

# GO!

**Tips voor sportkantines:  
méér variatie en méér  
gezonde keuze. Het kan!**



# LET THE GAMES BEGIN



Uw sportclub, vereniging of sportaccommodatie is een belangrijke sportieve en sociale ontmoetingsplaats voor jong en oud. Er zijn bijna 5 miljoen mensen lid van een sportvereniging. Sport en bewegen is goed. Het draagt bij aan een gezonde leefstijl, minder stress, meer energie en een gezond gewicht.

Toch is bijna de helft van de Nederlanders te dik. Dat wil zeggen: we nemen meer energie (eten en drinken) in dan we verbruiken. Eten en drinken zijn overal om ons heen, de hele dag door en dan vooral veel te veel zoet, zout en vet. Dat is ook best lastig te weerstaan. Met het Convenant Gezond Gewicht willen we overgewicht en obesitas in Nederland terugdringen. Want de gevolgen daarvan zijn groot. Het verhoogt de risico's op diabetes, kanker en hart- en vaatziekten.

Sportverenigingen, ook die clubs die hun kantine hebben uitbesteed aan een commerciële partij, kunnen hierin een belangrijke rol vervullen. Door eens kritisch te kijken naar het aanbod van eten en drinken in de kantine. Door met elkaar na te denken over het aanpassen van het aanbod, over het doorbreken van tradities, het wegnemen van vooroordelen en het komen tot een meer verantwoorde en gezonde samenstelling van het kantineaanbod. Een aantal verenigingen in Nederland is al van start gegaan. Zij gaan voor gezond. En u?

Supermarkten en groothandels komen met steeds meer verantwoorde producten, levensmiddelenproducenten introduceren steeds meer producten met minder vet, zout of suiker. In bedrijfsrestaurants en schoolkantines verandert het assortiment. Ook de sportkantine willen we hier graag bij betrekken. Het gaat erom dat de gezonde keuze de gemakkelijke keuze wordt!

Dit boekje biedt handvatten voor organisatie en werkwijze, het biedt inspirerende voorbeelden. Laten we de weg naar een gezonde sportkantine beschouwen als een wedstrijd. Geen wedstrijd waar snelheid een rol speelt. Verandering heeft immers tijd nodig. Het gaat om de gezamenlijke prestatie en het halen van de eindstreep. Let the games begin!

Paul Rosenmöller  
*Voorzitter Convenant Gezond Gewicht,  
ambassadeur Gezond Gewicht, ambassadeur JOGG*



***De gezonde keuze wordt  
de gemakkelijke keuze***



Het Convenant Gezond Gewicht is een uniek samenwerkingsverband van in totaal 27 partijen afkomstig van overheden, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties, die de stijgende trend van overgewicht en obesitas willen terugdringen. Overgewicht en obesitas moeten op de agenda worden gezet, de bewust-

wording over de gezondheidsrisico's moeten worden vergroot en overgewicht en obesitas bij kinderen en volwassenen moet een halt worden toegevoerd. Het Convenant Gezond Gewicht richt zich op vier specifieke terreinen: werk, school, consument en vrije tijd en JOGG (Jongeren Op Gezond Gewicht).



**COLOFON** Een uitgave van Convenant Gezond Gewicht i.s.m. NOC\*NSF, Koninklijke Horeca Nederland en het Voedingscentrum Nederland.  
**Tekst:** Gijs Coffeng/Linea Recta **Fotografie:** Marcel Israel e.a. **Vormgeving:** Roon van Santen/Van Santen Productions

# UITGANGSPUNTEN

De uitgangspunten die we in dit boekje hanteren zijn de volgende:

- Sportverenigingen en/of hun commerciële kantine-beheerder, hebben een belangrijke taak. Het past bij die taak om aandacht te geven aan een gezonde keuze in eten en drinken in de kantine.
- De aanpak die we promoten moet werkbaar en praktisch zijn.
- Indien mogelijk zullen we de aanpak samenvoegen met relevante thema's of afspraken, bijvoorbeeld ten aanzien van alcohol.
- De kantineomzet moet behouden blijven.
- De verandering mag niet ten koste gaan van de gezelligheid en de sociale functie.
- Er wordt niets verboden, er worden wel dingen veranderd.
- Elke deelnemende vereniging en/of het bedrijf dat de kantine beheert, stelt eigen taak- en doelstellingen op.



# 1 PATAT + 1 COLA > 1 UUR TENNIS

Je kunt denken: ik heb net flink gesport, dan kan er wel wat lekkers in. En toch neem je dan vaak meer energie dan je net hebt verbruikt. Voorbeeld: iemand van 80 kilo tennist een potje van een uur. Hij verbruikt ongeveer 640 calorieën. Neemt hij na afloop 1 patat met mayonaise (ong. 570 calorieën) en een blikje gewone cola (105 calorieën) dan zit je al over je energieverbruik heen. Kijk op o.a.

[www.caloriecalculator.nl](http://www.caloriecalculator.nl),  
[www.voedingscentrum.nl](http://www.voedingscentrum.nl)



# BETER FRITUREN



Ja, dat kan. Vloeibaar frituurvet of friturolie bevatten onverzadigde vetten. Die verlagen het cholesterolgehalte in het bloed. Dit in tegenstelling tot het vaste frituurvet of transvet. Dat kan het cholesterol verhogen, met kans op hart- en vaatziekten. De overheid adviseert geen transvetten te eten. Vloeibaar frituurvet past dus bij verantwoorde voeding. En nog een tip: bak de friet op de juiste temperatuur (170-180 graden). Is het vet niet heet genoeg, dan neemt de friet onnodig veel vet op.

# 1. ORGANISATIE EN VOORBEREIDING

Voor het startschot klinkt, moet u zich voorbereiden op de race. U moet uw kansen inschatten, doelen stellen, de organisatie op orde hebben. Voor een goede prestatie heeft u mensen nodig die met elkaar geloven in het einddoel. Maar u heeft ook draagvlak nodig onder de leden en bezoekers van uw kantine. Welke stappen moet u zetten om aan de slag te gaan?

- Laat het bestuur zich duidelijk uitspreken voor het aangaan van de uitdaging. Zonder draagvlak vanuit het bestuur wordt deze race niet gewonnen. Dit geldt zowel voor een kantine die gerund wordt door vrijwilligers van de club als voor een kantine die commercieel wordt beheerd.
- Stel een team samen van betrokken mensen. Zorg dat alle posities op het speelveld bezet zijn.
- In het team zitten in elk geval: de kantinebeheerder (vrijwilliger of commercieel), een bestuurslid of een jeugdcoördinator, trainers of spelers en eventueel ook ouders. Stel hiernaast uw team op.
- Hou een enquête onder de leden, inventariseer hun wensen, welke gezonde keuze willen zij?
- Maak ook een overzicht van het huidige aanbod in de kantine.
- Maak een plan voor het promoten van het initiatief bij de leden.
- Gebruik de uitkomsten van de enquête om het nieuwe aanbod samen te stellen. U kunt dan verwijzen naar de enquête. Bijvoorbeeld: dit zijn de vijf meest populaire gezonde producten onder onze leden!

- Stel een vergaderschema op, zodat de afspraken staan gepland en 'de gezonde sportkantine' op de agenda staat.
- Bedenk een naam voor het team, waarmee het zich binnen de vereniging kan profileren.

## Afspraken over alcohol

Het kan praktisch zijn om bij een gezond aanbod van eten en drinken ook het alcoholgebruik in de kantine te betrekken en daarover afspraken te maken. In Utrecht bijvoorbeeld is dit gebeurd. Er zijn afspraken gemaakt met de verschillende sportaccommodaties. Het is dan logisch om dit gezamenlijk op te pakken. Bijvoorbeeld door naast een gezonder aanbod van eten en drinken afspraken te maken over het tijdstip van het schenken van alcohol wanneer er nog veel jeugd aanwezig is. Dit kunt u opnemen bij de te stellen doelen en acties.



## TEAMLEDEN

Wie zitten er in het team? Verzamel hier de namen en belangrijke gegevens.

[illegible]

# IS DAT ZO?

**Mensen schrikken van verandering.  
Dat werkt averechts.**



Het advies is: neem niet te grote stappen.  
Zoals gezegd: snelheid is niet belangrijk. Het effect van verandering is groter als je kleine, overzichtelijke stappen zet. Grote stappen schrikken af. Voorbeeld: als je van de ene op de andere dag al je witte bolletjes de deur uit doet en alleen nog meergranen broodjes verkoopt, zal dat eerder voor irritatie zorgen dan wanneer je aan het bestaande assortiment een meergranen broodje toevoegt. 'Hé, dat is leuk. We hebben wat nieuws.' Nog een ideeetje: bruine tosti's!

## 2. DOELEN EN ACTIES

U kunt nu samen met het team concrete doelen opstellen. Hou de doelen klein en werkbaar. Een doel kan zijn: we willen over een jaar meer gezonde keuze hebben in onze kantine. Koppel aan de doelen ook acties. Dus: wat moeten we doen om ons doel te bereiken? Bij elke actie moet ook een datum worden afgesproken. Een deadline. Bijvoorbeeld:

14 mei → gesprek voeren met onze frisdranken-leverancier. Zet de acties in een jaarplan, zodat iedereen weet wanneer er wat gaat gebeuren. En spreek af wie verantwoordelijk is voor de actie. Zet er ook bij wanneer een actie klaar is en bedenk hoe u het resultaat onder de aandacht brengt.



# VUL IN:

**Doel:**

---

---

---

**Actie:**

---

---

---

**Wie:**

---

---

---

**Klaar:**

---

---

---

**Communicatie:**

---

---

---

**Doel:**

---

---

---

**Actie:**

---

---

---

**Wie:**

---

---

---

**Klaar:**

---

---

---

**Communicatie:**

---

---

---

### 3. COMMUNICATIE

Geef het initiatief een plek in de communicatie. Zorg dat de doelen (meer keuze, meer variatie) zichtbaar zijn in de kantine en op de website. Ontwerp bijvoorbeeld een logo dat u kunt benutten, wat terugkeert in de communicatie. Bedenk met het team zelf een paar communicatiemomenten. Organiseer bijvoorbeeld een kick off avond of houd een inspirerend verhaal tijdens de jaarvergadering. Vraag enthousiaste leden om met ideeën te komen. Open hiervoor bijvoorbeeld een mailbox. En stuur regelmatig een nieuwsbrief rond met de laatste acties. Communicatie is essentieel om mensen te betrekken en het doel te bereiken.

Leuk idee: plaats een tag onder de mail die via de vereniging wordt verstuurd: wij werken aan een gezonde keuze in de sportkantine.



BEDENK EEN NAAM VOOR HET TEAM  
EN EEN LOGO

---

---

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

## 4. DE LEDEN BETREKKEN

Er zijn ideeën, er zijn afspraken, er zijn initiatieven. Nu is het belangrijk om ook de leden bij de gezonde sportkantine te betrekken. Hoe doe je dat? Als u leden- of coachavonden hebt, kleedt deze dan aan met gezonde hapjes en drankjes. Leg het verhaal uit en koppel er meteen een leuke actie aan. Introduceer bijvoorbeeld het Broodje van de Week. Elk team mag bij toerbeurt een gezond broodje bedenken, dat die

week in de kantine wordt gepromoot. Zo krijgen we het Broodje F1 of het broodje Veteranen 4. Stimuleer verder dat er in de pauzes van wedstrijden en bij de jeugd na afloop geen sportdrinkjes of jerrycans met limonade worden gedronken, maar gewoon water of thee. En laat trainers het goede voorbeeld geven. Ook fruit in de pauzes werkt verfrissend.



# IS DAT ZO?

**'Een gezond assortiment, dat kost handen met geld?'**



Zorg dat er voldoende interessante alternatieven zijn. Op een jeugdvoetbaltoernooi in Hilversum werden centraal op het terrein smoothies verkocht en stond een koffiebar waar echte Italiaanse cappuccino en latte machiatto werden gemaakt. De mensen stonden continu in de rij. Er waren ook gezonde Italiaanse broodjes. En er werden bananen verkocht, misschien wel de beste energiebieder onder de fruitsoorten. Voor 50 cent per stuk. Een voorbeeld hoe je met gezond ook geld kunt verdienen. Het was misschien een eenmalige actie en de smoothies waren waarschijnlijk gesponsord, maar de vereniging gaf wel aan de honderden bezoekers een duidelijk signaal af. Patat was er trouwens ook, maar daar moest je een stukje verder voor lopen. Was dat expres? Die gedachte gaat misschien wat te ver.



## 5. OMZETBEHOUD

Een uitgangspunt moet zijn omzetbehoud. Immers, u heeft de kantineomzet hard nodig. Resultaten van het onderzoeksproject 'Automatisch gezonder' bij schoolkantines (onderzoek van TNO, 2008) wijzen uit dat een gezonder aanbod niet nadelig hoeft te zijn voor de winst. De productverkoop tussen twee groepen - één met een traditioneel en één met een aangepast, gezonder assortiment - bleek niet te verschillen. Die uitkomst onderstreept de stelling dat mensen eten wat aanwezig is.

In de praktijk van de onderzochte schoolkantines blijkt zelfs dat verkoopcijfers van ongezondere producten dalen door ook een gezonder assortiment aan te bieden. En daar is het ons om te doen. Trouwens, de gezonde sportkantine mag ook best wat minder gezonde producten aanbieden. Het gaat erom dat er keuze is.



# HOE VERKOOP JE GEZOND?

- Maak een duidelijk leesbaar bord met een beschrijving van de producten en de prijzen;
- Gebruik een schoolbord om acties te communiceren: bijvoorbeeld 'twee voor de prijs van één'. Het bord trekt de aandacht, de actie verleidt de mensen;
- Zet informatie bij de producten en presenteer ze aantrekkelijk (bijvoorbeeld op een mooie fruitschaal);
- Hang grote posters op van de aangeboden producten (ziet er ook leuk en fris uit);
- Maak de gezonde keuze wat goedkoper en dus aantrekkelijker (dan verkoop je meer en blijft de omzet op zijn minst gelijk);
- Op de website van het Voedingscentrum staan leuke, gezonde recepten voor broodjes en smoothies: [www.voedingscentrum.nl](http://www.voedingscentrum.nl). Maar u kunt ook leden vragen om leuke recepten aan te leveren. Dat zorgt voor betrokkenheid.
- Plaats de gezonde producten op ooghoogte. Producten die het best te zien zijn, verkopen ook het best (een oude supermarktwet);
- Bedenk een aantal acties om de gezonde keuze te promoten. Bijvoorbeeld: organiseer een proeverij, samen met de plaatselijke bakker en/of groenteboer, dat is ook voor hen reclame!



## 6. QUICK WINS

De organisatie staat. Iedereen weet dat er iets gaat veranderen in de kantine. Sommige leden reageren enthousiast, anderen kijken de kat uit de boom. Het is belangrijk om nu met wat eerste makkelijke aanpassingen te komen. De quick wins. De quick wins zijn snel in te voeren, kosten weinig geld of tijd. Vaak is een quick win een beslissing, een afspraak om dingen anders te organiseren. Hieronder mogelijke quick wins.

1. De frituur gaat een paar uur later aan
2. Vloeibaar frituurvet i.p.v. vast frituurvet
3. Naast de witte broodjes bieden we ook bruine broodjes aan
4. Zorg bij (jeugd)toernooien dat overal water beschikbaar is
5. Bij (jeugd)toernooien verkopen we pas na 4 uur 's middags alcohol
6. We zorgen voor appels van de groenteboer of teler uit de buurt
7. Naast roze en gevulde koeken verkopen we ook gezondere snacks met meer vezels
8. We verkopen snoep alleen nog los en niet in voorverpakte uitdeelzakjes

Bij de Utrechtse Sportvereniging (U.S.V.) Elinkwijk is het idee opgevat om langzaam de doordeweekse keuken aan te passen, bijvoorbeeld door de frituur minder vaak en later aan te doen. Dat beleid wil voetbalvereniging Elinkwijk op termijn ook in het weekend doorvoeren.



# LEKKER EN GEZOND: ZÓ KUNT U HET ASSORTIMENT AANVULLEN EN VERANDEREN!

## **Dranken**

Koffie, thee, water  
Frisdranken light  
Melk en halfvolle melk  
Halfvolle chocomel  
Verse vruchtensappen

## **Koek**

Ontbijtkoek (Snelle Jelle)  
Evergreen  
Sultana  
Yo Fruit

## **Broodjes**

Volkorenbroodjes 30+kaas  
Volkorenbroodje achterham  
Volkorenbroodje gekookt ei met rauwkost  
Pitabroodje met kipsalade  
Naanbrood met eicurry

## **Snoep**

Tic Tac  
Pepermunt

## **Fruit**

Appel  
Banaan  
Bakje fruit  
Watermeloen



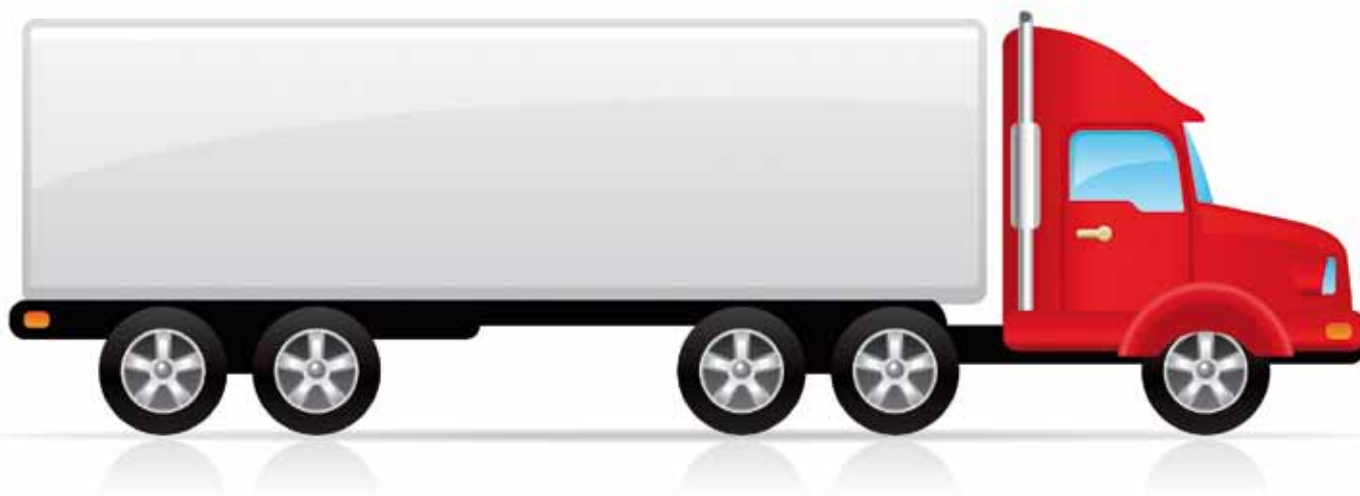
## 7. DE GROTE LEVERANCIERS

Het aanbod in sportkantine wordt mede bepaald door leveranciers. De grote leveranciers richten vaak ook een deel van de kantine in en zetten een compleet basisassortiment neer. Daarmee hebben zij een machtige stem in het aanbod. Het is een uitdaging om met deze leveranciers aan tafel te gaan en samen met hen tot nieuwe, gezondere afspraken te komen. Het is daarbij van belang om te laten zien dat het initiatief van een gezonde sportkantine breed gedragen wordt in de vereniging. Veel kantinebeheerders (vrijwillig of commercieel) kopen in bij groothandels. Ga eens praten en vraag steun voor het initiatief. Misschien zijn er afspraken te maken voor inkooppakketten met gezondere keuzes.

### IS DAT ZO?

#### **Grote leveranciers bepalen zelf wat ze willen?**

Het is goed te bedenken dat bijvoorbeeld grote frisdrankproducenten ook intensief bezig zijn met gezondheid. Zij stimuleren sport en beweging. En zij bieden steeds meer keus met gezondere producten, zoals Zero en Light. Vaak verkopen ze ook water. Ga eens met de vertegenwoordiger het gesprek aan of ze hun gezonde keuze niet extra willen promoten in de kantine. Of probeer in het kader van de gezondere sportkantine de gezondere producten goedkoper te krijgen, zodat ze aantrekkelijker geprijsd kunnen worden.



# INVENTARISEER UW LEVERANCIERS EN DE PRODUCTEN

## Leveranciers

## Producten

## 8. DE KLEINE LEVERANCIERS

Soms zijn de oplossingen dichterbij dan u denkt. Want waarom adverteert het garagebedrijf langs de lijn, waarom staat de verzekeraar op de shirts van het eerste elftal, maar waarom zijn er geen afspraken over gezond voedsel met lokale leveranciers? De groenteman op de hoek, de bakker, de teler?

Lokale ondernemers zijn vaak bereid om kleine sponsoracties te doen. Niet met geld, maar met spullen. Ze kennen de sportclub, ze sporten er misschien zelf of ze kennen enkele leden. En ze willen graag iets doen aan maatschappelijk verantwoord ondernemen.



● **Idee:**

Aan twee kratjes appels van de plaatselijke teler heeft u genoeg om een weekend lang fruit op de bar te hebben. Vraag er 50 cent voor en het levert u nog een leuke omzet op ook.

● **Idee:**

Laat de warme bakker elke week een gezond broodje promoten. U krijgt het voor (bijna) niks en verkoopt het voor een aantrekkelijk prijsje.

● **Idee:**

(vul hier eigen ideeën in) ...

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## IS DAT ZO?

### **Mensen willen helemaal geen fruit of gezonde broodjes**

De Amsterdamse hockeyvereniging Athena introduceerde bij haar oprichting al het Broodje Athena. Een stuk vers Turks brood met tomaat, mozzarella en basilicum. Een regelrechte hit. Het Broodje Athena is beroemd tot in de wijde omtrek. Zoals het hele kantineassortiment van Athena spraakmakend is. Er is gekozen voor andere koek (zie het schema, pagina 17), snoep is beperkt verkrijgbaar, er staat gratis fruit op de tafels en o ja, Athena frituurt niet. In de kantine van Athena is het altijd druk.

**Ga eens een kijkje nemen bij een van de kantines in Nederland waar al een gevarieerder assortiment met meer gezonde keuze wordt verkocht. Een praatje met de beheerder beantwoordt waarschijnlijk een hoop vragen.**

Een gezondere keuze gaat natuurlijk verder dan alleen de kantine. Nog beter zou het zijn om te spreken van een gezonde sportvereniging. Ook op de velden moet het gezondere beleid te zien zijn. Trainers en coaches zijn rolmodel en hebben een voorbeeldfunctie. Dus trainers en coaches: neem een fles water mee naar het veld, in plaats van energydrinks en laat een speler bij toerbeurt fruit meenemen voor in de pauze.

# IS DAT ZO?

## **Verse producten kun je niet goed houden. Dat betekent veel verlies.**

Dit is maar ten dele waar. Veel fruit is goed houdbaar in de koeling of daarbuiten. Tussen de 3 en 10 graden gekoeld zijn appels tot wel 4 weken houdbaar. Leg ze wel in een aparte bak, want ze kunnen slecht tegen ander fruit in hun buurt. Meloenen en komkommers kun je ongekoeld minstens een week goed houden, sinaasappels zeker 1 tot 3 weken. Meer weetjes? Check [www.groentenfruitbureau.nl](http://www.groentenfruitbureau.nl). Of vraag uw leverancier om goede tips. Hij wil vast meedenken en misschien wel wat vaker heen en weer rijden om verse producten te brengen.





Een aantal verenigingen in Nederland is al begonnen met GO! Zij gaan zelf of in samenspraak met de commerciële beheerder van de kantine op weg naar meer variatie en meer gezonde keuze. Wij moedigen alle sportclubs van Nederland aan om te starten met een gezonder assortiment in de kantines. Het is leuk om te zien dat het werkt, maar het is ook noodzakelijk.

Wilt u aan de slag en is er genoeg enthousiasme in uw vereniging, meldt u dan aan via [info@convenantgezondgewicht.nl](mailto:info@convenantgezondgewicht.nl). En u ontvangt dit boekje GO! Commerciële kantinebeheerders kunnen natuurlijk ook het voortouw nemen en hierover het gesprek met de sportclub aangaan. Ook zij kunnen zich aanmelden om GO! te ontvangen.



Meer inspiratie en informatie:

[www.voedingscentrum.nl](http://www.voedingscentrum.nl)

[www.groentenfruitbureau.nl](http://www.groentenfruitbureau.nl)

[www.caloriecalculator.nl](http://www.caloriecalculator.nl)

[www.fiturenindehoreca.nl](http://www.fiturenindehoreca.nl)

Voor informatie:

Convenant Gezond Gewicht

Zeestraat 84

2518 AD Den Haag

070-318 44 05



Scan deze QR-code met uw telefoon of tablet en ga direct naar onze website

[www.convenantgezondgewicht.nl](http://www.convenantgezondgewicht.nl)





***De gezonde keuze wordt de gemakkelijke keuze***