



project De Gezonde School / lectoraat Leefstijlverandering

DE HAAGSE
HOGESCHOOL

Doel:

studenten realiseren een Gezonde School binnen de Haagse Hogeschool voor minimaal 1 week.

De Gezonde School is gekoppeld aan het afscheid van Pim Breebaart, voorzitter College van Bestuur van de HHS. Dit vindt plaats in februari / maart 2010.

De Gezonde School is niet meer of minder een Bottom Up project binnen de kaders van het lectoraat **Leefstijlverandering bij Jongeren**. Binnen het lectoraat draait het om het ontwikkelen van een methode waarbij als het ware het telkens het concept Gezonde School “uitgerold” kan worden in een school.

Inhoudsopgave Presentatie Gezonde School:

- Wat is nodig voor het project Gezonde School?
- Info Fonds 1818 en Missie Lectoraat / Kenniskring Leefstijlverandering bij Jongeren
- Aansluiting convenant VWS + Gezonde School projecten op PO / VO niveau
- Methodologie Gezonde School project HHS stapsgewijs
- Fase A: A1: werven studenten + A2: HCSS / lectoraat op 1 lijn
- Fase B: B1 input kenniskringleden + B2: Richard Stomp + B3: Cor Hospes
- Fase C: presentatie Business Idea aan jury

Qua methodologie is nodig om:

- dat het lectoraat op 1 lijn zit en qua team samenwerkt aan het Concept Gezonde School
- dat ieder Kenniskringlid bijdraagt qua kennis en inzichten aan de Gezonde School
- dat de HHS organisatorisch en facilitair medewerking verleent aan de planvorming en implementatie
- dat de studenten intrinsiek gemotiveerd zijn om een groot evenement te realiseren met intern en extern een hoge PR waarde
- dat het beschikbare budget van Fonds 1818 verantwoord besteed wordt.
- maar bovenal de “mind set” van studenten en docenten duurzaam op “gezond” staat.

Dus: “beyond Sonja Bakkeren”
voorbij de makkelijke ideeën van ↓ eten en ↑ bewegen ...
of geen frikadellenof het stoppen van liften en roltrappen.
Het gaat over gezonde keuzes maken binnen een overdosis van aanbod.

Info: **Fonds 1818** tot nut van het algemeen

Het creëren van een Gezonde School is niet zozeer een onderzoek, als wel het uitvoeren van een reeks doelgerichte activiteiten, waarbij de effectiviteit getoetst zal worden en implementatie de boventoon voert. Welke maatregelen dragen nu bij aan gezonde leeromgeving van jongeren? De jongeren zelf komen met ideeën en mogelijke oplossingen. Het verder uitdragen van ontwikkelde ideeën en uitvoering zal een grotere impact hebben als dit door jongeren zelf wordt gedaan.

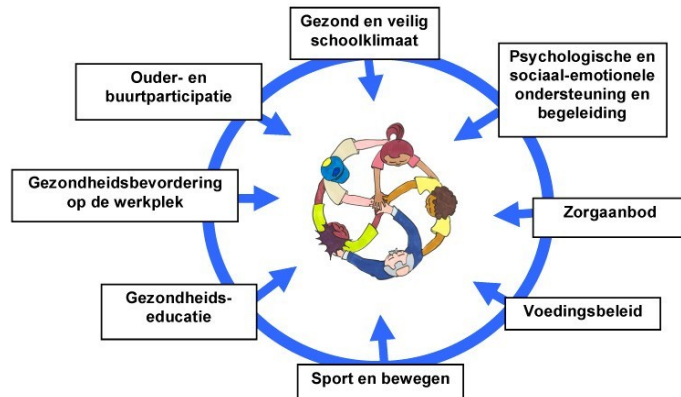
*De missie van het lectoraat **Leefstijlverandering bij Jongeren** is het creëren van maatschappelijke Sense Of Urgency met betrekking tot primaire en secundaire preventie van overgewicht bij jongeren door middel van Education Permanente. Daarmee wordt aangehaakt bij de doelstelling van het VWS-convenant om “de gezonde keuze gemakkelijk, aantrekkelijk en vanzelfsprekend te maken. Voor iedereen, op elk moment van de dag en op elke plek om uiteindelijk de stijgende trend van overgewicht in Nederland een halt toe te roepen”.*

Gezonde School sluit aan bij:

In de preventienota Langer Gezond Leven 2004-2007 heeft het Kabinet zich ten doel gesteld de toename van overgewicht in Nederland een halt toe te roepen en voor kinderen ernaar te streven de trend te keren. De Minister van VWS heeft de eerste stap gezet om met maatschappelijke partners het probleem gezamenlijk aan te pakken. Om dit te bekrachtigen is op 27 januari 2005 het Convenant overgewicht ondertekend.

<http://www.convenantovergewicht.nl>

<http://www.gezondeschool.nl>



Methode in het kort:

Business Ideas

A1: 12 studenten werven met ideeën over Gezonde School / solliciteren op functie Gezonde School
Ambassadeur met eigen Business Idea / gaat om bereik van de HHS: 17.000 leerlingen en 1.600 docenten in februari of maart 2010 / 1 week een Gezonde School / project is gekoppeld aan afscheid van Pim Breebaart vz CvB / beste idee wint 1.000 euro voor implementatie

A2: lectoraat Leefstijlverandering bij Jongeren gaat naar Centrum Strategische Studies / expertmeeting / krachtenveldanalyse, inzicht in belangen en speelruimte + inzicht in gedrag HBO studenten / inhoudelijke bijdrage aan project Gezonde School van de Kenniskringleden / gemeenschappelijke visie / evt. publicatie

Aanscherpen / effectiviteit verrijken / upgraden eigen Business Idea

B1: 10 minuten presentaties van de Kenniskringleden over obesitas bij de jeugd aan de studenten

B2: workshop Richard Stomp / straatjuttten / ontwikkelen concepten

B3: workshop Cor Hospes / guerrilla marketing / veel PR voor weinig geld

C: Presenteren Business Idea / pitch voor sponsor hotemetoten dag

Plan de Campagne / kosten&baten / á la New Venture De Baak / 10 minuten presentatie aan expertjury:

- Pim Breebaart
- Rob Oudkerk
- Kenniskring vertegenwoordiger
- Afscheidsceie vertegenwoordiger HHS
- Hoofd Facilitaire Zaken en hoofd PR
- Richard Stomp en Cor Hospes
- Anja Berkelaar

Go-fase Business Ideas

D1: voorbereiding en planning Business Idea

D2: implementatie Business Idea

D3: evaluatie Business Idea

Planning Business Ideas Gezonde School

A: september 2009: werven studenten en HCSS

B: oktober 2009: sprekers en voorbereiding presentatie

C: november 2009: presentatie

D: december 2009 / februari – maart 2010: realisatie.

Gezonde School A1:

Hal HS / werven via Centrale TV scherm



- *Plaatjes rede Rob Oudkerk*
- *Jij wilt van de HHS een Gezonde School maken*
- *Jij bent 3^e of 4^e jaars*
- *Jij gaat voor een kans op 1.000 euro om jouw idee te realiseren en je verdient ook 5 studiepunten*
- *Jij ziet een groots evenement op de HHS zitten in Februari / Maart 2010*
- *Je kan je Business Idee Gezonde School uit werken tot een Plan van Aanpak*
- *Je weet je idee te presenteren aan een New Venture Jury*
- *Je hebt echt tijd tussen september 2009 en april 2010 om je idee tot in de puntjes uit te werken*
- *Je weet te verrassen en je kan je idee goed geheim bewaren tot aan het moment van realisatie*

Wat moet je weten over het studentenproject Gezonde School?

- *Idee Gezonde School kan organisatorisch, facilitair, juridisch, catering, cultuur, inhoudelijk zijn.....*
- *Lees daarover op www.gezondeschool.nl, dat is meer voor Primair en Voortgezet onderwijs*
- *Lees daarover www.rivm.nl / Spelen met Gezondheid*

Hoe doe je dit?

- *Omschrijf je Business idee, hoe zie jij een Gezonde Haagse Hogeschool ?*
- *Wat moet er veranderen volgens jou binnen of in de directe omgeving van de HHS om op de lange termijn meer duurzaam te zijn?*
- *Doe je CV erbij*
- *Richt beide documenten aan a.berkelaar@hhs.nl en a.legters@hhs.nl*
- *Deadline: vrijdag 11 september 2009*

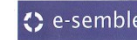


Gezonde School A2:

Naar HCSS / 23-9-2009 met 8 á 9 mensen van het Lectoraat / Delphi-methode/ tot een gemeenschappelijke visie op het concept Gezonde School komen:



Powered by:



DOEL:

- Hoe ziet krachtenveld van leefstijlverandering voor jongeren eruit? Welk speelveld? Welke betrokken partijen? Welke belangen?
- Wat weten we van leefstijl gedrag van onze HBO studenten? En de instroom studenten op HBO niveau, die afkomstig zijn van HAVO, VWO, MBO en een enkele verdwaalde ex-WO-er? Hoe gezond zijn zij? Hoe ervaren zij "gezond"?
- Welke visie heeft het lectoraat op het begrip Gezonde School?

Gezonde School A2:

Binnen de Kenniskring is kennis aanwezig, diverse onderzoeken lopen in 2009:

- Onderzoek opgezet naar de belevingswereld van jongeren in relatie tot voeding en gezondheid
- Het verzamelen/ontwerpen van voorwaarden voor (het bereiken van) leefstijlverandering bij jongeren (educatie, implementatie, participatie) met alternatieve benaderingen op het gebied van sport(cultuur) en beweging
- Effectiviteit van bestaande interventies (regionaal, nationaal en waar mogelijk internationaal)
- Bijdrage aan een bij HHS passend(e) onderzoeksklimaat +infrastructuur gericht op “De Gezonde School”
- Pilot bij 3 basisscholen om kennis over voedsel en haar consumptie te testen. Tevens wordt er een pilot gestart bij 3 basisscholen in Den Haag waar naar Engels model “kooklessen” naast de basisvakken worden gegeven, met als doel ingrediënten te leren kennen en keuzes te leren maken in consumptiegedrag
- Het opzetten van een digitaal kenniscentrum binnen HHS in nauwe samenwerking met de hogeschoolbibliotheek
- Minor leefstijlcoach
- Masteropleiding Leefstijlconsulent jongeren binnen HHS
- Implementatie van onderzoeksresultaten in het onderwijs van de bij het lectoraat betrokken bacheloropleidingen van HHS
- Onderzoek naar de meest wenselijke vorm van communicatie bij jongeren van 12-18 jaar i.s.m. de dienst Communicatie & Marketing van de HHS
- Onderzoek validiteit en implementatie bewegingsmeter bij buitenschoolse opvang
- Opzetten van een praktijkcentrum leefstijladviezen
- Onderzoek naar de implementatie van succesvolle volwasseneninterventie “bewegen op recept” onder Haagse jongeren van 4-17 jaar
- Onderzoek naar tijdregiems
- Onderzoek invloed gaming en leefstijlverandering

Gezonde School B1:

10 minuten presentaties

Kenniskringleden presenteren aan de 12 studenten:

- Wat weet ik van een (on)gezonde leefstijl bij de jeugd?
- Waar zit voor mij de kern van het probleem?
- Waar zou voor mij aandacht aan besteed moeten worden?

Diverse bronnen:

- Convenant Overgewicht Minister VWS, 2005
- Entreerede / 365 doldwaze dagen, Rob Oudkerk, 2008/ HHS website / lectoraten
- RIVM rapport Ons eten gemeten, 2004
- RIVM rapport Spelen met gezondheid [leefstijl van jongeren], 2008
- Jaarplan Lectoraat 2009
- De obesogene samenleving / H. Dagevos en G. Munnicks
- www.gezondeschool.nl
- www.convenantovergewicht.nl

Gezonde School B2:

<http://www.straatjutten.nl/>



Over Straatjutten

De beste ideeën liggen op straat. Veel marketeers blijven binnen de vier muren van hun bedrijf en missen prachtige kansen. Richard Stomp gaat 1 dag per week straatjutten. Hij fotografeert alles wat interessant is en publiceert hier elke dag 1 vondst, als inspiratiebron voor nieuwe ideeën...

Richard Stomp

*Straatjutter Richard Stomp (1957) is oprichter en CWO (Chief Wow Officer) van **WOWIDEAS**, een bedrijf dat diensten levert in de front end of Innovation.*

Hij heeft ruime ervaring in het bedrijfsleven en als innovatieadviseur. Richard combineert analyse (MBA) met creativiteit (COCD, de Bono).

Hij heeft zich altijd verbaasd over de gemakzucht van veel marketeers, die het echt kennen van de klant hebben uitbesteed aan onderzoeksbureaus. Richard: "De klant leer je niet kennen als je binnen blijft. Ga de straat op!"



Geen dierenkraam, maar een wafmiauwpiepknaag-kraam op de markt in Zutphen. Prachtig woord dat de aandacht trekt en de taal spreekt van de doelgroep (waf, miauw, piep en knaag).



Verkoop je games aan Game Mania en ontvang contant geld. Mooi principe van omkering: waar we normaal geld geven aan een winkel, kunnen we hier geld ontvangen.

How to wow: Keer normale principes om. Betaal een klant en kijk welke ideeën je daardoor krijgt.



Spctclr! Fntstsch!

Deze billboards van Hyundai spelen slim in op de werking van onze hersenen. Eerst trekt het onze aandacht: hee, hier klopt iets niet...

Dan houdt het onze aandacht slim vast: hoe zit het dan wel?

Onze hersenen hebben de neiging om oplossingen te vinden voor dingen die niet meteen duidelijk zijn. Zoals woorden zonder klinkers.

Gezonde School:

Maak foto's van de leefstijl van jongeren en gedrag binnen de HHS, het al dan niet gezonde aanbod /cultuur binnen HHS

Gezonde School B3:



Guerrilla marketing is geen aparte vorm van marketing . Het draait om allerlei bekende en gangbare marketing tools. Maar de tools worden wél op een bijzonder effectieve manier ingezet. Die effectiviteit komt door een benadering die je kunt kenmerken als creatief, slim, verrassend, origineel, bijzonder, onconventioneel, geniaal en vooral: eenvoudig. Het resultaat is maximale aandacht tegen meestal lage kosten.

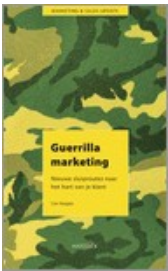
Het gaat om bereik, helderheid, relevantie, opvallen en timing. Het moet het gevoel geven van een spontane actie.....Het is een kwestie van lef.

Over :Cor Hospes

freelance journalist. Gespecialiseerd op het gebied van lifestyle (culinair, reizen, design) en marketing(communicatie). Hij schrijft voor de bekendste kranten en (vak)tijdschriften in ons land. Ook doet hij copy- en conceptklussen voor bedrijven en (non-profit) organisaties, en is hij actief als mediatrainer.

Auteur van het boekje Guerilla Marketing. Thans verschenen: alle 13 goed, de beste on line marketing tools.

“De impact van guerrilla marketing is vaak vele malen groter dan bijvoorbeeld een rondje dagbladen. En vaak ook goedkoper. Maar guerrilla marketing is niet alleen geschikt voor brutale merken. De methode om de boodschap over te brengen is misschien onorthodox, maar dat betekent niet dat een guerrilla actie geen deel kan uitmaken van een algeheel plan. Daarvan probeer ik ook conventioneelere adverteerders te overtuigen. Bij New Message bedacht ik bijvoorbeeld voor Dirk van den Broek de ‘Kassamobiel’. Een rode bus die voor Albert Heijn geparkeerd werd zodat mensen binnen hun boodschappen nog eens konden narekenen om te kijken of ze bij Dirk niet goedkoper uit waren geweest. Dat was destijds voorpaginanieuws. En het leverde meer op dan de gangbare dagbladadvertenties, die Dirk normaal plaatst..”.





Axe en het ongekende effect op vrouwen.....verschans je maar als man....



Moved to E-Bay. Zo is de lege pui in een drukke winkelstraat benut. Iedere shopper kon het zien. Kosten poster misschien 1 euro voor een print...



De Gouden Koets van Brand tijdens Prinsjedag, vlak na binnenkomst van De Gouden Koets.....dit was een campagne voor 30/4/2009 en de komst van Karst T. In Apeldoorn.....maximaal in beeld in prime time!

Voor de liefhebber:

<http://www.bizz.nl/6327-video-guerillareclame-goedkoop-en-effectief.html>

C: Presenteren Business Idea / pitch voor sponsor hotemetoten dag

Plan de Campagne / kosten&baten / á la New Venture /Dragon's Den / 10 minuten presentatie aan expertjury:

- Pim Breebaart
- Rob Oudkerk
- Kenniskring vertegenwoordiger
- Afscheidsceie vertegenwoordiger afscheid Pim
- Hoofd Facilitaire Zaken en hoofd PR
- Richard Stomp en Cor Hospes
- Anja Berkelaar

Voorafgaand organiseren we een proefpresentatie aan de Kenniskring.

Bepalen criteria:

- fit met de missie lectoraat?
- raakt de mind set?
- bereik van de doelgroep HBO?
- effect: korte termijn? duurzaam?
- originaliteit?



Gezond
e
School
Business
s Idea

D: Go-fase Business Ideas

D1: voorbereiding en planning Business Idea

D2: implementatie Business Idea

D3: evaluatie Business Idea



- Vragen?

Rob Oudkerk : r.h.oudkerk@hhs.nl
lector

Kamer: Slinger 3.54

Tel: 070 – 405 8294 Annemarie Legters

Anja Berkelaar : a.berkelaar@hhs.nl,
projectleider

Kamer: strip 2.33

tel: 070 – 445 8227 / 06- 532 76 450 mobiel



ERGONOMIE site.be

De drankendriehoek Faché



beperkt	tijden recreatieve sport	Orthocholesterale sportdrankjes	
		koffie, cacao, bier, echte thee 1 & 2 koppen/dag	
individueel aanpassen		wijn 1 & 2 koppen/dag	zuur drankjes
		orthocholesterale medicinale drankjes: detox-, berkenessap-, aloë vera-, nori-, kombuchadrinkjes, verrijpte dranken	
onbeperkt	kruidenthees Chinese thee granenkolle	sojadrinks rijst-, haver- en amandrank	surrogat-koffies
	verse biologische dranken groentesappen	groentesoepen groentebouillon	gefermenteerde broodrank, melkzuur-gegiste groentesappen (sapkaur)
	Zuiver water: omgekeerde osmose, Spa Reine, Mont Roucoux,...		



Gegoogled.....

DE HAAGSE
20 HOGESCHOOL