

FitFoodFun-Factor en PPS

“Uit Gfk-onderzoek (2010) blijkt dat kinderen tussen de 8 en 12 jaar vooral ongezond trakteren. Slechts 4% trakteert op groente of fruit. Met FitFoodFun-Factor stimuleren we dat meer kinderen gezonder gaan trakteren.”

Els van Gurp, projectmanager, Voedingscentrum

Publiek-private samenwerking

Bij publiek-private samenwerking (PPS) gaat het om een samenwerking tussen overheid, NGO (nongouvernementele organisatie) en bedrijfsleven, waarbij risico's, verantwoordelijkheden, middelen en competenties worden gedeeld om een gemeenschappelijk en maatschappelijk doel te bereiken. PPS is dus meer dan sponsoring. Het gaat ook om mensen (kennis en expertise), massa (netwerken en samenwerken), middelen (faciliteiten en goederen), media (communicatie en marketing) en munten (financieel).

Korte omschrijving

FitFoodFun-Factor is een gezamenlijke activiteit van de Hartstichting, het Voedingscentrum en Lidl Nederland, gericht op de groepen 5 tot en met 8 van de basisschool. Via het feestelijke fenomeen 'trakteren' introduceren we een belangrijk educatief thema bij leerlingen: gezond eten en voldoende bewegen.

Activiteiten

Het project biedt lesstof, spel- en showelementen en werkbladen voor in de klas en thuis. Ook komt een tot keuken omgebouwde Amerikaanse schoolbus op verzoek langs scholen. De kinderen leren een gezonde traktatie maken en spelen de Ren je Rot Quiz, waarbij er volop aandacht is voor beweging. Als afsluiting krijgen de kinderen een 'Ik kan gezond trakteren'-certificaat.

Het project loopt sinds december 2011..

Partijen

- **Hartstichting:** ontwikkeling lesmateriaal (middelen), advies over website (menskracht), inhoud van de bus (quizvragen, traktaties) (middelen)
- **Voedingscentrum:** ontwikkeling lesmateriaal (middelen), advies over website (menskracht), inhoud van de bus (quizvragen, traktaties) (middelen)
- **Lidl Nederland:** ontwikkeling lesmateriaal (middelen), promotiemateriaal (ondersteund door Voedingscentrum en de Hartstichting) (middelen), beheer website (menskracht), budget (Lidl structureel, Voedingscentrum en Hartstichting incidenteel) (munten), planning en coördinatie (menskracht), communicatie (menskracht), programma begeleiding op de bus (menskracht)

Belang

Met FitFoodFun-Factor wil Lidl een positieve bijdragen leveren aan het maatschappelijk probleem van overgewicht onder jongeren.

De Hartstichting en het Voedingscentrum werken mee vanuit de visie dat een gezonde jeugd de toekomst heeft. Zij zien een jeugd voor zich voor wie gezond leven de gewoonste zaak van de wereld is.

Resultaat

- FitFoodFun-Factor heeft vanaf de start in december 2011 tot april 2014 in totaal ruim 350 scholen bereikt en ruim 25.000 leerlingen.

Succesfactoren

- Zorg voor een gezamenlijke doelstelling met voordeel voor iedereen.
- Wij zoeken elkaar ook op voor andere samenwerkingsmogelijkheden (Lidl/VCN en Frank&Jan, Lidl/HS en Dress Red Day).

Learnings

- Het is belangrijk om wederzijdse verwachtingen en inzet helder te krijgen.
- Het kost tijd om een PPS tot stand te brengen, maar als de samenwerking er eenmaal is, zoek je elkaar makkelijker op voor andere projecten.

Meer weten?

Neem contact op met Els van Gulp, projectmanager bij het Voedingscentrum via Gulp@voedingscentrum.nl of kijk op www.fitfoodfunfactor.nl.

Do's

- Het tot stand brengen van een PPS kost tijd: investeer.
- Zorg voor voldoende intern draagvlak.
- Bouw aan wederzijds vertrouwen.
- Zorg voor een duidelijke en gestroomlijnde externe communicatie: eenduidig communicatieplan, afstemming over woordvoering.
- Krijg wederzijdse verwachtingen en inzet helder.

Don'ts

- Ga niet voor korte termijn gewin in plaats van een lange termijn samenwerking.
- Wees niet te afwachtend.
- Laat geen onduidelijkheid bestaan over doelstellingen (verborgen agenda).
- Ga geen PPS aan als de visie van de andere partij teveel van die van jou verschilt.
- Ga geen PPS aan met een partij die schadelijk kan zijn voor je reputatie.