van borstvoeding? (n=1084)	Ja	20
	Nee	77
	Weet niet	3
Een rol bij het doorgaan? (n=1085)	Ja	16
	Nee	79
	Weet niet	5

[#] Percentages zijn opgeteld niet altijd gelijk aan 100% in verband met afrondingsverschillen

De bekendheid met de campagne van het Voedingscentrum ‘Borstvoeding verdient tijd’ is aangegeven door 2807 moeders, waarvan 74% de campagne niet kent tegenover 22% die de campagne wel kent. Bijna 4% weet van zichzelf niet of ze met die campagne bekend zijn. Op de vraag: “Kent u het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’?” geven 2812 moeders antwoord; 60% kent het blad niet, 39% kent ‘BV Borstvoeding’ wel. Van de vrouwen die aangeven het blad te kennen, beantwoorden 1084 moeders de vraag of ze het blad ook gelezen hebben: 87% van de vrouwen die het blad kennen geeft aan het blad ook gelezen te hebben, 13% heeft ‘BV Borstvoeding’ niet gelezen. Als het gelezen is, beantwoorden 947 moeders de vraag hoe ze het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’ hebben gelezen: 49% heeft het helemaal gelezen, 40% las een paar artikelen en 11% heeft het doorgebladerd. De vraag over de bruikbaarheid van de informatie in ‘BV Borstvoeding’ is beantwoord door 959 moeders. De informatie uit ‘BV Borstvoeding’ wordt als bruikbaar beoordeeld door 71% terwijl daarnaast ook 21% de informatie zeer bruikbaar noemt. Tenslotte geeft 6% geen oordeel (weet niet) en 2% noemt de informatie in ‘BV Borstvoeding’ onbruikbaar. Bijna alle vrouwen die het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’ kennen geven antwoord op de vragen of het een rol speelde bij hun overwegingen om borstvoeding te gaan geven (1097 vrouwen), een rol speelde bij het geven van borstvoeding (1084) of bij het doorgaan met borstvoeding (n=1085). Over

het algemeen geven de vrouwen aan dat het tijdschrift 'BV Borstvoeding' geen rol speelt bij hun overwegingen om borstvoeding te gaan geven, bij het geven van borstvoeding of bij het doorgaan (resp. 85%, 77% en 79%).

Wij zijn speciaal geïnteresseerd welke vrouwen bekend zijn met de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' en het tijdschrift 'BV Borstvoeding'. Hiertoe vergeleken we de groep vrouwen die de vraag 'Kent u de campagne 'Borstvoeding verdient tijd'' en 'Kent u het tijdschrift 'BV Borstvoeding'' met ja beantwoord hebben (respectievelijk $n=628$ en $n=1085$) met de totale groep ($n=3009$). De opleiding van moeder speelt bij beiden nauwelijks een rol: het blad bereikt een goede afspiegeling van de totale doelgroep. Meer moeders die bevallen van hun 1^e kind kennen het tijdschrift (56% versus 49%, χ^2 test $p=0,005$).

De bekendheid met de campagne van het Voedingscentrum 'Borstvoeding verdient tijd' is ook afgezet tegen de duur van de periode waarin de moeders aangeven volledig borstvoeding te geven. De mediaan voor de duur is 6 weken (95% Betrouwbaarheids Interval [BI] 5-7 weken) zowel bij de vrouwen die de campagne kennen als bij diegene die de campagne niet kennen. Vrouwen die de campagne kennen, geven niet langer borstvoeding (Kaplan-Meier, $p=0,64$).

Ook de bekendheid met het tijdschrift 'BV Borstvoeding' is afgezet tegen de duur waarin moeders borstvoeding geven: vrouwen die aangeven het tijdschrift 'BV Borstvoeding' te lezen, geven 6 (95% BI 5-7) weken borstvoeding, vrouwen die aangeven het blad niet te lezen weliswaar 4 weken (95% BI 2-6) doch dit verschil bleek statistisch niet significant (Kaplan-Meier, $p=0,11$).

Conclusie: Bijna een kwart van de vrouwen geeft aan de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' te kennen en ruim een derde kent het tijdschrift 'BV Borstvoeding'. De opleiding van de moeder speelt hierbij nauwelijks een rol, wel kennen moeders die bevallen zijn van hun eerste kind het tijdschrift vaker. Het blad wordt goed gelezen (de helft leest het helemaal) en als bruikbaar tot zeer bruikbaar beoordeeld. Het blad speelt slechts een beperkte rol bij het (gaan) geven van en doorgaan met borstvoeding. Vrouwen die de campagne kennen of het tijdschrift lezen, geven niet langer borstvoeding.

Internet en de websites www.borstvoeding.nl van de SBO en www.borstvoedingverdiendtijd.nl van het Voedingscentrum

Tabel 4 geeft de verdeling van de antwoorden op de vragen met betrekking tot het internet en de websites www.borstvoeding.nl en www.borstvoedingverdiendtijd.nl.

Tabel 4 Internet en de rol bij het borstvoeding gedrag en het bezoek aan de websites www.borstvoeding.nl en www.borstvoedingverdiëntijd.nl en het gedrag m.b.t. het geven van borstvoeding

Vraag (n=aantal antwoorden)	Antwoord	% [#]
Maakte u gebruik van internet om informatie te vinden? (n=2989)	Ja	32
	Nee	68
Bezocht u de site www.borstvoeding.nl ? (n=1008)	Ja	61
	Nee	32
	Weet niet	7
Wat vond u van de informatie op de site? (n=615)	Zeer bruikbaar	19
	Bruikbaar	74
	Onbruikbaar	3
	Weet niet	4
Speelt de site een rol bij uw overwegingen? (n=608)	Ja	13
	Nee	85
	Weet niet	2
Een rol bij het geven van borstvoeding? (n=608)	Ja	22
	Nee	75
	Weet niet	32
Een rol bij het doorgaan? (n=607)	Ja	25
	Nee	70
	Weet niet	5
Bezocht u de site borstvoedingsverdiëntijd.nl ? (n=1008)	Ja	7
	Nee	90
	Weet niet	3

[#] Percentages zijn opgeteld niet altijd gelijk aan 100% in verband met afrondingsverschillen

Op de vraag ‘Maakte u gebruik van internet om informatie te vinden?’ gaven 2989 vrouwen een antwoord. Tweederde gaf aan geen gebruik gemaakt te hebben van internet (68%) en een derde antwoordt dat wel te gedaan te hebben (32%). 1008 vrouwen geeft antwoord op de vraag of ze de site www.borstvoeding.nl bezochten. Van hen geeft 61% aan die site inderdaad bezocht te hebben, 32% antwoordt nee en 7% weet het niet. Hoe de vrouwen de informatie op de site www.borstvoeding.nl vinden, hebben 615 vrouwen beantwoord: 74% vindt de informatie bruikbaar, 19% zeer bruikbaar en 4% weet het niet, terwijl 3% de informatie op de site www.borstvoeding.nl onbruikbaar noemt. Of de informatie op deze site ook een rol heeft gespeeld bij de overwegingen om borstvoeding te gaan geven, bij het geven van of doorgaan met borstvoeding geven resp. 608, 608 en 607 vrouwen aan. In het algemeen heeft het geen rol gespeeld hierbij. Bij 85% speelt het geen rol bij de overwegingen om borstvoeding te gaan geven. Ook geeft 75% aan dat de informatie van de site www.borstvoeding.nl geen rol speelt bij het geven van borstvoeding, en 70% bij het doorgaan met borstvoeding.

De vraag ‘Bezocht u de site www.borstvoedingverdiëntijd.nl?’ is beantwoord door 1008 moeders. Daarvan geeft 7% aan de site bezocht te hebben, 3% weet het niet en 90% heeft de site niet bezocht. Daarom hebben we de vervolgvragen over deze site niet verder geanalyseerd; de aantallen zijn te klein om tot uitspraken te komen.

Wel hebben we ons een beeld gevormd van de groep moeders die gebruik maken van het internet. De vrouwen die de vraag ‘Maakte u gebruik van internet om informatie te vinden’ met ja beantwoord hebben (n=966) zijn ook vergeleken met de totale onderzoeksgroep (n=3009). Deze moeders zijn vaker hoogopgeleid (44% versus 38%, χ^2 test $p=0,001$) en zijn vaker bevallen van hun 1^e kind (62% versus 49%, χ^2 test $p<0,001$).

Conclusie: Internet wordt door een derde van de vrouwen gebruikt om informatie over borstvoeding te vinden. Van de vrouwen die internet gebruiken om informatie over borstvoeding te vinden, bezocht bijna tweederde de site www.borstvoeding.nl, minder dan 1 op de tien bezocht de site www.borstvoedingverdiensijd.nl. Internet wordt met name gebruikt door hoogopgeleide vrouwen die zijn bevallen van hun eerste kind.

4 Discussie

Het deel van de campagne van het Voedingscentrum ‘Borstvoeding verdient tijd’ dat zich richt op (aanstaande) moeders, bereikt met het blad ‘BV Borstvoeding’ een goede afspiegeling van de doelgroep: vrouwen bevallen van een zuigeling tot 6 maanden oud. De doelstelling ervan (meer vrouwen geven langer borstvoeding) is met dit type verkennend onderzoek niet aan te tonen. Welke specifieke informatie vrouwen tot zich nemen en hoe zij deze beoordelen zullen we stapsgewijs belichten.

Uit Tabel 2 blijkt dat vragen over de folders van de borstvoedingorganisaties frequent zijn beantwoord. Veelal worden de folders positief gewaardeerd: de informatie is (zeer) bruikbaar (95%). Daarnaast spelen ze een rol bij het geven van borstvoeding (32%) en het doorgaan (26%), minder bij de overwegingen om borstvoeding te gaan geven (19%).

De vragen over de campagne ‘Borstvoeding verdient tijd’ en het tijdschrift ‘BV Borstvoeding’ iets minder vaak beantwoord (Tabel 3). Het blad ‘BV Borstvoeding’ wordt veel gelezen (87%), vaak helemaal (49%). ‘BV Borstvoeding’ wordt eveneens positief gewaardeerd: 92% vindt de informatie (zeer) bruikbaar. De artikelen spelen eveneens een rol bij het geven van borstvoeding (20%), minder bij het doorgaan ermee (16%) of de overwegingen om het te gaan geven (12%).

Internet wordt door een derde van de vrouwen gebruikt (32%). Het betreft hier vooral hoogopgeleide moeders die bevallen van hun eerste kind. Dit komt overeen met een van de conclusies uit het rapport “Internetgebruiker en veranderingen in de zorg”: internet wordt vooral gebruikt door vrouwen die hoogopgeleid zijn (Van Rijen, 2005). Van de vrouwen die internet gebruikt bezocht 61% de website www.borstvoeding.nl van de SBO. De informatie op de website www.borstvoeding.nl werd als bruikbaar (74%) of zeer bruikbaar (19%) beoordeeld. Van de vrouwen internet die gebruikt om informatie over borstvoeding te zoeken, bezocht 7% de site www.borstvoedingverdiengtijd.nl. Over de gehele populatie genomen bereikt de site $7\% * 32\% = 2\%$ van de doelgroep. Dit lage bereik van de site www.borstvoedingverdiengtijd.nl volgens de enquête is niet in overeenstemming met het gemiddeld aantal bezoekers per maand, namelijk 7000. Op jaarbasis wordt de site dus zo’n 84000 keer bezocht. Ter vergelijking, jaarlijks worden er in Nederland ongeveer 190.000 kinderen geboren. Enerzijds is het mogelijk dat de site door een beperkte groep vrouwen regelmatig wordt bezocht. Anderzijds is het niet ondenkbaar dat de site wel bezocht werd, maar dat dit niet tot een vast gedragspatroon heeft geleid en daardoor door de moeders niet als zodanig in de enquête werd aangegeven. Ook is het waarschijnlijk dat veel bezoekers de site bezoeken via een andere gerelateerde site (doorklikken) waardoor de site niet aan de naam herkend zal worden. Op de verschillende websites over borstvoeding kan ruim doorgeklikt worden naar sites van andere organisaties. Daarom is het denkbaar dat men misschien wel op de site is geweest, ondanks dat met de naam niet kent (bijv. door te ‘googelen’). In de campagne-uitingen wordt ook niet de naam van deze specifieke site genoemd, maar die van het Voedingscentrum. Over de informatie die vooral op internet gezocht werd kon geen uitspraak gedaan worden als gevolg van de kleine aantallen vrouwen die aangaven internet te gebruiken.

Het valt op dat de vragen over de folders en tijdschriften van de borstvoedingorganisaties frequent zijn beantwoord. Veelal worden de folders positief gewaardeerd. De vragen over de campagne ‘Borstvoeding verdient tijd’ en het

tijdschrift 'BV Borstvoeding' werden iets minder vaak beantwoord. Alle informatie werd positief beoordeeld. Het is opvallend dat het feit of vrouwen de campagne en het blad kennen onafhankelijk is van de opleiding van vrouwen. De wijze waarop het de campagne (massamediaal) en het blad (via verloskundigen) gepresenteerd worden draagt hier waarschijnlijk aan bij.

Zowel de folders als het blad 'BV Borstvoeding' spelen een beperkte rol bij het (gaan) geven van en doorgaan met borstvoeding. Het moment waarop de informatie wordt uitgereikt speelt hierbij zeker een rol. De beslissing om borstvoeding te geven wordt veelal al voor de zwangerschap genomen (Matthews et al. 1998, Van Wouwe et al. 2003). Daar komt bij dat uit onderzoek bekend is dat de beslissing om borstvoeding te gaan geven door vrijwel alle vrouwen op eigen initiatief wordt genomen, dus onafhankelijk van zorgprofessionals (Van Wouwe et al. 2003). Wat betreft het doorgaan met borstvoeding is, behalve voorbereiding prenataal, vooral de periode na de bevalling van belang.

Het blad 'BV Borstvoeding' wordt door de verloskundige meestal tijdens één van de eerste bezoeken uitgereikt als voorbereiding op het geven van borstvoeding. Gezien bovenstaande kan het tijdschrift dus maar een beperkte rol spelen bij alle aspecten. Wat ook speelt is dat er voor de meeste respondenten een behoorlijke periode zit tussen het moment waarop zij het tijdschrift krijgen uitgereikt en het moment waarop zij de vragenlijst invullen.

De folders van de borstvoedingorganisaties worden niet standaard uitgereikt door verloskundigen. Sommigen delen de algemene folders uit, terwijl de themafolders door de moeders zelf tegen betaling worden aangeschaft.

Gelet op het moment waarop de keuze om wel of geen borstvoeding te geven wordt gemaakt, verdient het aanbeveling in de toekomst meer aandacht aan borstvoeding te besteden tijdens preconceptie advisering. Wat betreft de duur van de borstvoedingsperiode het eerste contact met de JGZ (Jeugdgezondheidszorg) op de leeftijd van 2 weken van belang. Ook is een goede overgang van kraamzorg naar de JGZ daarbij essentieel (kwaliteit van de ketenzorg).

Het doel van de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' is te stimuleren dat meer vrouwen langer borstvoeding geven. In het hier gepresenteerde onderzoek is er geen relatie aangetoond tussen de duur van het geven van borstvoeding en de bekendheid met de campagne of het tijdschrift 'BV Borstvoeding'.

Bij de hier gepresenteerde resultaten dient een kanttekening geplaatst te worden. Deze steekproef bevat een relatief hoog aandeel hoog opgeleide vrouwen (40% in de steekproef versus 29% in de algemene populatie) en het aandeel vrouwen dat buiten Nederland geboren is, is onevenredig laag (6% in de steekproef versus 24% in de algemene populatie). Laagopgeleide allochtone vrouwen (die vaker borstvoeding geven) zijn sterk ondervetegenwoordigd. Daar uit de resultaten blijkt dat met name hoogopgeleide vrouwen lezen over borstvoeding en het internet gebruiken zullen de hier gepresenteerde cijfers naar verwachting in werkelijkheid lager liggen. Daarentegen zullen de onderlinge verhoudingen gehandhaafd blijven. Hoogopgeleiden onderkennen meer het belang van preventie en kennen de inhoud van preventie programma's beter. Zij profiteren in het algemeen meer van preventie programma's (Reijneveld 1998). Dit is een verschijnsel dat ook bij de niet roken campagnes gevonden wordt (Crone 2000).

Samenvattend concluderen we dat moeders met een zuigeling van 0-6 maanden oud meer lezen dan op internet surfen, immers:

- 61% las de folders van La Leche League of Vereniging Borstvoeding Natuurlijk (vaker hoogopgeleide vrouwen),
- 39% kent het recent gelanceerde blad 'BV Borstvoeding' (vooral moeders die bevallen van een 1^e kind, *onafhankelijk* van hun opleiding),
- de folders van de borstvoedingsorganisaties worden veel gelezen en als (zeer) positief beoordeeld, hetzelfde geldt voor het blad 'BV Borstvoeding',
- de folders van La Leche League en Vereniging Borstvoeding Natuurlijk worden als bruikbaar tot zeer bruikbaar beschouwd en spelen een beperkte rol spelen bij de overwegingen om borstvoeding te geven, er mee te beginnen en ermee door te gaan. Ook het blad 'BV Borstvoeding' wordt op deze wijze beoordeeld,
- internet speelt een mindere rol. Beduidend minder moeders geven aan dat zij de informatie van het net, of specifiek de website www.borstvoeding.nl en www.borstvoedingverdientijd.nl gebruikt hebben bij hun overwegingen om borstvoeding te gaan geven, en bij het starten of doorgaan ermee,
- de publiekscampagne van het Voedingscentrum 'Borstvoeding verdient tijd', bereikt met het blad 'BV Borstvoeding' een goede afspiegeling van de doelgroep, vrouwen bevallen van een zuigeling tot 6 maanden oud,
- de bekendheid met de campagne 'Borstvoeding verdient tijd' en het lezen van het tijdschrift 'BV Borstvoeding' zijn in dit onderzoek niet gerelateerd met de duur van het geven van borstvoeding.

•

5 Literatuur

KHEDR EMH, FARGHALY WMA, EL-DIN AMRY S, OSMAN AAA. Neural maturation of breastfed and formula-fed infants. *Acta Paediatr* 2004;93:734

LANTING CI, WOUWE JP van, REIJNEVELD SA. Infants feeding practices in the Netherlands and associated factors. *Acta Pædiatrica* 2005;94:935

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Global Data Bank on Breastfeeding. URL:http://www.who.int/nut/db_bfd.htm

WORLD HEALTH ORGANIZATION. The optimal duration of exclusive breastfeeding: Report of an expert consultation. Geneva: WHO, 2001

LANTING CI, Borstvoeding in Nederland, een nadere beschouwing Achtergrondkenmerken, redenen en motieven, en het effect van het BFHI. Leiden: TNO Kwaliteit van Leven, Publ nr 2005.080

LANTING CI, HERSCHDERFER K, WOUWE JP van, REIJNEVELD SA. Effect van invoering van het 'Baby Friendly Hospital Initiative' op het geven van borstvoeding in Nederland. Leiden: TNO Preventie en Gezondheid, Publ nr 2003.212

MATTHEWS K, WEBBER K, MCKIM E, BANOUB-BADDOUR S, LARYEA M. Maternal infant-feeding decisions: reasons and influences. *Can J Nurs Res* 1998;30:177

WOUWE JP van, HERSCHDERFER K, VERKERK PH, REIJNEVELD SA LANTING CI. Resultaten van de landelijke peiling 'melkvoeding van zuigelingen 2001-2002. *TSG* 2003;6:327

REIJNEVELD SA. The impact of individual and area characteristics on socioeconomic differences in health and smoking. *Int J Epidemiol* 1998;27:3

RIJEN AJG van. Internetgebruiker en veranderingen in de zorg. Zoetermeer: Raad voor de Volksgezondheid en Zorg, 2005

CRONE MR, HIRASING RA, BURGMEIJER RJ. Prevalence of passive smoking in infancy in The Netherlands. *Patient Educ Couns.* 2000;39:149