

LEKKER BEZIG BIJ MHC-DIEREN-SCHIJF

Project:
Lekker bezig bij MHC-Dieren

Aanvrager:
MHC-Dieren

Periode:
2023 - heden

Status:
In uitvoering

Meegaan met maatschappelijke ontwikkelingen en als club daar je verantwoordelijkheid in nemen. Een gezonder clubhuis dus, maar dan wel eentje dat past bij MHC-Dieren. De hockeyclub ging er begin 2023 voor. Toenmalig voorzitter en initiatiefnemer Jos Wortelboer deed de aanvraag.

Maar, eerlijk toegegeven door Paul Brok, lid van het exploitatie-team van het clubhuis, er was wel de nodige scepsis vooraf. "Ik dacht, komen ze me nou vertellen dat we vanaf nu alleen nog maar broodjes broccoli mogen serveren?" Dat bleek gelukkig niet de juiste aanname.

Mieke Schoenmakers, professioneel betrokken bij het project vanuit haar bedrijf Smaakidee-Voedingsadvies, koos met het bestuur én het clubhuisteam voor de weg van kleine veranderingen, zonder met het vingertje te wijzen. "We wilden vooral niet dwangmatig de boel veranderen en de sporters ook zeker niet hun bitterbal en biertje helemaal afnemen. Daarom zijn we begonnen met bewustwording."



Dat gebeurde onder andere door een Supermarkt-safari met de inkopers, waarbij meer verantwoorde alternatieven uitgekozen zijn. Daarbij werd tijdens de lancering duidelijk gemaakt hoeveel suiker er in bepaalde (fris)dranken zat door het daadwerkelijke aantal suikerklontjes voor de flesjes neer te leggen. Brok: "Daar ben ik echt van geschrokken. Aan mij hebben de fabrikanten een goede klant, zet een koe op de verpakking en ik denk dat het gezond is. Maar goed, dat bleek dus niet zo te zijn."

De campagne richt zich in Dieren op drie helften, uitgebeeld in een schijf. De 1e en 2e helft, daarin staan de gezonde keuzes centraal. De 3e helft is het stukje 'bitterballen'. De club heeft door een ontwerper een mooi logo laten ontwikkelen dat deze drie helften uitbeeldt, inclusief de keuzes die je daarin kunt maken.

Huidig voorzitter Christian van den Berg: "We spreken als club vol overtuiging uit dat we voor gezond gaan, en we maken daarbij ook bepaalde keuzes. Dat betekent concreet dat de traditie van ranja na de jeugdwedstrijd veranderd is in tapkannen met fruitwater. En bestel je een tosti, dan is hij gemaakt van bruinbrood, tosti's van wit brood zijn niet meer te verkrijgen."

Op 16 september jl. was de officiële aftrap. Met heel veel positieve reacties.

Mieke: "De kinderen vonden dat fruitwater helemaal geweldig. Je mag onbeperkt zelf tappen, dus wat wil je nog meer. Ook ouders waren er blij mee."

Paul Brok ondertussen, is helemaal om, en is in gesprek met Vrumona (de drankenleverancier) over een aanpassing van het drankassortiment. Daarnaast heeft hij ook plannen met het snoep. "Dat moet ook anders, de gezondere keuze moet een veel groter deel van het assortiment worden."

De lancering van de gezonde schijf was dus zeker niet het eindpunt, maar voor de betrokken eigenlijk het startpunt van een langlopende campagne waarin nog veel meer te veranderen valt.



“
De kinderen vinden het fruitwater geweldig!

Christian van den Berg: "De bijdrage uit het Preventieakkoord maakte dat je een stok achter de deur hebt om het ook daadwerkelijk te gaan doen. Het is geld met een specifieke bestemming, dat je ook moet verantwoorden, het is geen vrij te besteden subsidie. Tegelijkertijd zouden we binnen onze vereniging dit geld nooit vrij hebben kunnen maken uit de reguliere verenigingsbegroting. Dan gaan een nieuw scorebord of hockeyballen echt wel vóór dit soort initiatieven, daar ben ik heel eerlijk in. De bijdrage uit het preventieakkoord werkte als een katalysator, zónder was deze campagne echt niet van de grond gekomen."