

Nederland in Beweging!-televisie: Onderzoek naar de gebruikswaarde

Dr. S. P. J. Kremers¹

Dr. M. Bouman²

¹Capaciteitsgroep Gezondheidsvoorlichting, Universiteit Maastricht, Maastricht

²Bouman E&E Development, Gouda

Het televisieprogramma ‘Nederland in Beweging!-tv’ biedt een mix van beweegoefeningen, adviezen en tips over een gezonde en actieve leefstijl, met verwijzingen naar beweegactiviteiten in de regio. Een evaluatie-onderzoek naar de gebruikswaarde is uitgevoerd door middel van interviews tijdens de 50+ Beurs in Utrecht in september 2003. Van de regelmatige (wekelijkse) kijkers was het percentage dat actief meedoet met het programma ruim 67%. Het kijkerprofiel bleek vooral te verschillen ten aanzien van geslacht en Body Mass Index: vrouwen en mensen met een hoger relatief gewicht bleken vaker te kijken. De meeste kijkers waren positief over ‘Nederland in Beweging!-tv’, hetgeen werd onderstreept door een gemiddeld rapportcijfer voor het programma van 7,7 (standaarddeviatie 0,9).

Inleiding

Vanwege de grote mate van inactiviteit bij Nederlandse 55-plussers is op initiatief van landelijke organisaties op het terrein van sport, bewegen en gezondheid het televisieprogramma ‘Nederland in Beweging!-tv’ ontwikkeld dat sinds 3 januari 2000 dagelijks bij de AVRO is te zien. Dit televisieprogramma biedt een mix van beweegoefeningen, gedemonstreerd door twee presentatoren en een beweeggroep in de studio. Het programma bevat tevens adviezen en tips over een gezonde en actieve leefstijl met verwijzingen naar beweeg- en sportactiviteiten in de regio. ‘Nederland in Beweging!-tv’ is een coproductie van NOC*NSF en de AVRO. Het NOC*NSF treedt in deze op als coördinator en vertegenwoordiger namens het Ministerie van VWS en enkele landelijke gezondheidsbevorderende organisaties. Het is voor het eerst in de geschiedenis dat een door landelijke (gezondheidsbevorderende) organisaties geïnitieerd televisieprogramma

gedurende zoveel achtereenvolgende jaren wordt uitgezonden. Dagelijks kijken gemiddeld 150.000 mensen.

Begin 2004 is het vijfde uitzendseizoen van het programma gestart. Onderzocht is wat de praktische gebruikswaarde ervan is. De centrale vraagstelling luidde: 'Hoe gebruiken 55-plussers het programma *Nederland in Beweging!-tv*'? Nagegaan is of mensen die kijken ook daadwerkelijk meedoen met de oefeningen, en of zij de tips en wetenswaardigheden in hun dagelijks leven goed kunnen toepassen.

Methoden

Het onderzoek is uitgevoerd tijdens de 50+ Beurs in Utrecht in de periode van 24-28 september 2003. Gedurende vijf dagen hebben zes interviewers een gestructureerd interview afgenomen bij personen uit de doelgroep van 'Nederland in Beweging!-tv' kijkers. Bezoekers van 45 jaar en ouder werd gevraagd om mee te werken aan een kort interview. Bij 500 benaderde personen zijn in totaal 417 interviews (83,4%) gerealiseerd. Een volledig interview (met iemand die het programma kende en keek) duurde gemiddeld 25 minuten (voor meer informatie, zie [1]). De vragenlijst is opgesteld in overleg met experts op het gebied van evaluatieonderzoek en beweeggedrag. De lijst is gepretest bij vijf personen ten aanzien van volledigheid, duidelijkheid en begrijpelijkheid en bevatte onder vragen over demografische gegevens, kijkgedrag en gebruikswaarde.

Geslacht, leeftijd, lengte, gewicht (Body Mass Index; BMI = gewicht (kg) / lengte (m)²), burgerlijke staat, werk, opleiding, urbanisatie en geboorteland zijn meegenomen als demografische factoren. Door middel van vragen over de mate van bekendheid, frequentie van kijken en de activiteiten tijdens het programma konden de volgende categorieën van kijkgedrag worden gevormd: (1) Kent programma niet, (2) Kent het programma, maar kijkt niet, (3) Kijkt wel eens, maar niet wekelijks, (4) Kijkt wekelijks, doet niet mee, en (5) Kijkt wekelijks, doet mee. Voorts zijn vragen gesteld om meer kwalitatief inzicht te krijgen in de gebruikswaarde, zoals vragen met betrekking tot het doorgaan met de oefeningen tijdens de onderbrekingen van het programma (zie [1] voor meer informatie).

Resultaten en discussie

De resultaten laten zien dat van de regelmatige (wekelijkse) kijkers het percentage dat actief meedoet ruim 67% is (Tabel 1). Van de groep die niet naar het programma keek, kende ongeveer de helft het programma niet. Het kijkerprofiel bleek te verschillen ten aanzien van geslacht, BMI, werk en geboorteland (zie voor specifieke resultaten ons evaluatieverslag [1]). Vrouwen keken vaker, en deden bovendien vaker mee met het programma dan mannen. Wekelijkse kijkers naar het programma hadden gemiddeld een hogere BMI dan degenen die niet wekelijks of nooit keken. Blijkbaar motiveert het programma zwaardere mensen om te kijken en mee te doen. Wellicht spelen

Tabel 1. *Kijkgedrag van de onderzoeksgroep (N = 417)*

Type kijkgedrag	Aantal	Percentage
Kent programma niet	129	30,9
Kent programma, maar kijkt niet	138	33,1
Kijkt wel eens, maar niet wekelijks	49	11,8
Kijkt wekelijks, doet niet mee	33	7,9
Kijkt wekelijks, doet mee	68	16,3

schaamtegevoelens over het eigen gewicht een kleinere rol in de thuissituatie, in vergelijking met bijvoorbeeld een sportvereniging. Dit resultaat geeft tevens aanwijzingen dat mensen pas gaan overwegen om het programma te kijken, wanneer ze te zwaar zijn. Het bewustzijn dat het beter is om te voorkómen dat men te zwaar wordt, in plaats van actie te ondernemen als men al te zwaar is, lijkt een belangrijke factor bij inspanningen ter preventie van obesitas. De recente massamediale campagne ‘Maak je niet dik’ [2] en het onderzoeksproject NHS-NRG (Nederlands Researchprogramma Gewichtsbeheersing [3]) zijn erop gericht dergelijk bewustzijn te vergroten.

Niet-werkenden (arbeidsongeschikt, werkloos) en huismannen/vrouwen waren meer geneigd om het programma aan te zetten en om met de oefeningen mee te doen. Gepensioneerden doen het minst actief mee met het televisieprogramma. De kans dat een gepensioneerd individu meedoet met ‘*Nederland in Beweging!-tv*’ is twee keer zo klein als die van de totale populatie in het huidige onderzoek. Onderzoek onder gepensioneerden zou kunnen uitwijzen waarom niet, en in welke vorm een dergelijk tv-programma voor hen aantrekkelijker zou zijn. Bij aanpassing van het televisieprogramma ten behoeve van gepensioneerden, moet vermeden worden de huidige doelgroep van het programma te vervreemden.

Respondenten met een ander geboorteland dan Nederland deden vaker actief mee met het televisieprogramma dan respondenten die in Nederland zijn geboren. Gezien de kleine aantallen allochtonen in het huidige onderzoek, moet voorzichtigheid worden betracht bij het trekken van harde conclusies omtrent etniciteit, maar dit resultaat geeft aan dat het ‘*Nederland in Beweging!-tv*’ erin lijkt te zijn geslaagd de allochtone doelgroep te bereiken.

Er werden geen verschillen gevonden in kijkgedrag in relatie tot leeftijd, burgerlijke staat, opleiding en het feit of men in een stad of dorp woont. Dit resultaat impliceert dat, afgezien van de hierboven beschreven karakteristieken, het televisieprogramma ‘*Nederland in Beweging!-tv*’ een weinig specifiek kijkerspubliek heeft. Een diverse groep mensen kijkt naar het programma, waarbij opvalt dat 45-55 jarigen (een groep die niet tot de doelgroep van het programma behoort) net zoveel naar het programma kijken en meedoen als 55-plussers.

De meeste kijkers waren zeer positief over ‘*Nederland in Beweging!-tv*’, hetgeen werd onderstreept door het gemiddelde rapportcijfer van 7,7. Het

programma nodigt uit om mee te doen, de oefeningen zijn niet te moeilijk en niet te makkelijk, de tips en adviezen zijn nuttig en van toepassing (zie voor specifieke resultaten ons evaluatieverslag [1]). De kwaliteit van het programma werd als goed ervaren. Met name de presentatoren, het plezier dat men had met de oefeningen en het enthousiasme waarmee het programma wordt gepresenteerd, werden gewaardeerd. Het huidige onderzoek heeft ook enkele verbeterpunten blootgelegd. De informatie over sportverenigingen en vrijwilligers werd over het algemeen niet als uitnodigend beschouwd. Deze informatie is dan ook zelden reden geweest om eens een kijkje te nemen bij een sportvereniging. Slechts 10% van de kijkers maakt wel eens gebruik van de follow-up mogelijkheden via teletekst of internet.

Tot slot

'Nederland in Beweging!-tv' is geïnitieerd door landelijke (gezondheidsbevorderende) organisaties vanuit een pro-actief mediabeleid. Hierbij is op basis van epidemiologische gegevens en de kennis over gedragsdeterminanten, een vertaalslag gemaakt naar het medium televisie. Het succes van deze televisie-interventie op de beïnvloeding van het daadwerkelijke gedrag van mensen (meedoen met de oefeningen) is vooral te danken aan de planmatige opzet van de interventie, de inbedding van theoretische noties in het ontwerp van het televisieformat en een unieke en evenwichtige samenwerking tussen gezondheidscommunicatieprofessionals en televisieprogrammamakers. Als zodanig kan *'Nederland in Beweging!-tv'* dienen als voorbeeld voor toekomstige televisie-interventies op het terrein van gezonde leefstijl.

Ondersteuning

Dit onderzoek is gefinancierd door het Ministerie van VWS. Het onderzoek vond plaats in het kader van het NHS-NRG project (Nederlands Researchprogramma Gewichtsbeheersing), mede mogelijk gemaakt door een bijdrage van de Nederlandse Hartstichting (subsidienummer 2000Zoo2). De auteurs danken Geertje de Wolf en Elleke Draaisma voor hun ondersteuning.

Literatuur

1. Bouman MPA, Kremers SPJ. Onderzoeksrapport Nederland in Beweging!-tv. Gebruikswaarde-onderzoek. Bouman E&E Development/Universiteit Maastricht, Gouda 2003.
2. Voedingscentrum 2003. Campagne 'Maak je niet dik!'. Zie: <http://www.voedingscentrum.nl/>
3. Nederlandse Hartstichting 2003. NHF-NRG: Netherlands Research program on weight Gain prevention. Zie: <http://www.hartstichting.nl/research/>

Correspondentieadres

Dr. S.P.J. Kremers, Capaciteitsgroep Gezondheidsvoorlichting, Universiteit Maastricht, postbus 616, 6200 MD Maastricht, tel: 043-3882431, e-mail: s.kremers@gvo.unimaas.nl