



Wat levert '10 000 Stappen' nu op?

-

Resultaten van het project '10 000 Stappen Gent'

Via een Vlaams wetenschappelijk onderzoek is nagegaan of de aanpak van '10 000 stappen' wel effectief is om de Gentse bevolking (Stad Gent –België) te bereiken en om haar tot beweging aan te zetten. Het onderzoek werd uitgevoerd door de onderzoeksgroep 'Fysieke Activiteit, Fitheid en Gezondheid' van de vakgroep Bewegings- & Sportwetenschappen van Universiteit Gent.

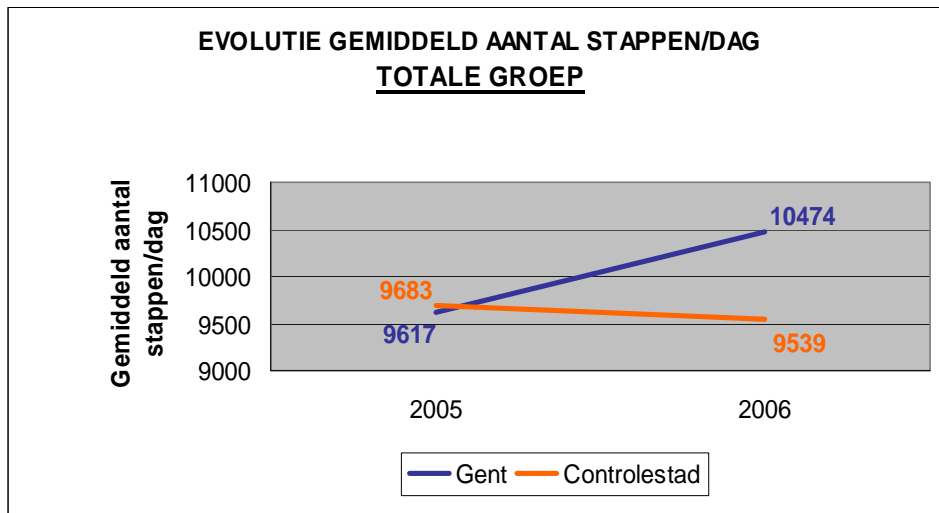
Procedure onderzoek

Om te achterhalen of de campagne nu écht wel succesvol was, werd de hoeveelheid fysieke activiteit bij honderden Gentenaars **vóór en na** een jaar blootstelling aan het "10 000 stappen"-project vergeleken. Om er zeker van te zijn dat eventuele veranderingen te wijten zijn aan de bewegingscampagne, werden de gegevens van de onderzochte Gentenaars vergeleken met gegevens uit een **controlegroep van een andere stad** waar geen campagne heeft plaatsgevonden. Deze inwoners van de controlestad werden dus ook vóór en na de interventiecampagne bevroegd. Bijkomend werd de bekendheid nagegaan en een zgn. SWOT-analyse gemaakt om sterke en zwakke punten, alsook kansen en valkuilen van een dergelijk project te identificeren.

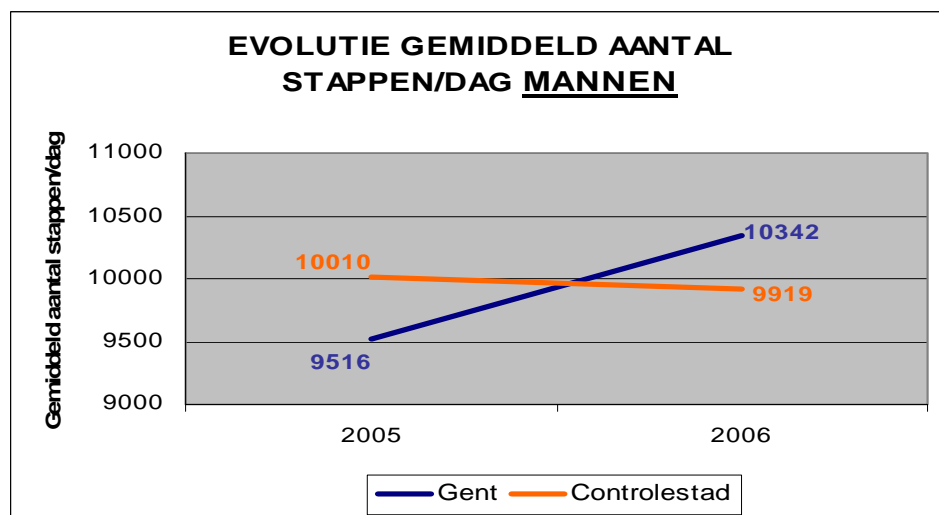
Resultaten

Hoeveel stappen per dag had men gemiddeld vóór en na de campagne?

Op de volgende pagina vindt u 3 grafieken waarin een antwoord wordt gegeven op deze vraag. Op de grafieken ziet u telkens de **gegevens uit Gent in vergelijking met de gegevens uit de controlestad**; eerst voor de totale groep, dan voor mannen en vrouwen afzonderlijk. De leeftijd van de betrokken populatie varieerde van 25 tot 75 jaar.

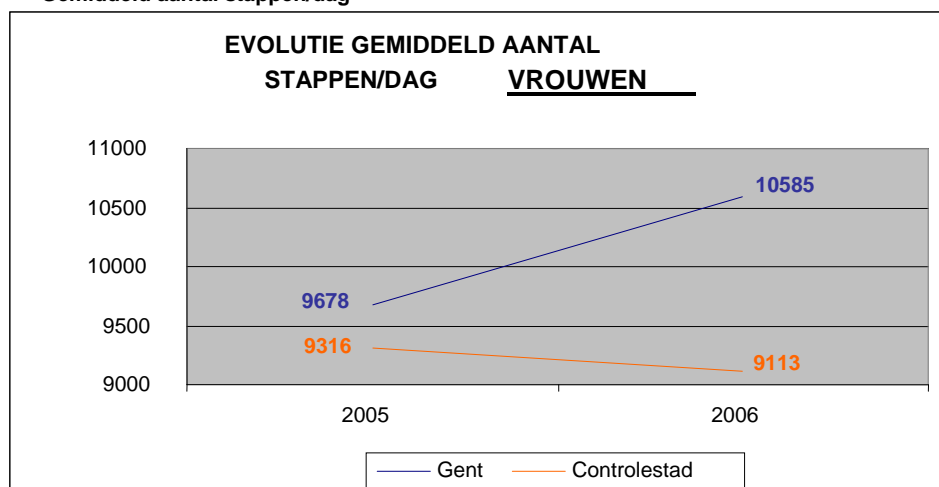


Grafiek 1



Grafiek 2

Gemiddeld aantal stappen/dag



Grafiek 3

Besluit:

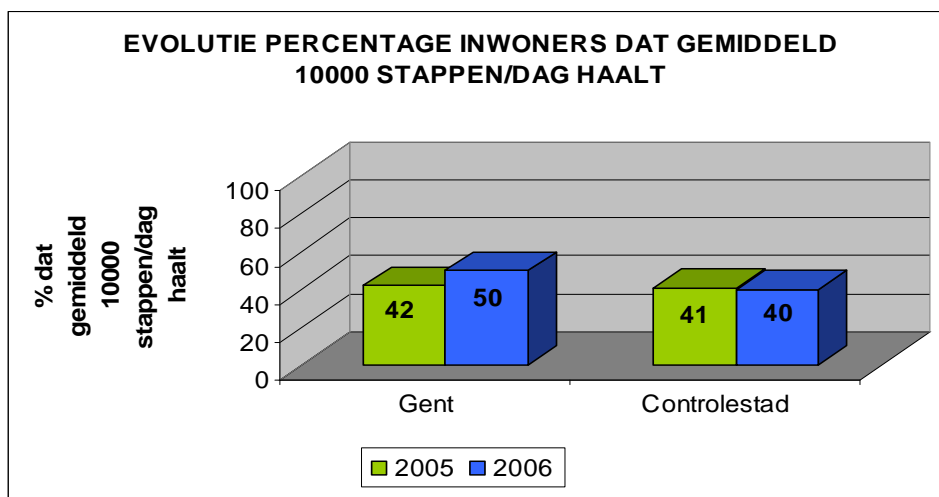
De totale groep Gentenaars (*grafiek 1*) zette na 1 jaar campagne gemiddeld 860 stappen/dag meer, waardoor het **gemiddelde boven de 10000 stappen/dag** komt te liggen. Dit geldt zowel voor Gentse mannen als vrouwen (*grafiek 2 en 3*).

In de controlestad is deze vermeerdering niet waar te nemen. Zowel voor als na de Gentse interventie ligt het gemiddelde in de controlestad onder 10000 stappen/dag.

Als de verschillende leeftijdscategorieën afzonderlijk bekeken worden, zien we voor de Gentenaars bij elke afzonderlijke leeftijdsgroep opnieuw een stijgende evolutie in het gemiddeld aantal stappen/dag. Ondanks de stijging blijft het gemiddeld aantal stappen/dag van de 2 oudste leeftijdsgroepen (56-75 jarigen) onder de 10000.

De waarden uit de controlestad, afzonderlijk voor de 5 leeftijdsgroepen, blijven opnieuw ongeveer gelijk of nemen af na 1 jaar.

Hoeveel % haalt de norm van 10 000 stappen per dag vóór en na de campagne?



Voor de campagne haalde 42 % van de Gentenaars gemiddeld 10000 stappen per dag. Na 1 jaar campagnevoering is dat aantal **gestegen met 8 %**, waardoor de helft van de Gentse bevolking voldoende dagelijkse beweging had. **In de controlestad echter was er geen positieve verandering** waarneembaar en bleef het aandeel inwoners dat dagelijks voldoende beweegt op 40 %.

Bekendheid van de "10 000 Stappen"-campagne?

Hier kan u de resultaten lezen van de vragenlijst die nagaat hoe goed de campagne gekend is.

In onderstaande tabel vindt u de top-10 van opgegeven informatiebronnen van de campagne. Gentenaars die tijdens het projectjaar over de campagne gehoord hadden, rapporteerden voor het grootste deel de media en straatborden (64 %) als informatiebron en in mindere mate de gezondheidszorg (20 %).

Top-10 van opgegeven informatiebronnen rond “10 000 stappen Gent”

| | |
|--------------------|--------------------------|
| 1. Geschreven pers | 6. Radio |
| 2. Lokale TV | 7. Vrienden |
| 3. Straatbeeld | 8. Sportdienst |
| 4. Mutualiteit | 9. Internet |
| 5. Werk/bedrijf | 10. Andere stadsdiensten |

Ongeveer een vierde van alle Gentenaars vermeldden spontaan de “10000 stappen”-campagne als informatiebron rond ‘beweging’. En 63 % van de Gentse inwoners bevestigden dat ze het “10 000 stappen”-project kennen.

Vooraf de verkoop van pedometers is een gekende actie en ook de ‘stappenpalen’ in de binnenstad werden opgemerkt. Het best gekende verkooppunt van de pedometers is de stadswinkel, gevolgd door de sportdienst en de Gentse apotheken.

Ongeveer 14 % van de Gentenaars heeft het afgelopen jaar op eigen houtje een pedometer gebruikt. Het merendeel van de bevolking gebruikt de stappenteller tegenwoordig niet meer of slechts af en toe. Toch is 64 % ervan overtuigd dat het dragen van een stappenteller helpt om het bewegingsgedrag positief te veranderen.

SWOT-analyse**‘STRENGTHS’ OF STERKE PUNTEN**

Via het project “10 000 stappen Gent” ...

- Is er een stijging in de dagelijkse hoeveelheid beweging van de Gentenaar
 - Zie 4.2.1 en 4.2.2, p 30 tem 32

- Is de populatie ervan overtuigd dat dagelijks voldoende bewegen
 - bijdraagt tot een betere gezondheid.
 - een vorm van sport is, die in te passen is in het dagelijkse leven.
 - bijdraagt tot een goede conditie en het verhogen van het welzijn.
 - bijdraagt tot een vlotter verkeer door minder gebruik te maken van de wagen en van andere gemotoriseerde voertuigen.

- Is dagelijkse beweging geïntegreerd in het straatbeeld
 - “10 000 stappen”-palen (zie 3.3.2 pijler B, p. 18)
 - “10 000 stappen”-affiches (analoog),..
- Zijn bemiddelaars meer gemotiveerd om een actieve levensstijl te gaan promoten naar een brede en gevarieerde populatie aan de hand van het 10000-stappen-project (bedrijven, kinesitherapeuten, huisartsen, ziekenhuizen, beroepsverenigingen, diëtisten, scholen, ...).
- Is de interventie ook wetenschappelijk geëvalueerd (zie 4.2.1-3, p 30 tem 33)
- Is de **campagne klaar om te verspreiden naar andere regio's in Vlaanderen.**
- Is er voor alle uiteenlopende organisaties en instanties een kant en klaar project beschikbaar om concreet te implementeren zonder hooglopende kosten dat bovendien wetenschappelijk onderbouwd is.
- Is er voldoende informatie en materialen beschikbaar die reeds hun degelijkheid hebben bewezen om de omgeving tot beweging aan te zetten.

'WEAKNESSES' OF ZWAKKE PUNTEN

Hoewel het project een groot succes kent, bestaan er ook enkele zwaktes die het project wat hebben beperkt ...

- Doordat het een niet-commercieel project betreft, wat op zich ook een voordeel is, is er sprake van financiële beperking waardoor grootschalige media- en promotiecampagnes soms niet mogelijk zijn.
- Het heeft enkele maanden tijd nodig gehad vooraleer het project heel goed werd gelanceerd en vooraleer de goede kanalen werden gevonden en gemobiliseerd.
- De “10 000 stappen”-boodschap, het nut van de pedometer en het belang van wetenschappelijk betrouwbaar materiaal is niet altijd even gemakkelijk over te brengen aan de populatie.
- Sommige, heel sedentaire, bevolkingsgroepen zijn nog steeds heel moeilijk te bereiken ondanks de laagdrempeligheid en de vele intermediairen (bv. kansarmen, sociaal geïsoleerden, ...).

'OPPORTUNITIES' OF KANSEN

Het project werd reeds volledig uitgewerkt en uitgetest in Gent en is nu kant en klaar voor allen die beweging willen promoten in de omgeving. Het project biedt dan ook heel wat mogelijkheden.

Via het "10 000 stappen"- project ...

- Kan men **via deze implementatiegids onmiddellijk een actieplan opstarten**.
- Is het mogelijk voor kleine en grote instanties om op korte en lange termijn een haalbaar gezondheidsbeleid te voeren op gebied van beweging.
- Is het nodige promotiemateriaal gratis ter beschikking via de website (www.10000stappen.be) om onmiddellijk de brede bevolking te informeren en te sensibiliseren over het belang van voldoende beweging.
- Is er heel goed gefundeerde wetenschappelijk informatie beschikbaar over gezondheid, beweging, pedometrie en bewegingspromotie.
- Is er reeds een basisbekendheid door het pilootproject dat werd uitgevoerd in Gent.

'THREATS' OF VALKUILEN

Hoewel het project veelbelovend is voor een brede uitbouw en heel mooie toekomstperspectieven biedt, moet men waakzaam zijn voor een aantal zaken die het voortbestaan van de campagne kunnen bedreigen ...

- Meer commerciële, maar niet altijd even betrouwbare, campagnes en projecten worden steeds talrijker die dezelfde boodschap willen verspreiden maar dit veelal op een niet wetenschappelijk gefundeerde manier doen. Dit kan zorgen voor **verwarring**, onduidelijkheid en verkeerde inlichting.
- Doordat het project niet langer wordt gecoördineerd vanuit een gecentraliseerde instantie (onderzoeksgroep Universiteit Gent) en dit slechts voor anderhalf jaar gebeurde, is het mogelijk dat sommige instanties niet voldoende tijd en energie overhouden om het project verder te onderhouden of uit te bouwen.
- De populatie moet **op een heel regelmatige basis in aanraking komen** met het beeld, de boodschap en de informatie vooraleer er sprake is van bewustmaking en gedragsverandering.

Dit kan frustrerend werken en vergt veel energie en inzet. Mensen die zich inzetten voor het project moeten zichzelf **haalbare doelen stellen** en **op een regelmatige basis de boodschap blijven herhalen**.

www.1000stappen.be

