

Procesevaluatie

Kwantitatief onderzoek



In opdracht van

Vlaamse Overheid



September 2011



INHOUD

- A. ACHTERGROND & DOESTELLINGEN
- B. ONDERZOEKSOPZET
- C. VOORNAAMSTE BEVINDINGEN
- D. PROCES-EVALUATIE: KWANTITATIEF ONDERZOEK DEELNEMENDE SCHOLEN
- E. PROCES-EVALUATIE: KWANTITATIEF ONDERZOEK NIET-DEELNEMENDE SCHOLEN
- F. PROCES-EVALUATIE: KWALITATIEF ONDERZOEK EDUCATIEF MATERIAAL
- G. PROCES-EVALUATIE: KWALITATIEF ONDERZOEK NIET-DEELNEMENDE SCHOLEN



A. Achtergrond & doelstellingen



Stimuleren van groenten & fruit consumptie...

- 'Tutti Frutti' is een overkoepelende campagne die de verschillende methodieken rond het bevorderen van de fruit- en groentenconsumptie op school overkoepelt.

door subsidiering van 'schoolfruitactie' bij leerlingen van kleuter/basisonderwijs.

- Bij de gesubsidieerde 'Schoolfruitactie' wordt met een 'fruitabonnement' gewerkt en wordt het fruit door de school aangekocht en aan de leerlingen uitgedeeld. Scholen uit het basisonderwijs (kleuter en lagere scholen) die een fruitabonnement voor minstens 30 weken afsluiten komen in aanmerking voor een terugbetaling. Dit fruitabonnement bedraagt minstens 6 Euro per leerling per schooljaar, waarvan 4 Euro wordt terugbetaald. Subsidies zijn enkel voor leerlingen van het kleuter & basisonderwijs (3-12 jaar).

Daar bovenop een reeks ondersteunende & begeleidende maatregelen:

- Er wordt gewerkt met een gedecentraliseerd distributiesysteem, waarbij de scholen zelf instaan voor praktische organisatie: keuze (lokale) leverancier, afspraken omtrent aantallen, prijs en leveringsvoorwaarden, betaling van de leveranciers, afhaling van groenten/fruit en verdeling aan de leerlingen. Via de website www.fruit-op-school.be wordt er door de Vlaamse overheid gefaciliteerd zoals overzicht van handelaars in de regio, modelcontract,...
- Daarnaast stelt het Agentschap begeleidende maatregelen beschikbaar zoals lespakketten, bedrijfsbezoeken, suggestie voor integratie in het leerplan, promotie van interesse in de landbouw in het algemeen en het 'gezonde school' concept in het bijzonder.

Te volgen procedures voor deelname aan het project:

In September 2009 werden er een reeks informatiesessies georganiseerd om de scholen in te lichten over de schoolfruit acties en hen meer uitleg te geven over de administratieve procedures:

- Alle inschrijvingen verlopen via de www.fruit-op-school.be website
- De school dient zelf een handelaar te kiezen en hiermee een (model) contract voor levering van groenten & fruit af te sluiten van minimaal 30 weken
- Tevens dient er een erkenningsaanvraag ingediend te worden bij het Agentschap voor Landbouw & Visserij
- Tot slot dient de school maandelijks of trimestrieel via het e-loket Landbouw en Visserij een subsidieaanvraag in.

*Bron:
Functionele en technische voorschriften*

Doelstellingen schoolfruitactie Tutti Frutti



De algemene doelstelling van het project is als volgt geformuleerd: toename van de fruitconsumptie van kinderen op school volgens de aanbevelingen en principes van de actieve voedingsdriehoek. Deze doelstelling wordt op de volgende manieren nagestreefd:

- Fruit en groenten ruim beschikbaar maken als tussendoortje in kleuter- en lagere scholen. Met andere woorden, frequent, via verschillende aanbodkanalen, gevarieerd en met een aantrekkelijk aanbod.
- De kennis, vaardigheden, attitudes en sociale normen ten aanzien van fruit bij kinderen positief beïnvloeden.
- Bijdragen tot een verdere uitwerking van een voedingsbeleid.

Bovenstaande doelstellingen zijn vertaald in **operationele doelstellingen voor 2009-2014** op het niveau van:

- Aanbod schoolfruit: laagdrempelig, kwaliteitsvol en gevarieerd productaanbod van groenten & fruit
- Aanbod van begeleidende maatregelen: promotiemateriaal, geschikt aanbod van educatieve materialen rond groenten en fruit voor basisonderwijs, sensibiliserings schoolacties, portaalsite voor scholen, stakeholders en intermediars voor de registratie en beheer van de schoolfruitactie.
- Deelname schoolfruit: voor schooljaar 2009-2010 is het objectief vastgesteld op deelname van minstens de helft van de scholen in het basisonderwijs (= Tutti Frutti met fruitabonnement en/of 'fruit in boekentas-afspraken'). Dit dient te evolueren naar 2 op 3 in het schooljaar 2010-2011.
- Gebruik van de begeleidende materialen: 80% van de deelnemende basisscholen gebruikt het promotiemateriaal, in het schooljaar 2010-2011 kent minstens 70% de portaalsite van de schoolfruitactie Tutti Frutti, 30% van de deelnemende scholen doen mee aan de klassenwedstrijd en minimaal 10% van de scholen neemt deel aan één van de schoolacties die opgesomd zijn in de online inventaris.

Vervolg van de **operationele doelstellingen voor 2009-2014** op het niveau van de effecten:

- Effecten op gedragsdeterminanten: kennis, attitudes en sociale normen t.a.v. fruit bij de deelnemende leerlingen, gedragsintentie t.o.v. fruitconsumptie, beschikbaarheid van fruit en of attitudes t.a.v. fruit in het thuismileu.
- Effecten op het (integrale) gezondheidsbeleid in basisscholen

Doelstellingen van het onderzoek



Doelstellingen van deze overheidsopdracht:

In het kader van EG verordening dient de Vlaamse Overheid zowel de **uitvoering** als de **doeltreffendheid** van de 'schoolfruitactie' te evalueren. Voor het schooljaar 2009-2010 en 2010-2011 een procesevaluatie met name:

1. Evaluatie van de procedure:

- niet enkel erkenningsaanvraag, subsidieaanvraag en website registratie
- maar tevens van het gevoerde communicatie beleid vanuit de Vlaamse Overheid en de door haar gesubsidieerde organisaties

2. Evaluatie van de implementatie:

- Aanbod van het fruit
- Aanbod van de begeleidende maatregelen
- Deelname aan de Schoolfruitactie
- Gebruik & tevredenheid van de begeleidende maatregelen

3. De effectevaluatie (voor het schooljaar 2010-2011)

Centrale vraag is hier uiteraard het uiteindelijk behaalde effect: met andere woorden, is er een (statistisch significante) aantoonbare relatie tussen deelname aan de 'schoolfruitactie' en effectieve consumptie van groenten en fruit tijdens de schooluren. In een breder kader worden effecten ook gemeten op niveau van gedragsdeterminanten en (integraal) gezondheidsbeleid.

In het volgende deel zullen bovenstaande onderzoeksdoelstellingen en daarbij behorende deelvragen verder besproken worden. We beginnen met een overzicht van ons plan van aanpak en argumenteren vervolgens ieder deelaspect van het onderzoek in meer detail.



B. Onderzoeksopzet

Overzicht methodologie proces evaluatie



Evaluatie 2009-2010 in Nov-Dec 2010
Evaluatie 2010-2011 in April-Mei 2010

Evaluatie procedure:

- Erkeningsaanvraag
- Subsidieaanvraag
- Website registratie

Evaluatie implementatie:

- Aanbod van het fruit
- Aanbod begeleidende maatregelen
- Deelname aan SFA
- Gebruik & tevredenheid

Kwantatief luik:

- Online vragenlijst
- 52% respons (2009-2010)
- 35% respons (2010-2011)
- Lengte 35"

Centrale gegevens:

- Vragen & klachten
- Fruithorf statistieken
- Website statistieken

Kwalitatief luik:

- 4 focus groepen
- Leraren & directie scholen
- Deelnemers & niet deelnemers
- Stedelijk & ruraal



C.Voornaamste bevindingen



- 51% van de scholen heeft in 2010-2011 deelgenomen aan de fruitactie “Tutti Frutti”. Dit aantal blijft stabiel en maar ligt beneden het gestelde objectief van 66% voor schooljaar 2010-2011. Slechts 6% van de ondervraagde scholen nam in 2010-2011 voor de eerste keer deel. Alle scholen hebben de intentie om opnieuw deel te nemen.
- Er is een hoge deelnamegraad van de leerlingen, ook in scholen waar de Schoolfruitactie niet verplicht is.
- Het welkomstpakket*, dat vorig jaar werd ingevoerd, wordt positief onthaald. Het is interessant en nuttig. Extra (schil)materiaal zou zeker gewaardeerd worden.
- Naast de subsidie van 4 Euro wordt er gemiddeld 5 euro bijgelegd, voornamelijk door de ouders (gemiddeld 2,72 €) en de school (1,50 €).
- De praktische organisatie van verdelen en schillen van fruit is vaak een samenwerking tussen de school (leerkrachten) en ouders. Dit verhoogt ook de betrokkenheid van de ouders met betrekking tot de fruitactie.
- De leerkrachten worden gestimuleerd door de school om vanuit hun voorbeeldfunctie ook fruit te eten. In 87% van de scholen neemt minstens een deel van de leerkrachten deel aan de Schoolfruitactie. 31% van de scholen draagt zelfs financieel bij aan de deelname van de leerkrachten.

*Welkomstpakket: bevatte 10 affiches, 10 wedstrijdkalenders, 10 stickervellen, raamsticker, appelsnijder en dunschiller en een begeleidende brief



- Net zoals in 2009-2010, zijn **9 op 10 deelnemende scholen tevreden** over het initiatief van de Schoolfruitactie. 88% geeft een score van 8 op 10 of meer.
- Het **educatief aanbod, de kwaliteit van het fruit en de website** behalen **hoge tevredenheidsscores**. Over de **administratieve procedures** is men **minder tevreden**.
- WEBSITE - www.fruit-op-school.be:
 - Het vooropgesteld **objectief**, minstens 70% kent spontaan de portaalsite van de Schoolfruitactie Tutti Frutti, is **bereikt** (74%). Geholpen (na het tonen van de url) kent 88% de website.
 - Belangrijkste redenen van bezoek: algemene informatie zoeken en registratie van de deelname aan de fruitactie.
 - Positieve evaluatie
- De website van **Landbouvwlaanderen**, het e-loket, is even gekend als www.fruit-op-school.be. Deze website krijgt een lagere evaluatiescore. Deze wordt ervaren als **ingewikkeld**, maar eens je weet hoe het werkt, valt het wel mee. Het is een **leerproces**. 94% deed vroeger al mee en heeft een zekere ervaring opgebouwd.



- De **administratieve procedures** behalen in het algemeen **lagere tevredenheidsscores**. 27% van de scholen geeft een score onder 7 op 10 voor de administratieve procedures.
- **Registratieprocedure:**
 - Over het algemeen een vrij positieve evaluatie, maar 25 à 30% is toch nog ontevreden.
- **Steunaanvraag:**
 - **Positievare evaluatie** in 2010-2011, zowel in het algemeen als wat betreft de uitleg over de eventuele volgende stappen en de eenvoud.
- **Probleemoplossing:**
 - De telefonische infolijn van het e-loket blijft het meest gekende kanaal, gevolgd door het e-mailadres van Landbouw en het LOGO. Geen verschillen ten opzichte van 2009-2010.
 - 61% heeft een specifieke vraag gehad naar aanleiding van de registratie, steunaanvraag of het opladen van facturen en heeft telefonisch contact opgenomen. Het **aantal vragen is (nog) niet afgenomen**, ondanks de ervaring van de scholen.
 - De scholen zijn **zeer tevreden over de ondersteuning** bij hun probleem.



- Handelaar:
 - De helft van de scholen kiest een handelaar van op de lijst.
 - 67% werkt samen met een lokale handelaar. In de 5 grote centra werkt de helft van de scholen samen met een supermarkt. Op alle scholen is dit 22%.
 - De helft van de handelaren levert het fruit op school.
- De handelaar bepaalt meestal (66%) welk fruit en welke groenten geleverd worden. 10% werkt volgens de seizoenskalender op de website van de Schoolfruitactie.
- Over de kwaliteit van het fruit is men zeer tevreden. Net als bij de vorige meting geldt de bemerking dat de variatie kan verbeterd worden.
- Uit een analyse van de aangeboden fruitkorf door de scholen blijkt dat de meest aangeboden fruitsoorten, de volgende zijn: appel, mandarijn, peer, kiwi, banaan en sinaasappel.

Procesevaluatie deelnemende scholen



- De **objectieven** met betrekking tot het gebruik van de **begeleidende maatregelen** zijn bereikt, met uitzondering van het gebruik van het educatief materiaal³.

		Objectief	Resultaat 2010-2011	Resultaat 2009-2010
Gebruik begeleidende maatregelen	Bekendheid PORTAALSITE SFA	70%	74%	76%
	Gebruik PROMOTIEMATERIAAL ^{*2}	80%	83%	73%
	Gebruik EDUCATIEF MATERIAAL ^{*3}	60%	52%	52%
	Deelname KLASSENWEDSTRIJD	30%	58%	53%
	Deelname één van de SCHOOLACTIES ^{*4}	10%	25%	23%

- Het **educatief aanbod** binnen Tutti Frutti krijgt een **zeer positieve beoordeling van de gebruikers**, zelfs een toename in vergelijking met 2009-2010. **84%** geeft een score **van 8 op 10 of meer**.
- Er is **nood aan verdere stimulatie van het gebruik**: uit groepsdiscussies gevoerd met onderwijzend personeel blijkt dat het huidige SFA materiaal niet alleen vraagt om **betere**, meer **aantrekkelijke layout**, maar tevens een indicatie van inhoud, duidelijk overzicht en gebruik van iconen zodat **nieuwe-gebruikers snel wegwijs** worden in de materie.

^{*2} Brochures en posters

^{*3} Actie creatief met fruit, leer gezond eten, kweek een fruitbewustzijn, de wakkere consument, op stap met de klas

^{*4} Op stap met de klas



- Alle niet-deelnemende scholen kennen de Schoolfruitactie.
- Bijna 4 op 10 van deze scholen zegt vroeger reeds te hebben deelgenomen aan Tutti Frutti (met of zonder subsidies). De Schoolfruitactie is bij deze scholen de initiator geweest om initiatieven op eigen kracht te ontwikkelen.
- De belangrijkste redenen om niet langer deel te nemen:
 - De school organiseert eigen fruitacties
 - Te veel organisatorisch werk: schillen, fruit ophalen, ...
 - Te weinig variatie in het fruit & wisselende kwaliteit
 - Sensibiliseren van de ouders - directe impact op de thuissituatie doordat er thuis fruit dient te worden gekocht.
 - Tijdens de diepte interviews met directies van niet-deelnemende scholen wordt er tevens melding gemaakt van:
 - Schillen gaat dikwijls ten koste van de speeltijd - negatieve impact op beweging,
 - verspilling van fruit en meer afval doordat de hoeveelheden onvoldoende zijn afgestemd op de eetlust van de kinderen,
 - niet erkennen van aanzienlijke hoeveelheid extra administratief werk (toekenning extra uren)
 - en tevens het risico van tijdsintensieve controles.
- In de niet-deelnemende scholen worden de leerkrachten meer gestimuleerd om vanuit hun voorbeeldfunctie fruit te eten, maar vaker zonder financiële bijdrage van de school.



■ WEBSITE

- 44% van de niet-deelnemende scholen kent spontaan de website van de Schoolfruitactie en 64% geholpen (bij de deelnemers, respectievelijk 74% en 88%). De website www.gezondopschool.be kennen meer niet-deelnemende scholen dan de Tutti Frutti website.
- Iets meer dan de helft van de niet-deelnemende scholen heeft de website van de Schoolfruitactie reeds bezocht. De voornaamste redenen om de website te bezoeken: bron van (algemene) informatie en om lesmateriaal te zoeken.
- Eerder een positieve evaluatie, net zoals de deelnemers.

Procesevaluatie niet-deelnemende scholen



- Van alle opgesomde **lesmaterialen** (11 in totaal) is **Tutti Frutti het meest gekend en gebruikt**. In de **helft** van de niet-deelnemende scholen wordt toch het **lesmateriaal van de Schoolfruitactie gebruikt!**
- De **algemene tevredenheid** over het educatief materiaal ligt **lager** bij niet-deelnemers. Deze scholen zijn het er echter wel mee eens dat het educatief materiaal mooi en gebruiksvriendelijk is, het past binnen het leerplan en voor een deel een bron van inspiratie is.
- Uit de groepsdiscussies blijkt dat **het formaat van het materiaal frisser en vooral toegankelijker** gemaakt dient te worden - door **duidelijke inhoudsopgave, betekenisvolle titels** en aantrekkelijk **icoon gebruik**.
- Naar **inhoud** dient er aandacht te zijn voor een **modulair, gediversifieerd aanbod** aanpasbaar aan de verschillende niveaus en (culturele) achtergrond met een juist **evenwicht tussen creative tips & kant-en-klaar materiaal**.
- De **bekendheid en het gebruik** van de specifieke aspecten van het educatief aanbod van Tutti Frutti ligt **lager**, zoals de schoolwedstrijd, bedrijfsbezoeken,...



D. Procesevaluatie: deelnemende scholen

Inhoud

- I. Onderzoeksopzet
- II. Profiel van deelnemende scholen
- III. Deelname & organisatie Schoolfruitactie
- IV. Algemene evaluatie & impact
 - ⇒ Bekendheid & evaluatie website
 - ⇒ Evaluatie van de administratieve procedures & klachten
- V. Fruitaanbod & fruitkorf
- VI. Kennis & evaluatie begeleidende maatregelen
- VII. Conclusies



Onderzoeksopzet



■ Doelstellingen van deze overheidsopdracht:

In het kader van EG verordening dient de Vlaamse Overheid zowel de **uitvoering** als de **doeltreffendheid** van de 'schoolfruitactie' te evalueren.

■ Voor het schooljaar 2010-2011 werd, net als voor 2009-2010, een procesevaluatie gedaan, **met name**:

1. Evaluatie van de procedure:

- a) niet enkel erkenningsaanvraag, subsidieaanvraag en website registratie
- b) maar tevens van het gevoerde communicatie beleid vanuit de Vlaamse Overheid en de door haar gesubsidieerde organisaties

2. Evaluatie van de implementatie:

- a) Deelname aan de Schoolfruitactie
- b) Aanbod van het fruit
- c) Aanbod van de begeleidende maatregelen
- d) Gebruik & tevredenheid van de begeleidende maatregelen

- In deze kwantitatieve analyse worden verschillende databronnen gebruikt:
 - Een representatieve enquête van deelnemende scholen
 - Centrale gegevens verzameld rondom het fruitaanbod
 - Websitestatistieken van www.fruit-op-school.be

Onderzoeksopzet

Representatieve steekproef



- **Doelgroep:** scholen die in 2010-2011 deelgenomen hebben aan de Schoolfruitactie.
 - Hiervoor werd een bestand ter beschikking gesteld van 1.115 deelnemende scholen.
- **Methodologie:** een online bevraging
 - De e-mails werden uitgestuurd naar de e-mailadressen die beschikbaar waren in het bestand (1 per school), ter attentie van de verschillende contactpersonen uit het bestand.
 - 1 persoon per school heeft geantwoord
- **Steekproefgrootte:** $n = 351$
 - waarvan 350 scholen en 1 gemeente die zorgt voor de administratie van verschillende scholen.
- **Responsegraad:** $351 / 1.115 = 32\%$.
- **Vragenlijst:** een gestructureerde vragenlijst op basis van de output van de kwalitatieve fase. De gemiddelde duurtijd om deze in te vullen was 35 minuten.
- **Veldwerkperiode:** april-mei 2011

Steekproefsamenstelling

Representatieve steekproef

- De resultaten werden gewogen naar het profiel van alle deelnemende scholen, zodat de vergelijking over de jaren heen zuiver is.
- Weging op de volgende parameters:

	Ongewogen	Gewogen naar profiel deelnemende scholen
TOTAAL	n=351	
Kleuter onderwijs	n=12 (3%)	n=15 (4%)
Lager onderwijs	n=33 (9%)	n=35 (10%)
Kleuter + lager onderwijs	n=306 (87%)	n=301 (86%)
Gemeenschapsonderwijs (GO)	n=70 (20%)	n=64 (18%)
Vrij onderwijs	n=216 (62%)	n=204 (58%)
Gemeentelijk onderwijs	n=62 (18%)	n=81 (23%)
Andere types	n=3 (1%)	n=2 (1%)
5 Grote centra	n=68 (19%)	n=52 (15%)
43 CIM steden	n=85 (24%)	n=91 (26%)
Gemeenten	n=93 (26%)	n=97 (28%)
Ruraal	n=105 (30%)	n=111 (32%)

Legende



DEELNEMERS

-  of  significant hoger resultaat ten opzichte van de totaalresultaten
-  of  significant lager resultaat ten opzichte van de totaalresultaten

-  Significant hoger resultaat ten opzichte van 2009-2010
-  Significant lager resultaat ten opzichte van 2009-2010



Profiel van deelnemende scholen

Profiel van deelnemende scholen SFA



DEELNEMERS

Profiel 2010-2011

Objectief***: 2009-2010 ⇨ 50% 2010-2011 ⇨ 66%		Alle scholen*		Deelnemende scholen		Verhouding (deelnemende / totaal)	Verhouding (deelnemende / totaal)
		2010-2011		2010-2011		2010-2011	2009-2010
ONDERWIJSNET	Gemeenschapsonderwijs (GO)	n=389	15%	n=204	18%	52%	54%
	Vrij onderwijs	n=1583	63%	n=652	58%	41%	41%
	Gemeentelijk onderwijs	n=549	22%	n=256	23%	47%	49%
	Andere types	n=6	0%	n=3	0%	50%	83%
TYPE	Kleuter onderwijs**	n=2257	89%	n=1005	90%	45%	45%
	Lager onderwijs**	n=2356	93%	n=1066	96%	45%	46%
TOTAAL		n=2527		n=1115		44%	45%

2009-2010: fruitabonnement + uitsluitend fruit in de boekentas = 1.122 + 162 scholen = 1.277 scholen = 51%

2010-2011: fruitabonnement + uitsluitend fruit in de boekentas = 1.115 + 160 scholen = 1.275 scholen = 51%

*Bron: statistieken - 2010-2011 - <http://www.ond.vlaanderen.be/onderwijsstatistieken/>

**De scholen die én kleuter- én lager onderwijs organiseren zijn zowel in het aantal kleuterscholen als lagere scholen opgenomen.

***Tutti Frutti abonnement en/of fruit in de boekentas. Exclusief fruit in de boekentas werd niet bevraagd in dit onderzoek.

Profiel van deelnemende scholen



DEELNEMERS

	Profiel (gewogen cijfers)	
TOTAAL	n=351	
Kleuter onderwijs	n=15	4%
Lager onderwijs	n=35	10%
Kleuter + lager onderwijs	n=301	86%
Gemeenschapsonderwijs (GO)	n=64	18%
Vrij onderwijs	n=204	58%
Gemeentelijk onderwijs	n=81	23%
Andere types	n=2	1%
5 Grote centra	n=52	15%
43 CIM steden	n=91	26%
Gemeenten	n=97	28%
Ruraal	n=111	32%
Gem. aantal leerlingen (TOTAAL)	264 leerlingen	
Gem. aantal kleuters (kleuterschool)	111 kleuters	
Gem. aantal leerlingen (lagere school)	173 leerlingen	



Deelname & organisatie Schoolfruitactie



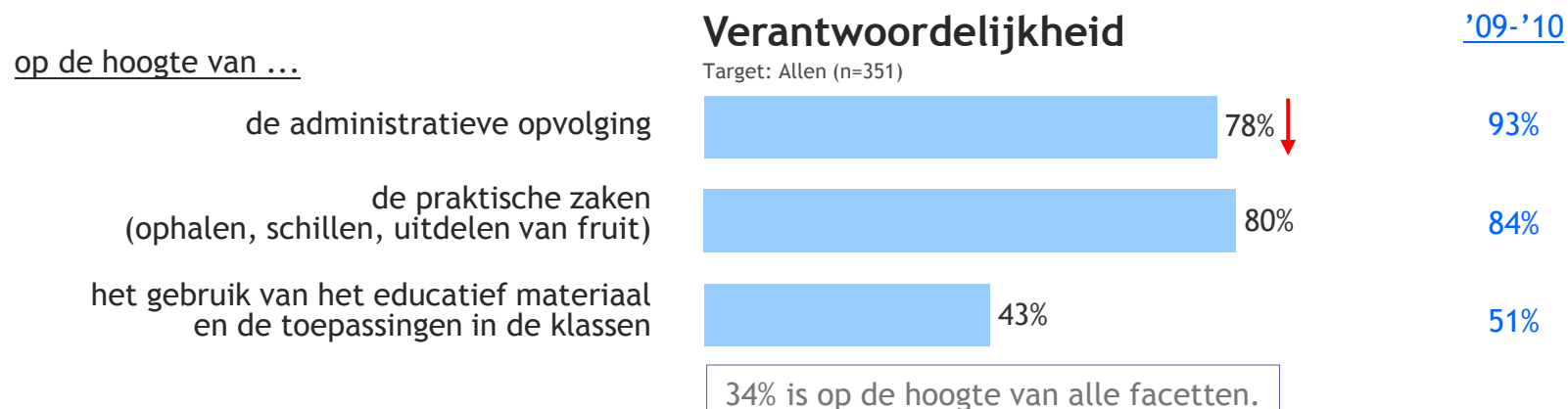
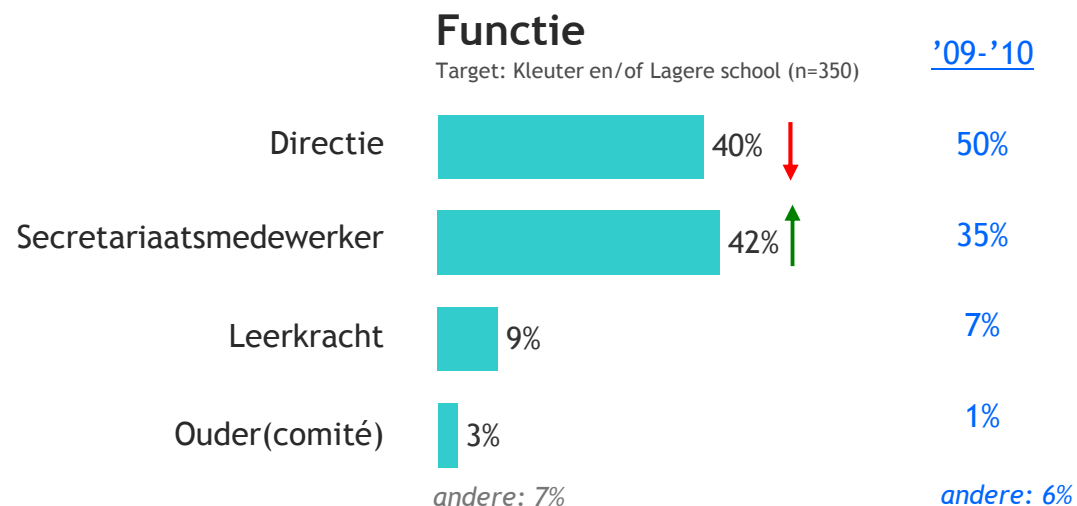
Profiel contactverantwoordelijke

Voornamelijk directieleden en secretariaatsmedewerkers.



DEELNEMERS

Target: Allen (n=350)



Q1.4. Wat is uw functie binnen de school? - Q1.10. Bent u persoonlijk op de hoogte van de administratieve opvolging van de schoolfruitactie en de praktische zaken en het gebruik van het begeleidende materiaal in de school?

Anciënniteit

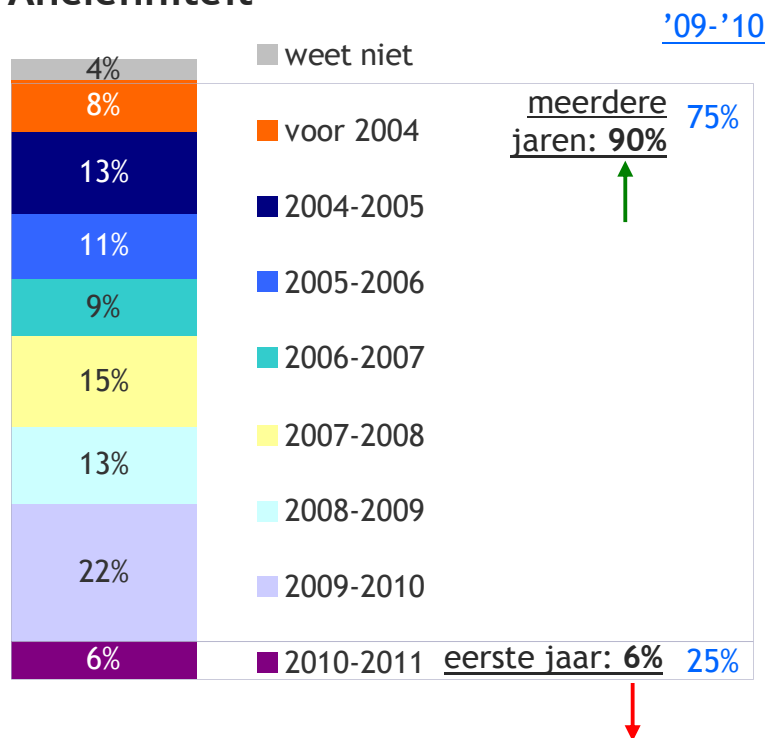
Bijna alle scholen zijn ervaren deelnemers.



DEELNEMERS

Target: Kleuter en/of Lagere school (n=350)

Anciënniteit



Opnieuw meedoen?

100% is van plan om
volgend jaar opnieuw
deel te nemen aan de
Schoolfruitactie

'09-'10

98%

Q1.5. In welk schooljaar bent u begonnen met de deelname aan de Tutti Frutti schoolfruitactie? - Q1.7. Bent u van plan om volgend jaar opnieuw deel te nemen aan de Schoolfruitactie?

Deelnemers aan Schoolfruitactie

Hoge deelnamegraad. 4 op 10 scholen verplichten de deelname.

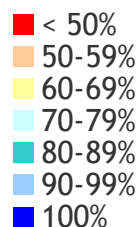
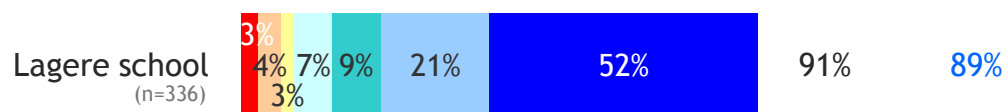
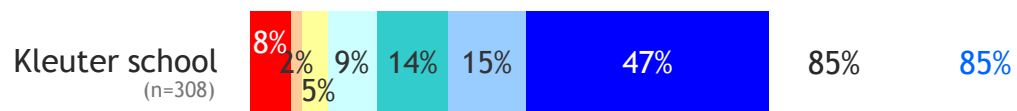
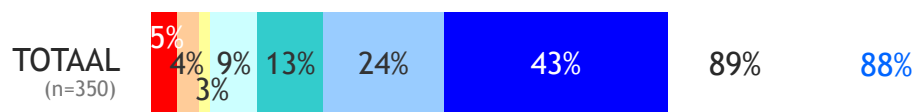


DEELNEMERS

Target: Kleuter en/of Lagere school (n=350)

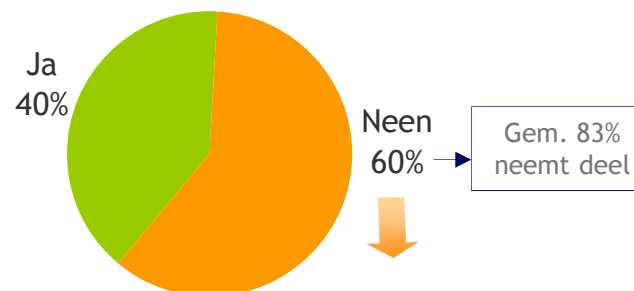
% Deelnemers

gemiddeld '09-'10



Deelname verplicht?

'09-'10
40%



In het begin van het schooljaar moeten kinderen die...

- ➔ willen deelnemen, zich inschrijven (87%) 91%
- ➔ niet willen deelnemen, zich uitschrijven (13%) 9%

(n=210)

Q1.6. Hoeveel leerlingen zijn er in uw school en hoeveel namen deel aan de Schoolfruitactie tijdens het voorbije schooljaar, 2009-2010? - Q1.6.a. Is deelname aan de Schoolfruitactie verplicht in uw school? - Q1.6.b. Welke situatie is van toepassing op uw school?

Welkomstpakket

Positieve evaluatie voor het welkomstpakket.



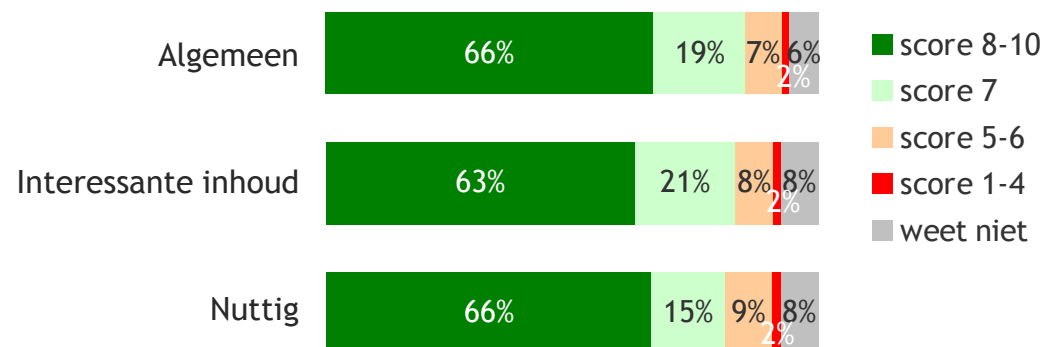
DEELNEMERS

Target: Kleuter en/of Lagere school (n=351)



Tevredenheid

Target: Herinnert zich een welkomstpakket te ontvangen hebben (n=293)



Suggesties

Target: Herinnert zich een welkomstpakket te ontvangen hebben (n=293)

- ➔ geen suggesties, tevreden (71%)
- ➔ extra schilmateriaal, kiwilepeltjes, ... (6%)
- ➔ meer materiaal, per klas (5%)
- ➔ er wordt niets mee gedaan (2%)
- ➔ appelsnijder wordt vaak gebruikt (2%)
- ➔ inhoud gericht maken op kleuters (concreter materiaal) (2%)
- ➔ attentie voor schilouders, kinderen (1%)

andere (7%)
geen antwoord (7%)

Q1.10a. Herinnert u zich dat u, als deelnemer van de Schoolfruitacte, in het begin van dit schooljaar een welkomstpakket ontvangen heeft? Dit pakket bevatte 10 affiches, 10 wedstrijdkalenders, 10 stickervellen, raamsticker, appelsnijder en dunschiller en een begeleidende brief. - Q1.10.b. Hoe tevreden bent u over dit pakket? - Q1.10.c. Heeft u opmerkingen of suggesties met betrekking tot het welkomstpakket?

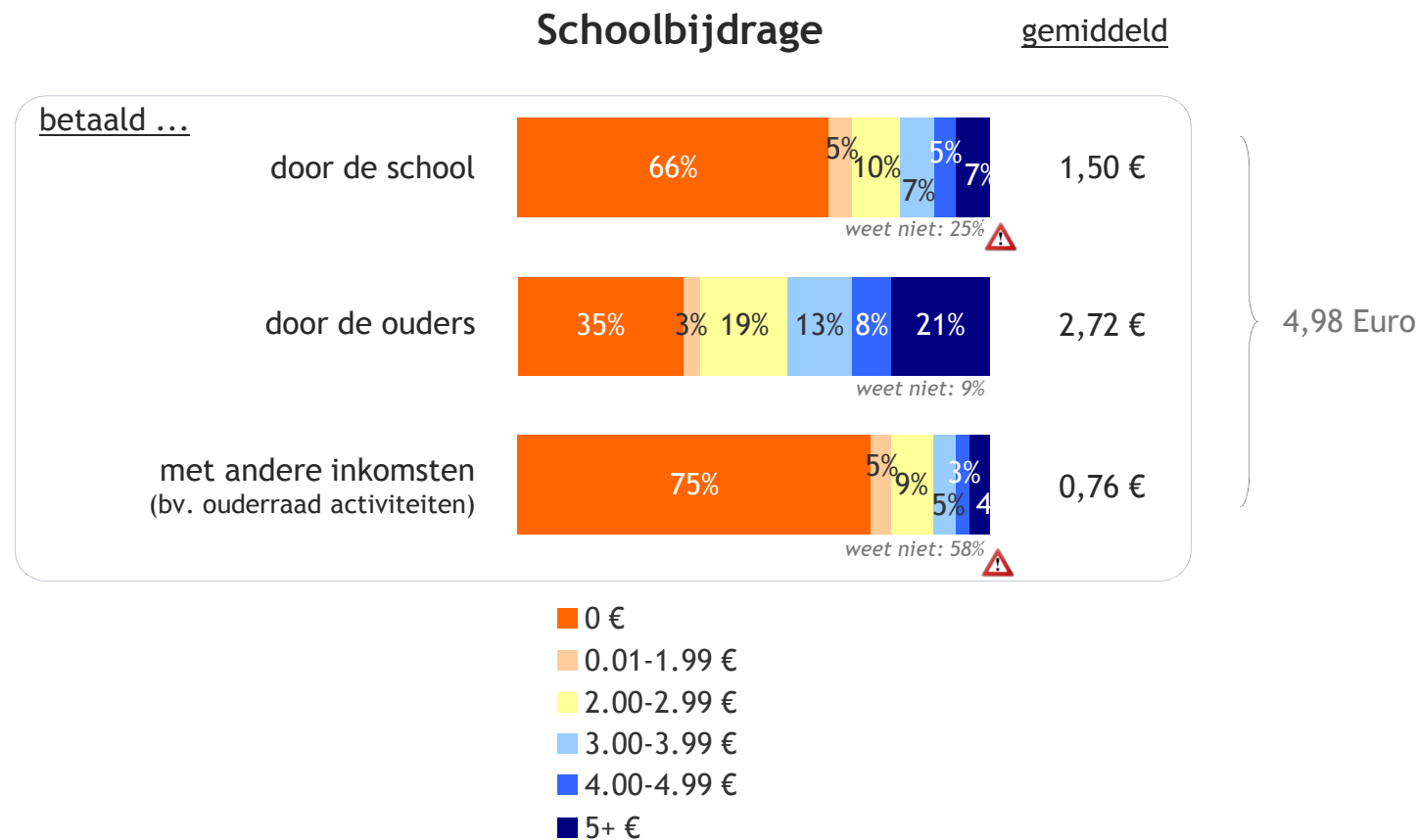
- *“Naast het materiaal dat wij wekelijks gebruiken om 'fruit/groenten eten' nog aantrekkelijker te maken, is het welkomstpakket een interessante aanvulling.”*
- *“Heel aangenaam om dit te mogen ontvangen. Onze fruitouders hebben het materiaal al veel gebruikt en in de klassen wordt ook met het materiaal gewerkt.”*
- *“Zeer interessant welkomstpakket! Voor de toekomst... misschien nog enkele appelmessjes.”*
- *“Levering van (eventueel tegen een bepaalde lage vergoeding) fijn- en appelschillers of ander functioneel materiaal zou welkom zijn.”*
- *“Graag nog plastieken kiwilepeltjes/messjes moest dit kunnen.”*
- *“Wij hadden eerst niet genoeg materiaal, maar hebben dat vlot kunnen bijbestellen. Misschien is het beter om vooraf het aantal leerlingen van de school te kennen.”*
- *“Weinig materiaal in verhouding met het aantal klassen, leerlingen.”*
- *“Het eventueel voorzien van een dunschiller per klas misschien naar volgend schooljaar? Vooral voor de kleuterklassen omdat het fruit (appels, peren...) geschild wordt in de klas.”*
- *“Graag voor elke deelnemende klas een welkomstpakket!”*
- *“Heel aangenaam om dit te mogen ontvangen. Onze fruitouders hebben het materiaal al veel gebruikt en in de klassen wordt ook met het materiaal gewerkt.”*
- *“Visuele elementen zijn belangrijk in een kleuterschool. Het welkomstpakket voldeed daar zeker aan.”*
- *“De affiches waren duidelijk, de fruitkalenders en stickers ook. Dit kon ik makkelijk ronddelen aan alle klassen en de stickers werkten aanstekelijk voor de kinderen.”*

Schoolbijdrage

Gemiddeld wordt er 5 Euro bijgedragen, naast de subsidie, voornamelijk door de ouders en de school.



Target: Kleuter en/of Lagere school (n=351)



Q7.1. Hoeveel bedraagt de bijdrage per leerling per schooljaar, naast de 4 € steunbijdrage?

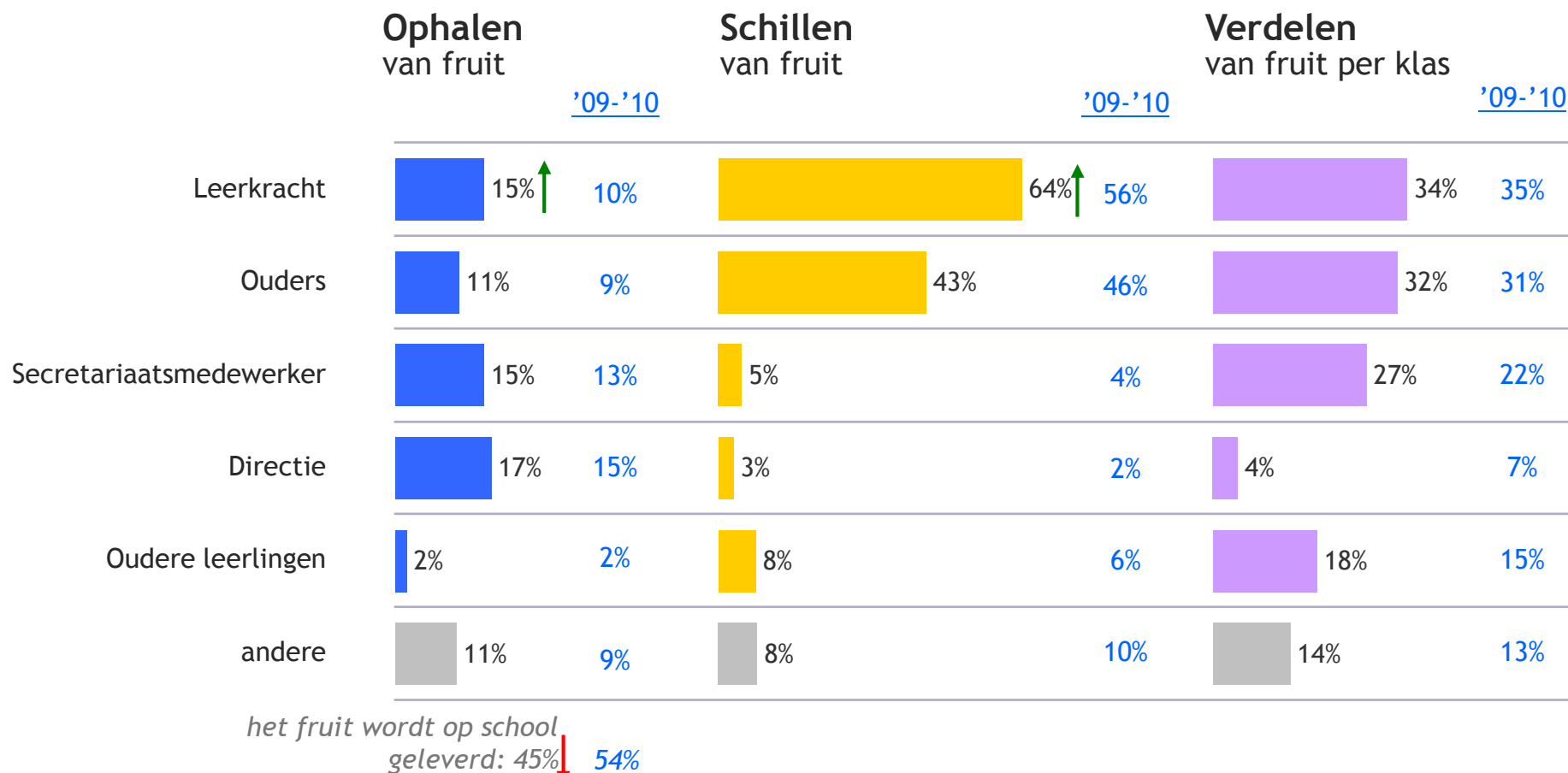
Praktische organisatie

Naast de leerkrachten, worden ook de ouders vaak betrokken bij het schillen en verdelen van het fruit.



DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van de praktische zaken (n=284)



In het GO worden de ouders minder betrokken dan in de andere onderwijstypes. Er wordt meer een beroep gedaan op leerkrachten.

Q7.2. Wie organiseert de Schoolfruitactie praktisch, wat betreft de volgende aspecten?

Betrokkenheid leerkrachten

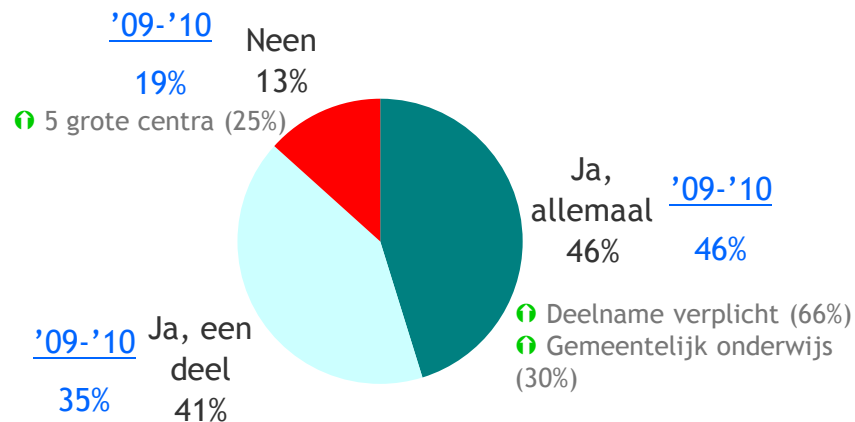
7 op 10 leerkrachten worden attent gemaakt op hun voorbeeldfunctie (al dan niet met een financiële compensatie).



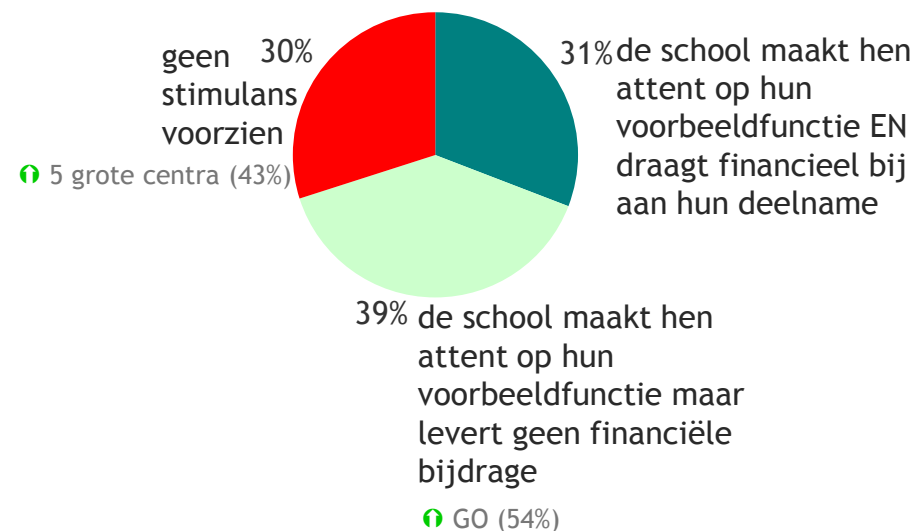
DEELNEMERS

Target: Kleuter en/of Lagere school (n=350)

Deelname leerkrachten



Worden de leerkrachten door de school actief gestimuleerd om fruit te eten?



Q7.3. Doen de leerkrachten ook mee aan de actie? - Q7.4. Worden de leerkrachten door de school actief gestimuleerd om fruit te eten vanuit hun voorbeeldfunctie?

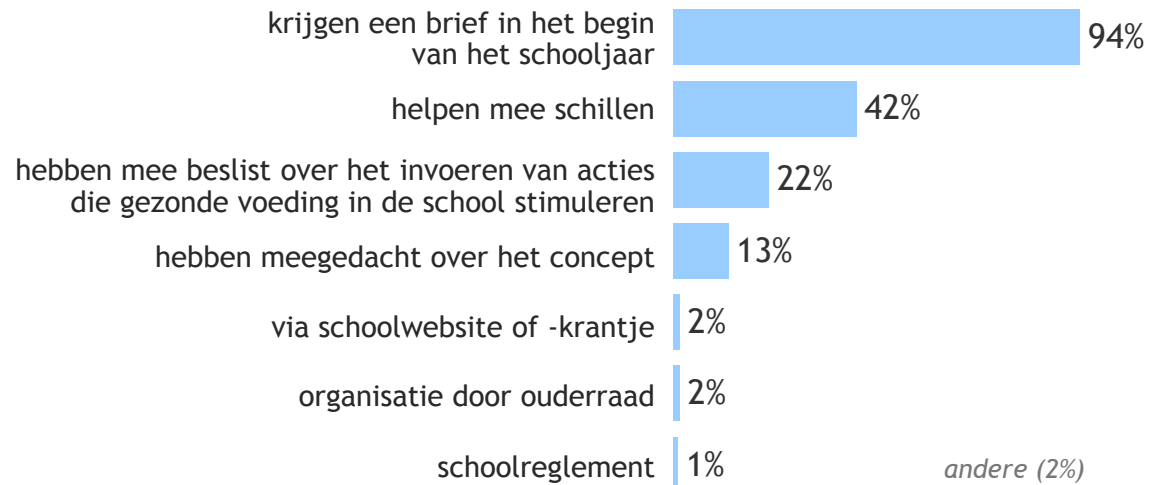
Betrokkenheid ouders

Bijna alle ouders krijgen een brief, maar in een aantal scholen gaat de betrokkenheid verder (mee beslissen, helpen in de uitvoering, ...).



Target: Kleuter en/of Lagere school (n=350)

Betrokkenheid ouders



In het GO krijgt 99% van de ouders een brief in het begin van het schooljaar. Daarnaast is er slechts een zeer beperkte betrokkenheid.



Algemene evaluatie & impact

Algemene tevredenheid initiatief SFA

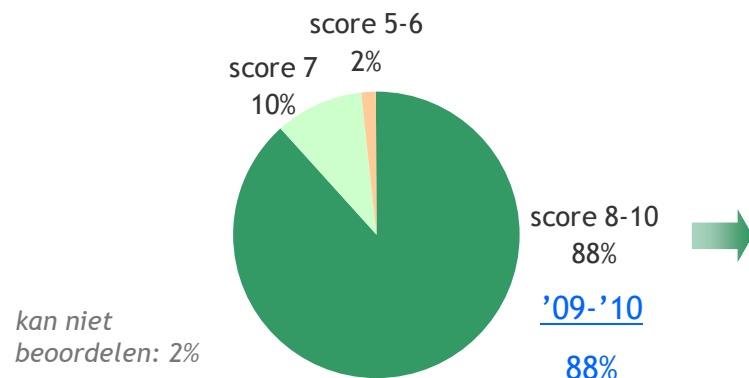
Opnieuw zeer hoge score.



DEELNEMERS

Target: Allen (n=351), excl. wn

Tevredenheid



Suggesties

- ➔ geen suggesties, tevreden (72%)
- ➔ opmerkingen over kwaliteit/variatie fruit, kalender volgen (4%)
- ➔ vereenvoudiging van administratieve taken op e-loket (4%)
- ➔ uitbreiding subsidies: volledig gesubsidieerd, meer fruitdagen, ook leerkrachten (2%)
- ➔ materiaal, info naar ouders toe (1%)
- ➔ algemene opmerkingen (terugbetaling, lesmateriaal, periode actie,...) (1%)
- ➔ subsidie mogelijk maken voor bijkomende leerlingen (<1%)

andere (5%)
geen antwoord (12%)

TOTAAL '10-'11 (n=346) 88%

TOTAAL '09-'10 (n=571) 88%

Onderwijsnet

Vrij (n=213) 90%

Gemeentelijk (n=60) 91%

GO (n=70) 82%

Functie

Directie (n=132) 92%

Secretariaat (n=142) 84%

Leerkracht (n=35) 85%

Q6.1. Globaal genomen, hoe tevreden bent u over het initiatief van de Schoolfruitactie? - Q6.2. Heeft u nog suggesties of opmerkingen met betrekking tot de Schoolfruitactie, Tutti Frutti?

Algemene tevredenheid - suggesties

Enkele verbatims



DEELNEMERS

- *“Een zeer fijne en leerrijke actie waarbij de kinderen zeer veel leren en ondervinden in verband met gezonde voeding.”*
- *“Ik hoop dat we deze actie nog heel lang kunnen voortzetten zodat de kinderen die minder fruit eten van thuis uit toch fruit leren eten.”*
- *“Het fruit of de groenten geven dat op de kalender vermeld staat, niet altijd appels ook al is dit een andere soort, voor kinderen is een appel een appel.”*
- *“Graag een grotere controle naar het aanbieden van de soorten fruit. Wij kregen tot op heden ook nog geen groenten aangeboden.”*
- *“De procedures mogen iets eenvoudiger, administratie is tijdrovend.”*
- *“Aanvraag en erkenning van de toelage sneller en eenvoudiger laten verlopen.”*
- *“Graag uitbreiden tot meerdere dagen per week. In dat geval ook de subsidies.”*
- *“Blijven organiseren en stimuleren van deze actie.”*
- *“De kinderen zijn niet verplicht om deel te nemen, maar worden wel aangemoedigd om toch minimum wekelijks een stuk fruit mee te brengen.”*
- *“De huidige handelaar voldoet niet. We zijn op zoek naar een andere die meer variatie aanbiedt.”*
- *“Er is wel veel te doen voor de subsidies! Dit is een omslachtige methode die veel tijd in beslag neemt.”*

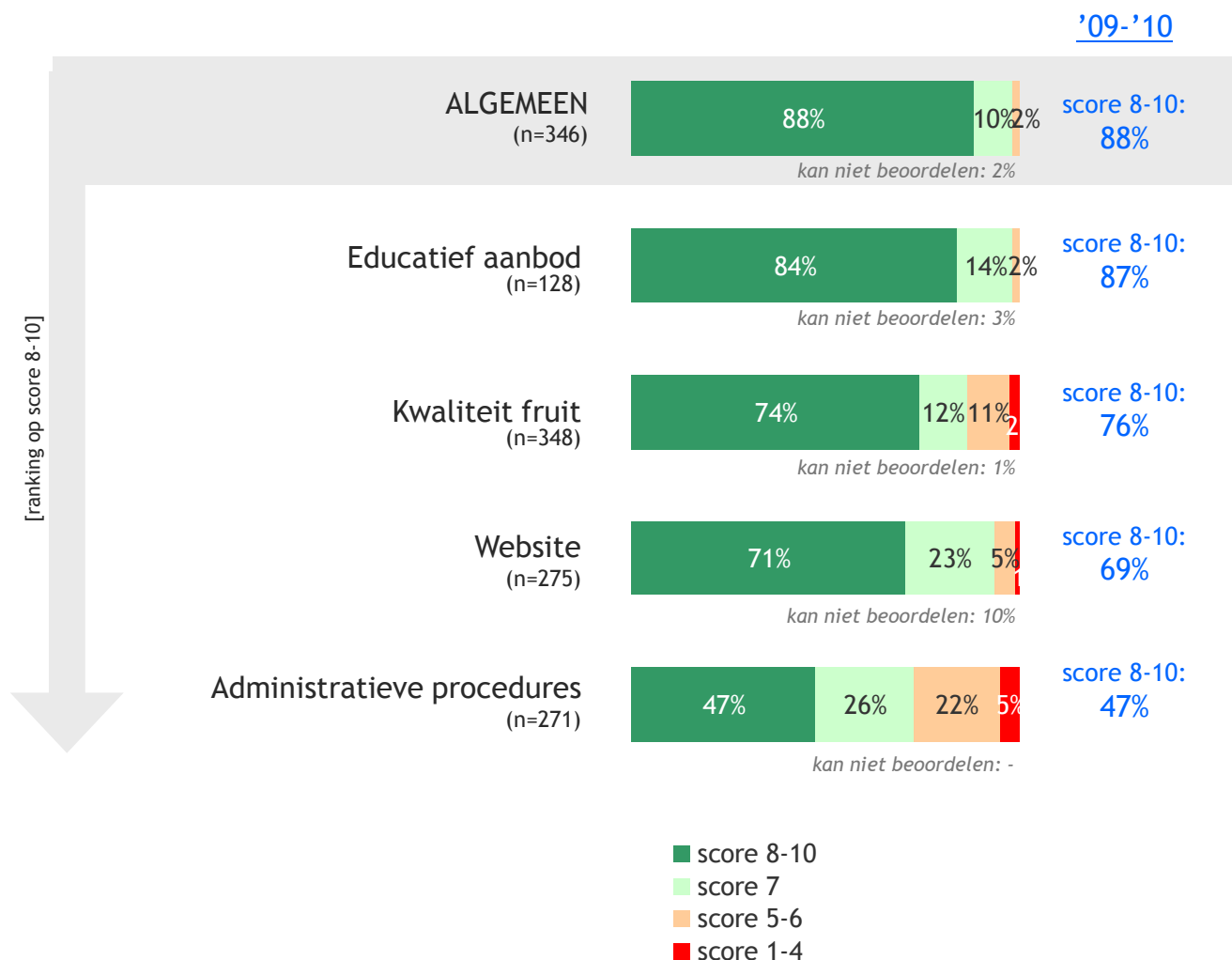
Detailaspecten SFA

Het educatief aanbod wordt zeer positief geëvalueerd. De tevredenheid over de administratieve procedures is (blijft) het laagst.



DEELNEMERS

Target: Allen (n=351), excl. wn



Q2.10. Hoe tevreden bent u over de subsidie aanvraag voor de Schoolfruitactie?



Website Bekendheid & evaluatie



Bekendheid website

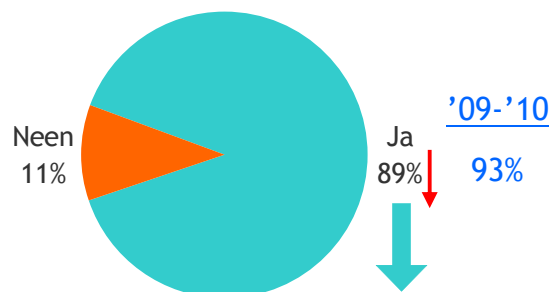
74% kent de website, waarmee het objectief opnieuw bereikt is.



DEELNEMERS

Target: Allen (n=351)

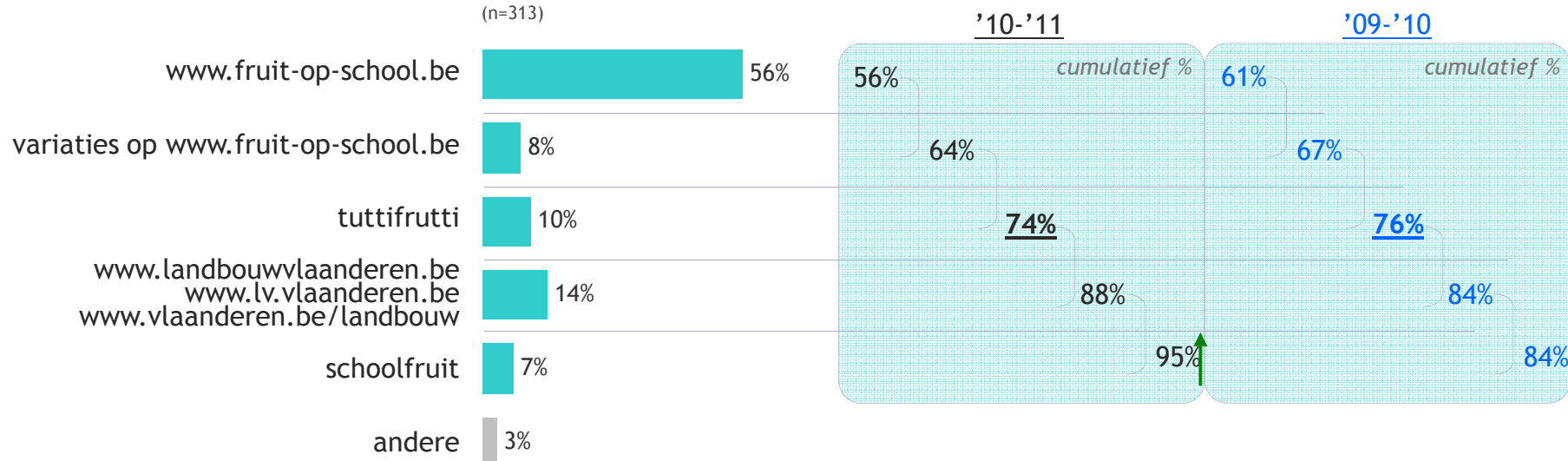
Kent u de website van de Schoolfruitactie?



Objectief: minstens 70% kent de portaalsite van de schoolfruitactie Tutti Frutti.

Wat is volgens u de juiste website?

(n=313)



Q1.11. Kent u de website van de Schoolfruitactie? - Q1.12. Wat is volgens u de juiste website?

Geholpen bekendheid website

Fruit op school en Landbouvwlaanderen zijn de meest gekende sites.

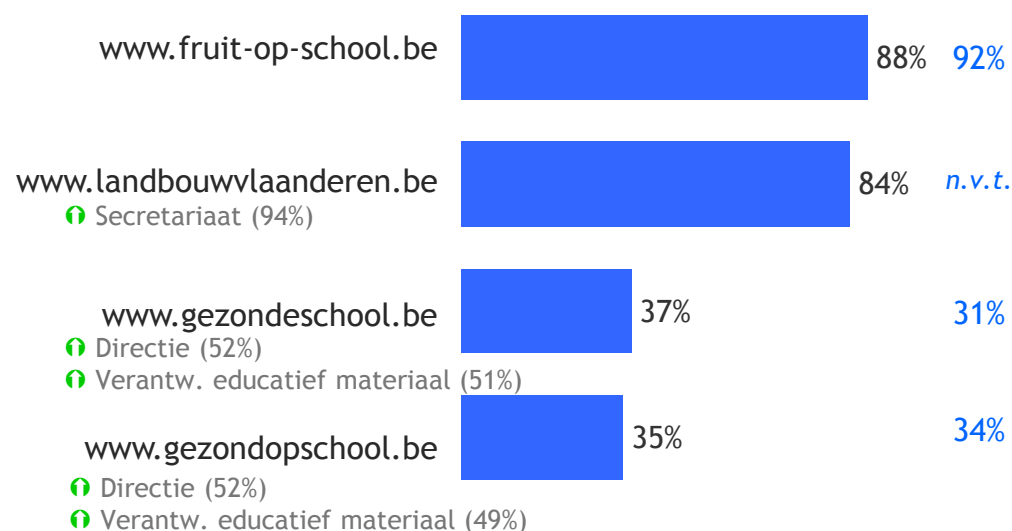


DEELNEMERS

Target: Allen (n=350)

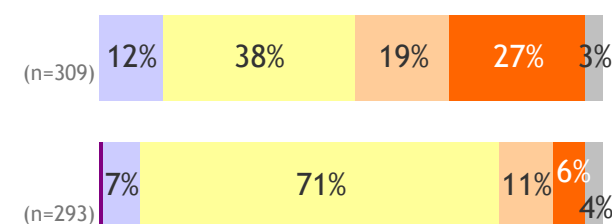
Kent u de volgende websites?

'09-'10



Bezoekfrequentie

Target: Respondenten die de website kennen



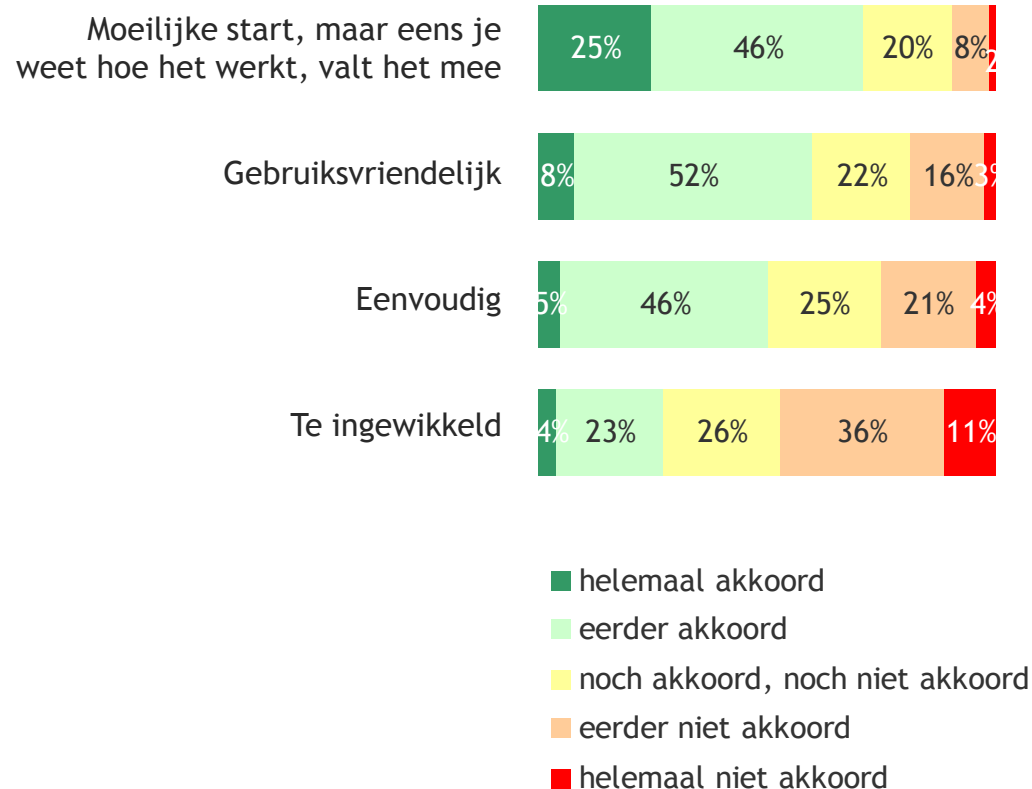
- wekelijks
- maandelijks
- één keer per trimester
- minder vaak
- enkel in het begin van het schooljaar
- ik heb de website nog nooit bezocht

Q1.13. Kent u de volgende websites, al was het maar van naam? - Q1.14. Hoe vaak bezoekt u de volgende website?

Target: Respondenten die www.landbouwwlaanderen.be bezocht hebben (n=283)

81% van respondenten heeft www.landbouwwlaanderen.be reeds bezocht

Evaluatie



Spontane suggesties

- ➔ zou niets daaraan veranderen (28%)
- ➔ gebruiksvriendelijker, eenvoudiger maken (algemeen) (10%)
- ➔ inbrengen van porties, soort fruit, ... vraagt veel tijd (6%)
- ➔ aanmelden vereenvoudigen, zonder kaartlezer (5%)
- ➔ ingeven van facturen (4%)
- ➔ helpdesk (bereikbaarheid, stappenplan, ...) (2%)
- ➔ regelmatig onderhoud of foutmeldingen op site (1%)
- ➔ bevestigingsknop of e-mail (1%)
- ➔ ingeven subsidies (1%)
- ➔ inbrengen van aanvragen (1%)
- ➔ mogelijkheid zelf fruit in te geven (1%)
- ➔ inschrijvingsprocedure vereenvoudigen (1%)
- ➔ meerdere contactadressen per school toelaten (<1%)
- ➔ e-loket teveel gericht op landbouw (<1%)
- ➔ overzichtsscherm toevoegen van ingave (<1%)

andere (3%)

geen antwoord (40%)

Q1.18. In welke mate bent u het eens met de volgende uitspraken met betrekking tot de website www.landbouwwlaanderen.be, het e-loket? - Q1.19. Stel dat u iets zou kunnen veranderen aan het e-loket (www.landbouwwlaanderen.be), wat zou dit dan zijn?

www.fruit-op-school.be - redenen van bezoek

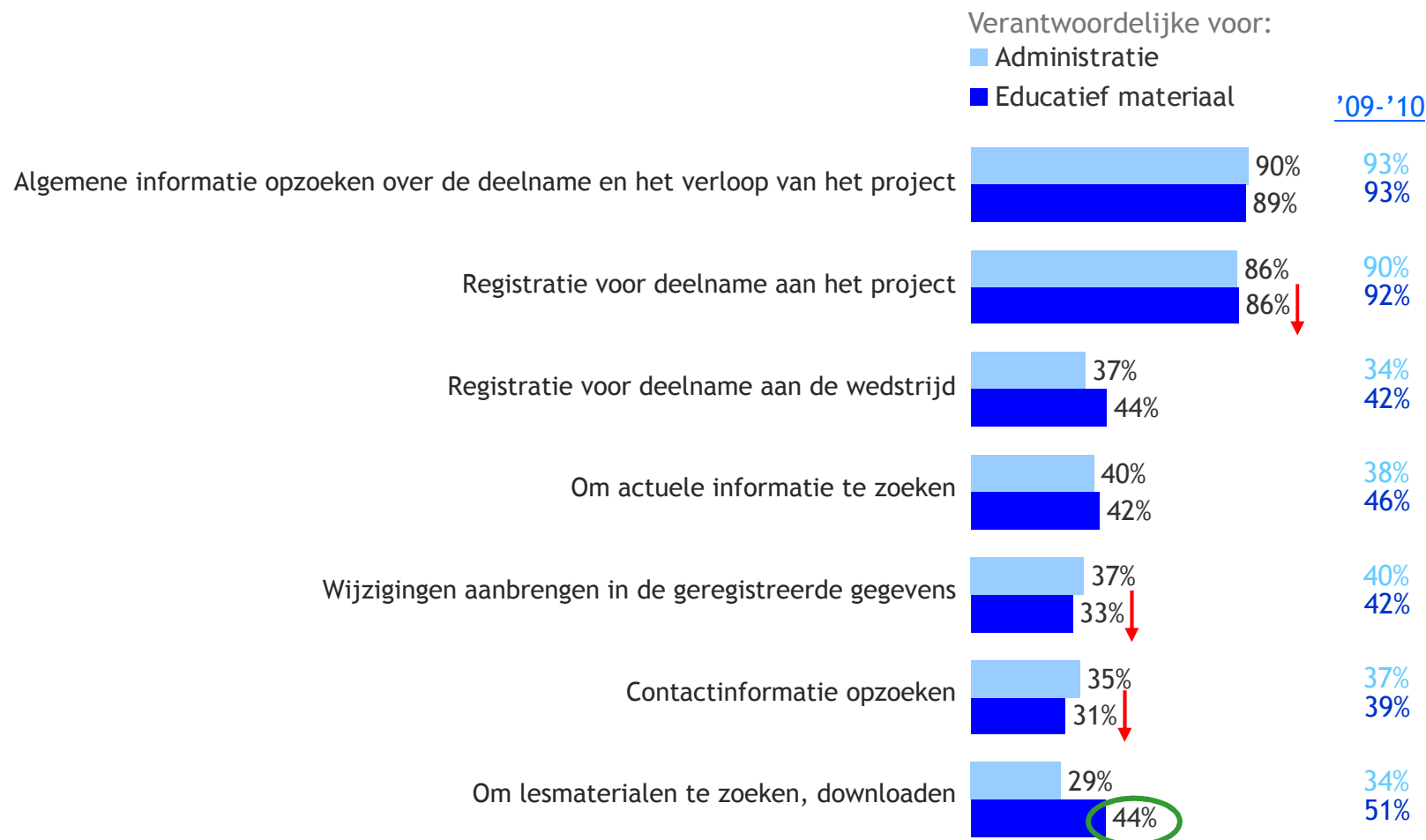
De voornaamste redenen: algemene informatie en registratie van de deelname aan het project.



DEELNEMERS

Target: Respondenten die www.fruit-op-school.be bezocht hebben (n=300)

86% van respondenten heeft www.fruit-op-school.be reeds bezocht



Q1.15. Waarom heeft u de website www.fruit-op-school.be reeds bezocht?

Tevredenheid website

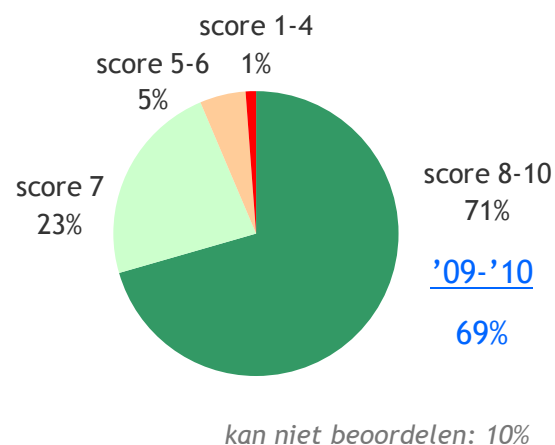
De fruit-op-school website krijgt een positievere evaluatie dan landbouvwlaanderen.be.



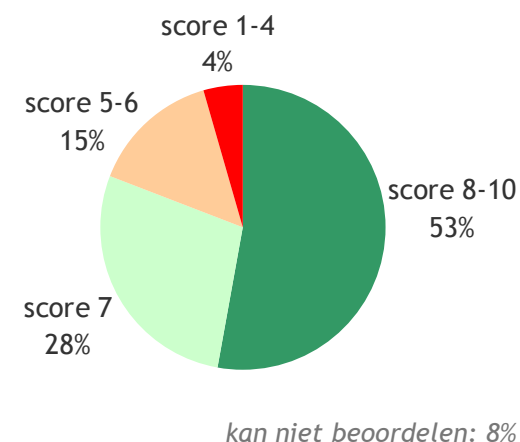
DEELNEMERS

Target: Respondenten die de website bezocht hebben, excl.wn

86% van respondenten heeft
www.fruit-op-school.be reeds
bezoekt



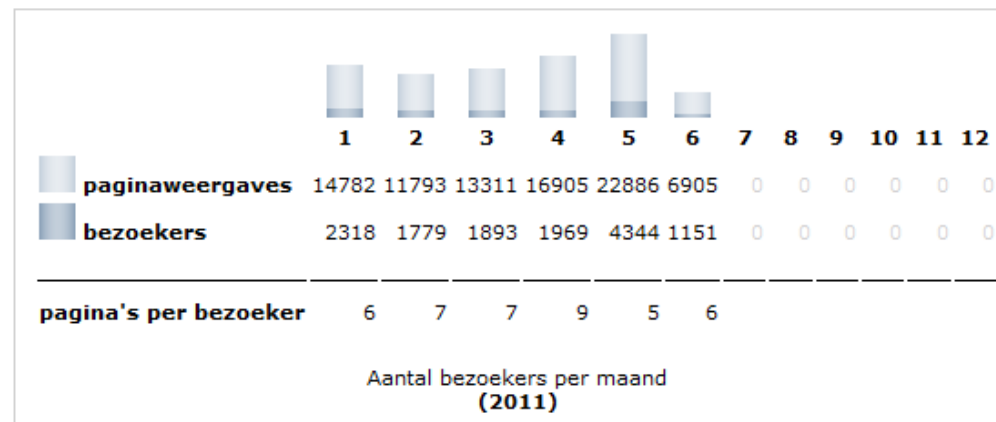
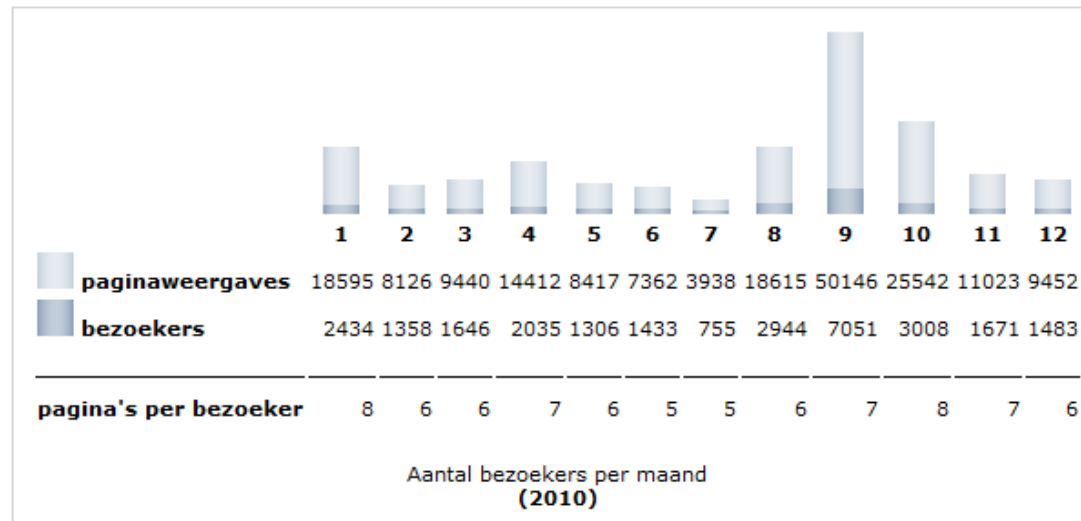
81% van respondenten heeft
www.landbouvwlaanderen.be
reeds bezocht



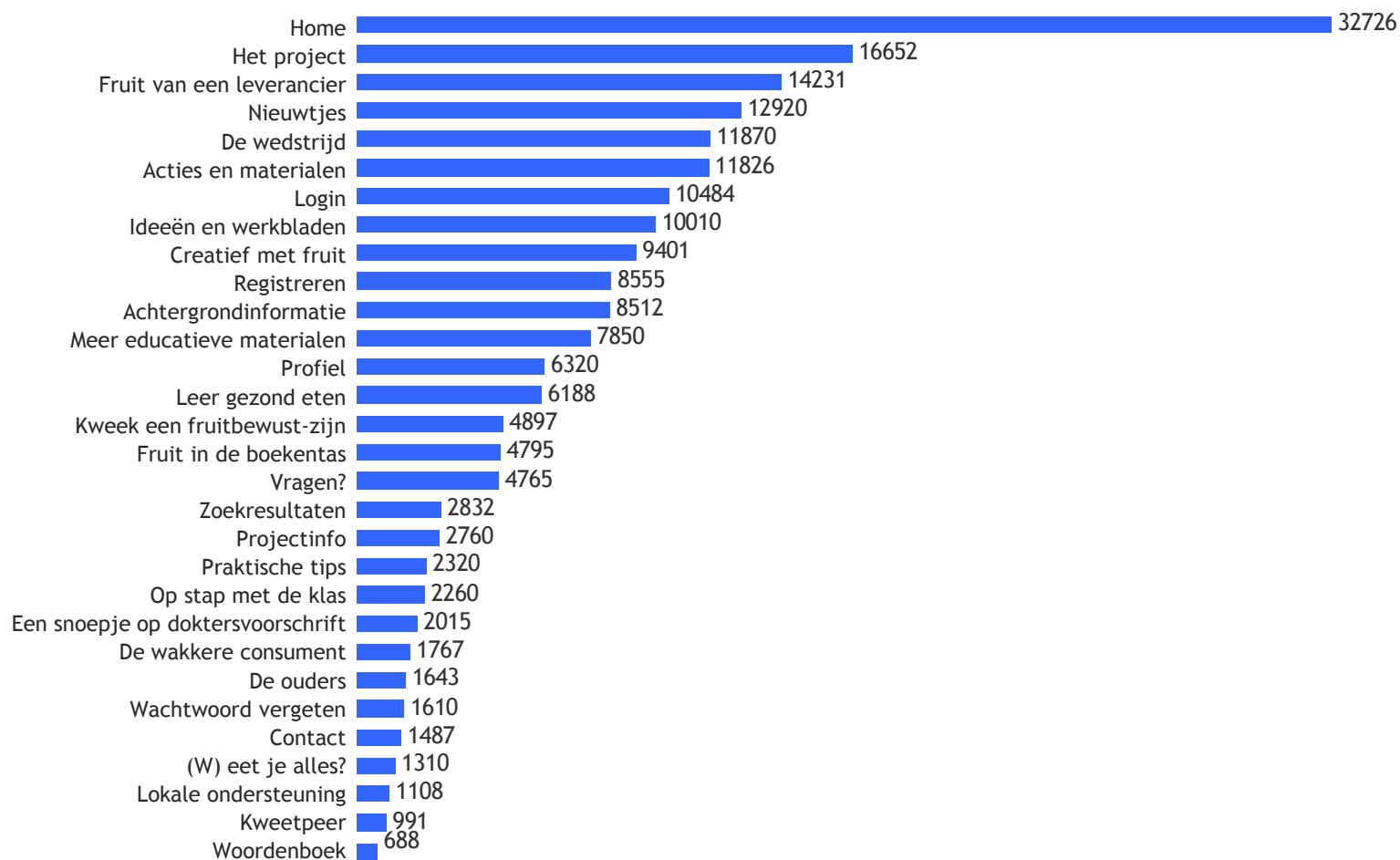
Q1.16. Hoe tevreden bent u over de website www.fruit-op-school.be? - Q1.17. Hoe tevreden bent u over de website www.landbouvwlaanderen.be?

Websitestatistieken www.fruit-op-school.be (1)

- September is duidelijk de maand waarop de website het vaakst bezocht wordt, wat niet onlogisch is, aangezien de scholen zich dan moeten registreren voor de actie.



- De meest bezochte pagina's in de periode (01-07-2010 - 27-06-2011) zijn: de homepage, het project, fruit van een leverancier, de nieuwtjes, de wedstrijd en acties en materialen.





Administratieve Procedures Evaluatie

1. informatiekanalen
2. registratieprocedure
3. steunaanvraag
4. contract handelaar
5. probleemoplossing

Algemene tevredenheid over de administratieve procedures

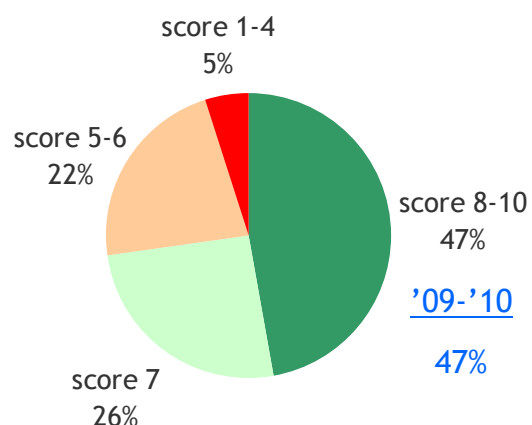
27% is ontevreden over de administratieve procedures (vergelijkbaar met 2009-2010).



DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van de administratieve procedures (n=271)

Tevredenheid



TOTAAL '10-'11 (n=271) 47%

TOTAAL '09-'10 (n=542) 47%

Onderwijsnet

Vrij (n=170) 53%

Gemeentelijk (n=49) 27%

GO (n=51) 53%

Functie

Directie (n=113) 48%

Secretariaat (n=112) 46%

Leerkracht (n=19) 55%

Q2.5. Hoe tevreden bent u globaal genomen over de administratieve procedures om u te kunnen inschrijven voor de Schoolfruitactie?

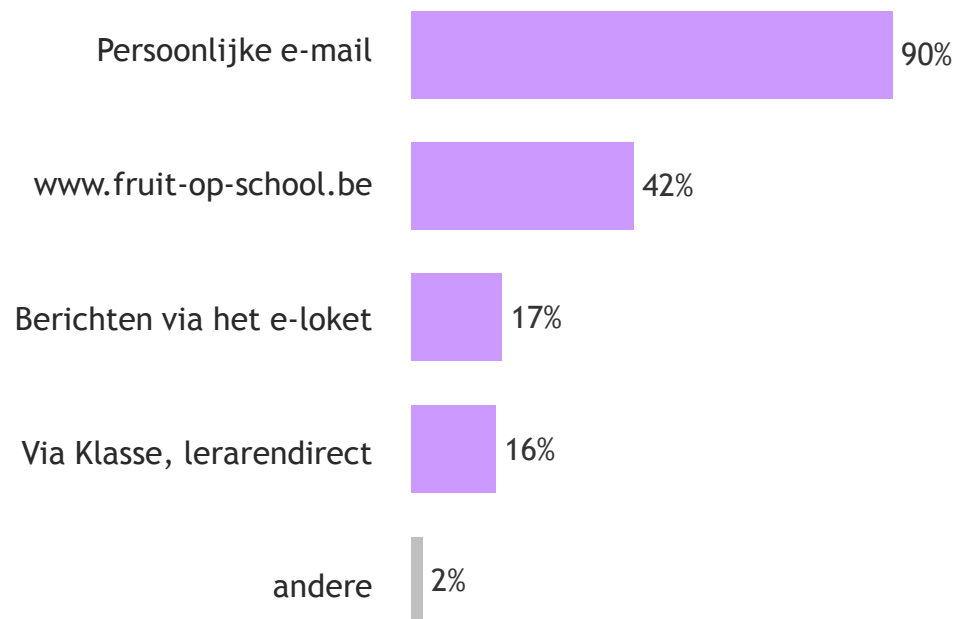
Administratieve procedures

De belangrijkste informatiekkanalen: een persoonlijke e-mail of via de website.

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van de administratieve procedures (n=271)

77% van respondenten is op de hoogte van de administratieve procedures

Informatiekkanalen



Q2.1. Via welke kanalen wenst u geïnformeerd te worden over de opzet en voortgang van de administratieve procedures voor de schoolfruitactie?

Evaluatie registratieprocedure - tevredenheid

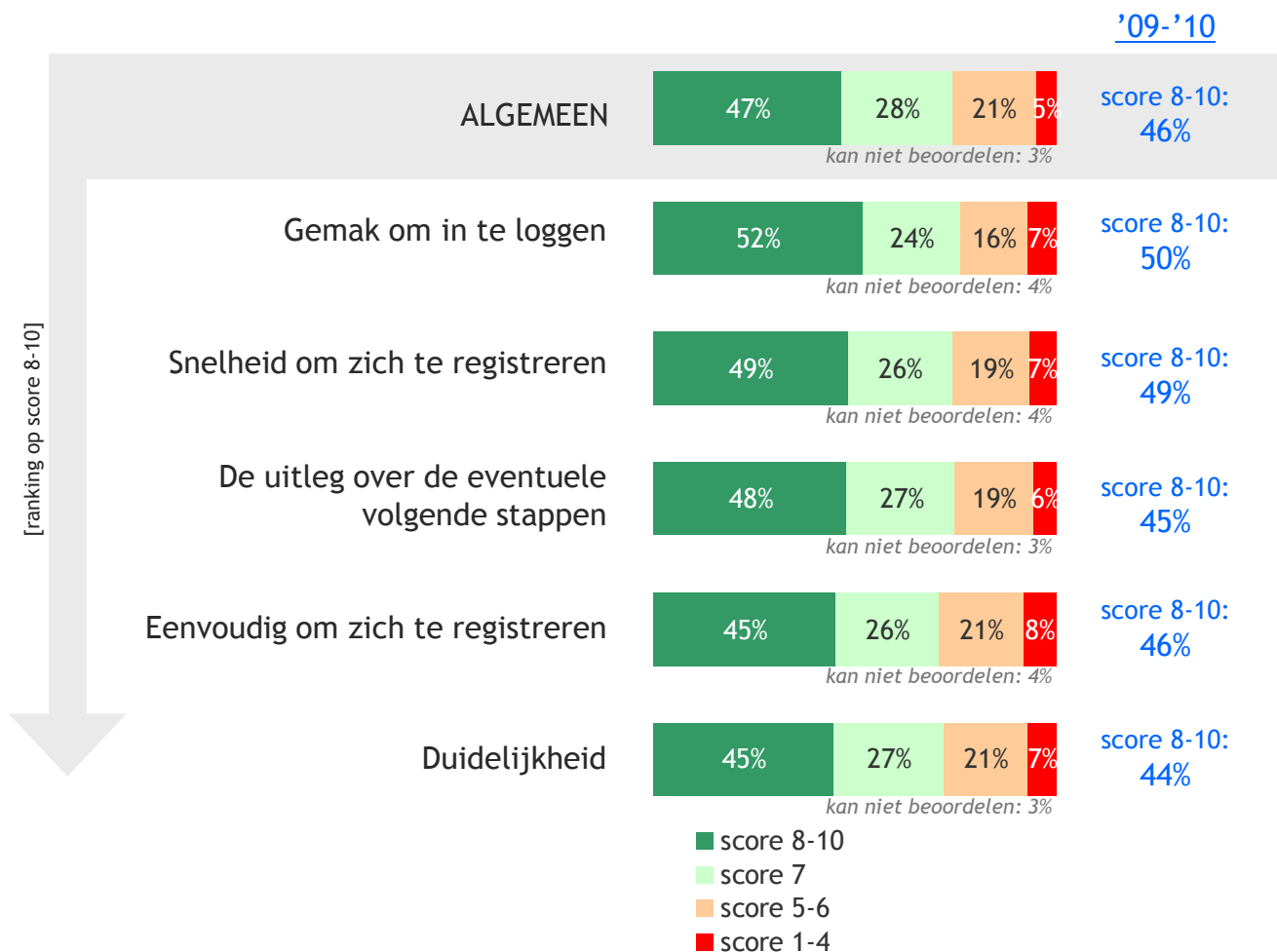
Vrij positieve evaluatie, maar 25 à 30% is ontevreden.



DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van de administratieve procedures (n=271), excl. wn

77% van respondenten is op de hoogte van de administratieve procedures



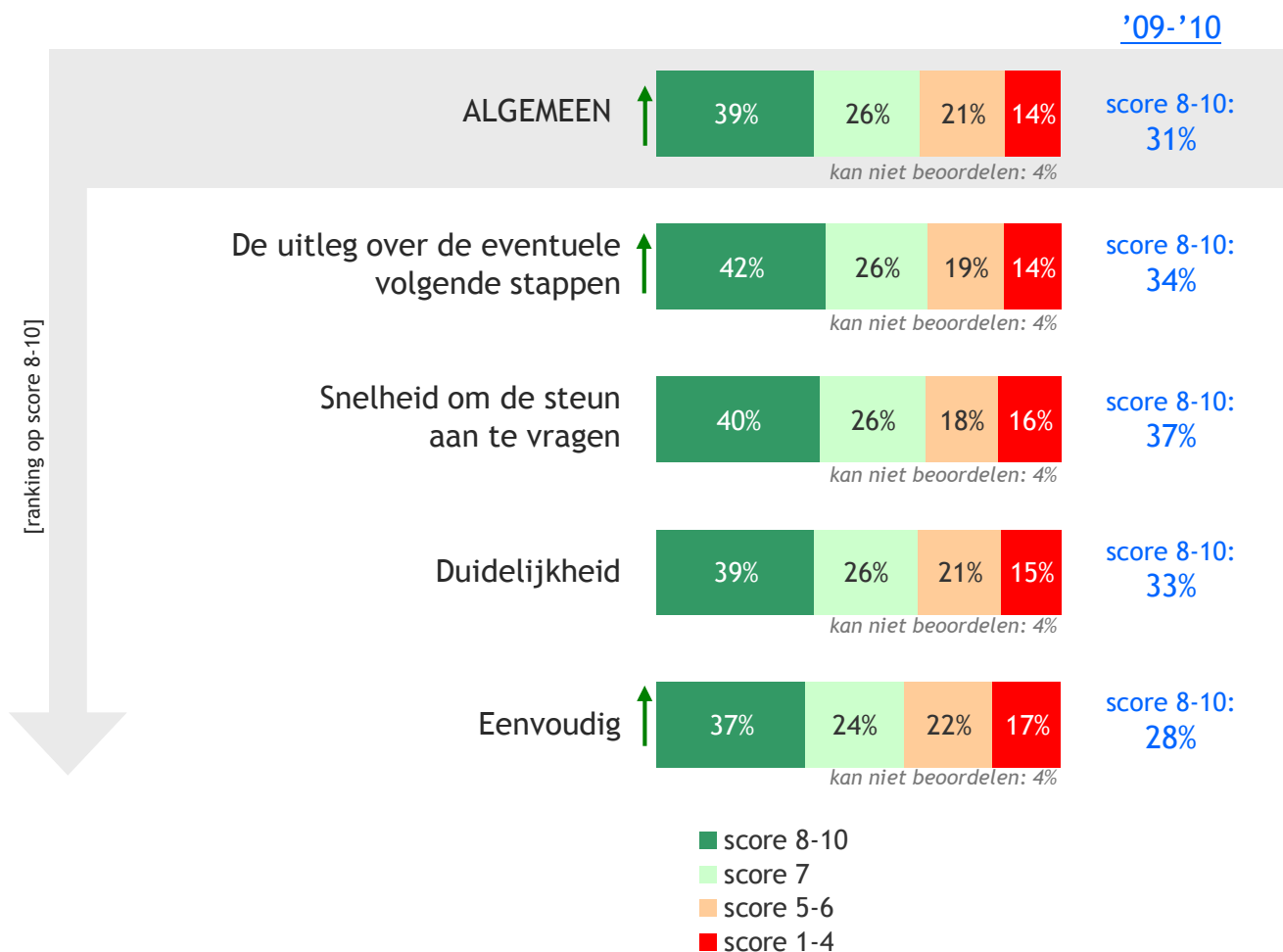
Q2.7. Hoe tevreden bent u over de registratieprocedure op de website van de Schoolfruitactie?

Evaluatie steunaanvraag - tevredenheid

De steunaanvraag wordt nu in het algemeen beter geëvalueerd, maar ook wat betreft de uitleg over volgende stappen en eenvoud.

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van de administratieve procedures (n=271), excl. wn

77% van respondenten is op de hoogte van de administratieve procedures



Q2.10. Hoe tevreden bent u over de subsidie aanvraag voor de Schoolfruitactie?

Handelaar

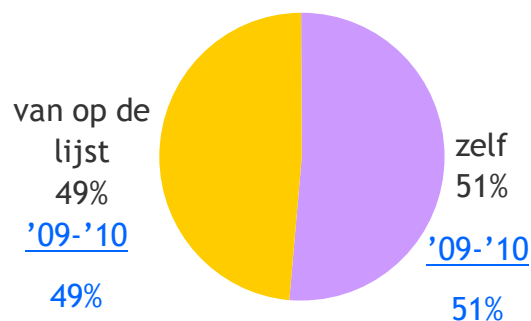
De helft van de scholen kiest een handelaar van op de lijst. 67% werkt samen met een lokale handelaar.



DEELNEMERS

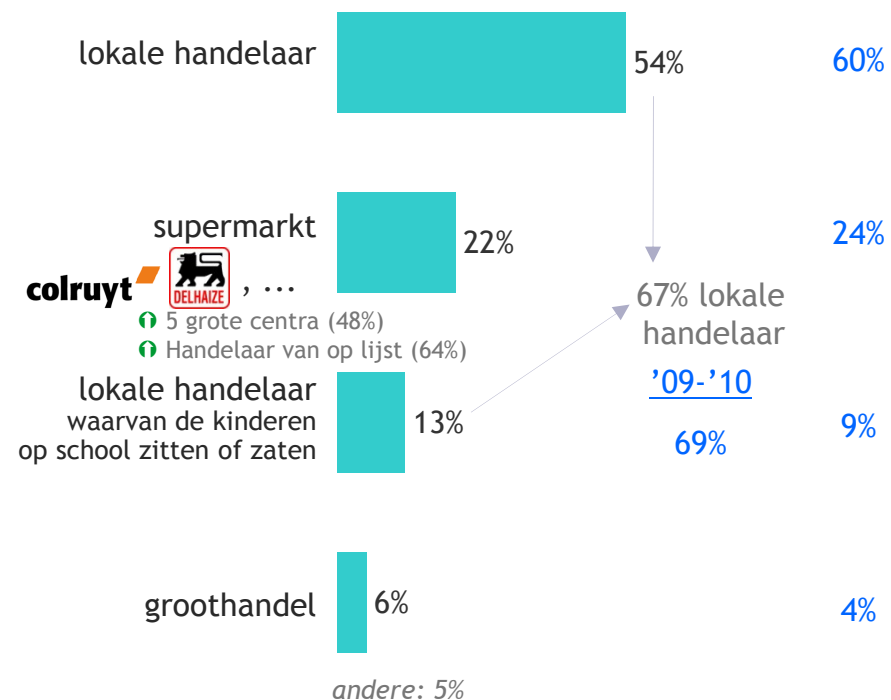
Target: Respondenten die op de hoogte zijn van de administratieve procedures (n=271)

Keuze handelaar



Samenwerking met

'09-'10



Q2.17. Heeft u zelf een handelaar gekozen of heeft u iemand geselecteerd op basis van de lijst op de website www.fruit-op-school.be? - Q2.18. Met welk soort handelaar werkt u samen?

Probleemoplossing - contact

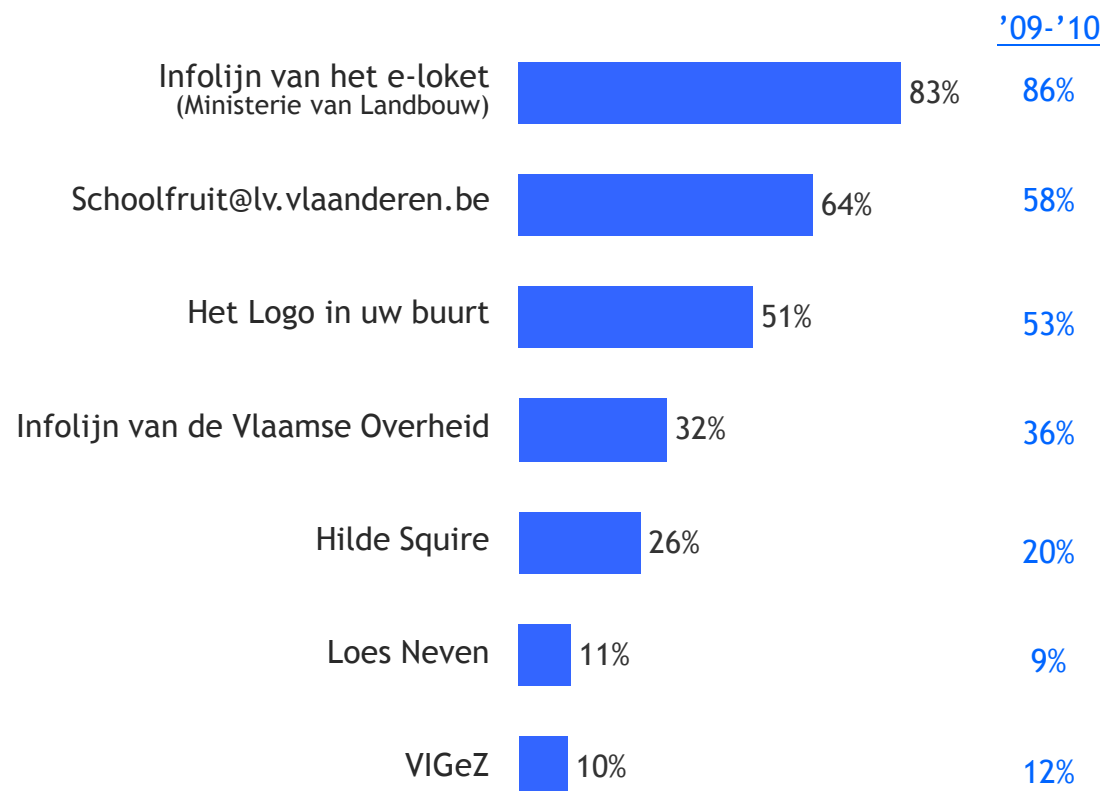
De telefonische infolijn van het e-loket is het best gekende kanaal, gevolgd door het algemeen e-mail adres en Logo.



DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van de administratieve procedures (n=271)

Wie contacteren bij vragen?



Q2.21. Wie denkt u te kunnen contacteren bij vragen over de procedures / administratie van de Schoolfruitactie?

Probleemoplossing

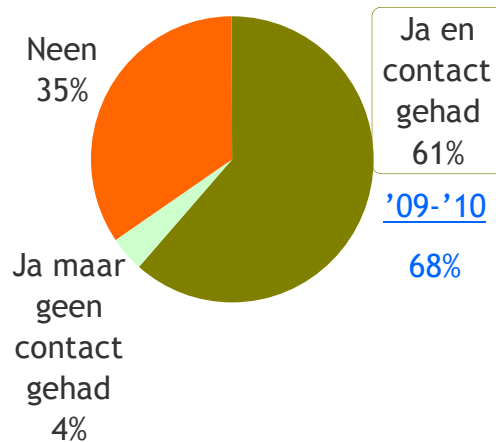
6 op 10 deelnemers had specifieke vragen en heeft telefonisch contact opgenomen.



DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van de administratieve procedures (n=271)

Specifieke vragen?



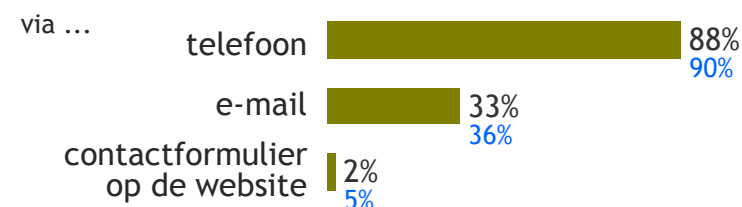
Redenen van contact

- Factuur selecteren of toevoegen lukte niet (50%) (50%)
- Technisch probleem bij het inloggen (48%) (54%)
- Wou een wijziging doen in het e-loket, maar het lukte niet (32%) (28%)

andere (14%)

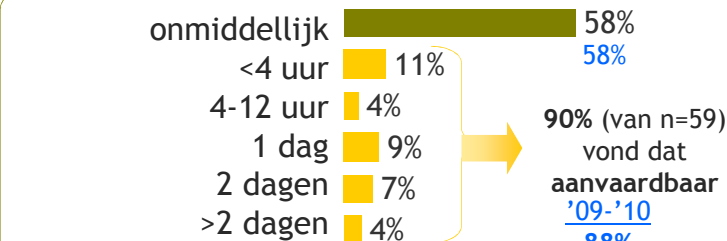
(n=167)

Op welke manier?



(n=167)

Een antwoord gekregen binnen ...



weet niet meer (8%)

(n=167)

Q2.22. Heeft u naar aanleiding van de registratie, steunaanvraag of het opladen van facturen specifieke vragen gehad? - Q2.23. Wat was/waren de reden(en) waarom u contact heeft opgenomen? - Q2.24. Op welke manier heeft u contact opgenomen? - Q2.26. Binnen welke termijn heeft u een antwoord gekregen op uw vraag? - Q2.27. Vond u deze termijn aanvaardbaar?

Probleemoplossing - algemene tevredenheid

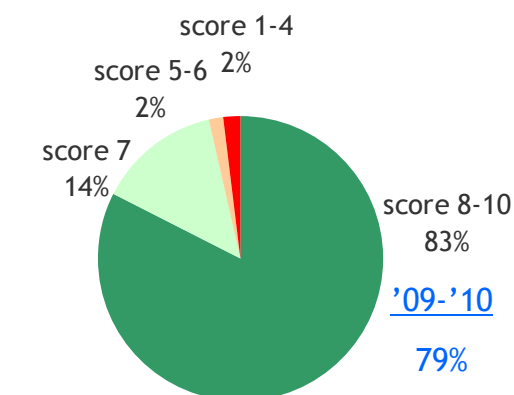
De scholen zijn zeer tevreden over de ondersteuning bij hun probleem.



DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van de administratieve procedures en contact opgenomen hebben (n=167), excl. wn

Tevredenheid



TOTAAL '10-'11 (n=164) 83%

TOTAAL '09-'10 (n=366) 79%

Onderwijsnet

Vrij (n=106) 86%

Gemeentelijk (n=24) 74%

GO (n=34) 82%

Functie

Directie (n=63) 84%

Secretariaat (n=69) 80%

Leerkracht (n=12) 91%

Q2.25. Hoe tevreden bent u over de ondersteuning en de hulp voor de oplossing van uw probleem?



Fruitaanbod & fruitkorf

Fruit & groenten

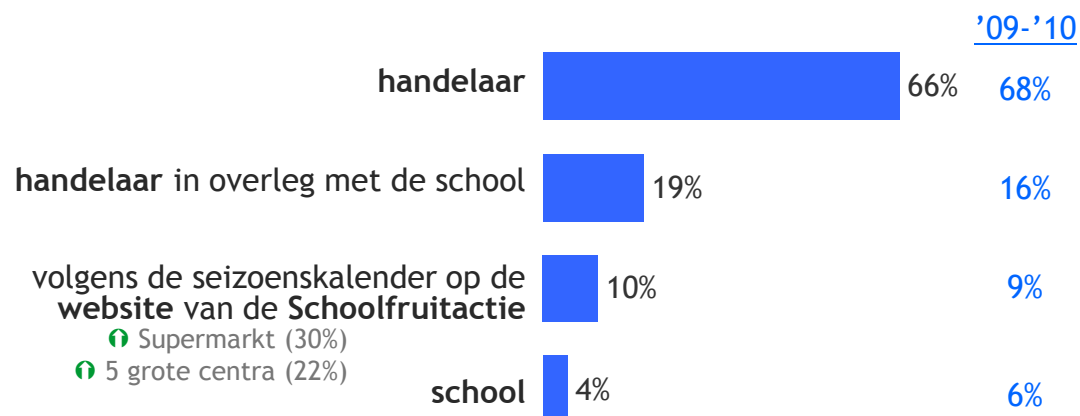
De handelaar beslist over de keuze van fruit & groenten.



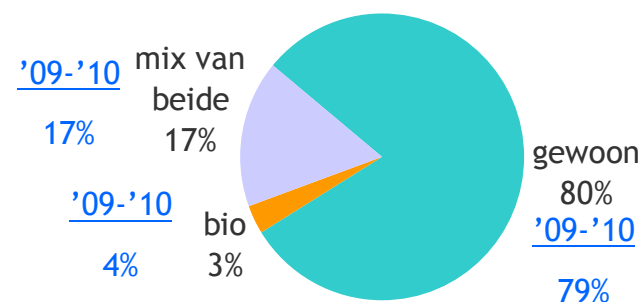
DEELNEMERS

Target: Kleuter en/of Lagere school (n=350)

Wie bepaalt de keuze van fruit & groenten?



Fruit- & groentenaanbod



Q3.1. Wie bepaalt de keuze van het fruit en de groenten? - Q3.2. Bestaat het fruit- en groentenaanbod uit gewoon fruit/groenten of biofruit/biogroenten?

Fruit & groenten

De kwaliteit krijgt een zeer positieve beoordeling. Er zou wel meer variatie mogen zijn.

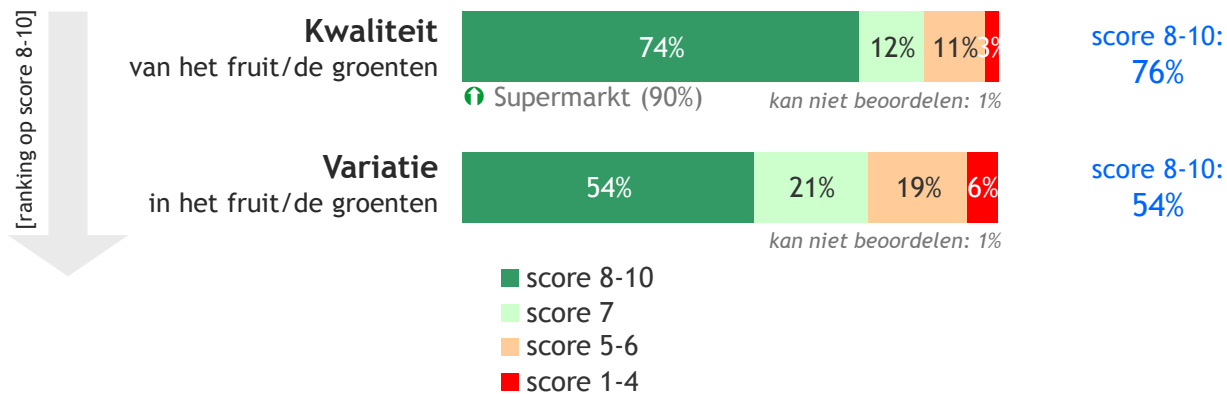


DEELNEMERS

Target: Kleuter en/of Lagere school (n=350), excl. wn

Hoe tevreden bent u over ...?

'09-'10



Q3.4. Hoe tevreden bent u over ...?

- Op basis van de centraal verzamelde gegevens in verband met de fruitkorf (= wat de scholen zelf hebben ingevuld op het e-loket) werd er een analyse gedaan naar de soorten fruit & groenten die aangeboden worden en hun proportie in de totale fruitkorf.
- Aangezien de hoeveelheid fruit & groenten op verschillende manieren kunnen ingegeven worden op de website, namelijk in gewicht, aantal stuks of porties werden het aantal porties herberekend volgens de verdeelsleutel op de volgende slide.

Analyse Fruitkorf - verdeelsleutel

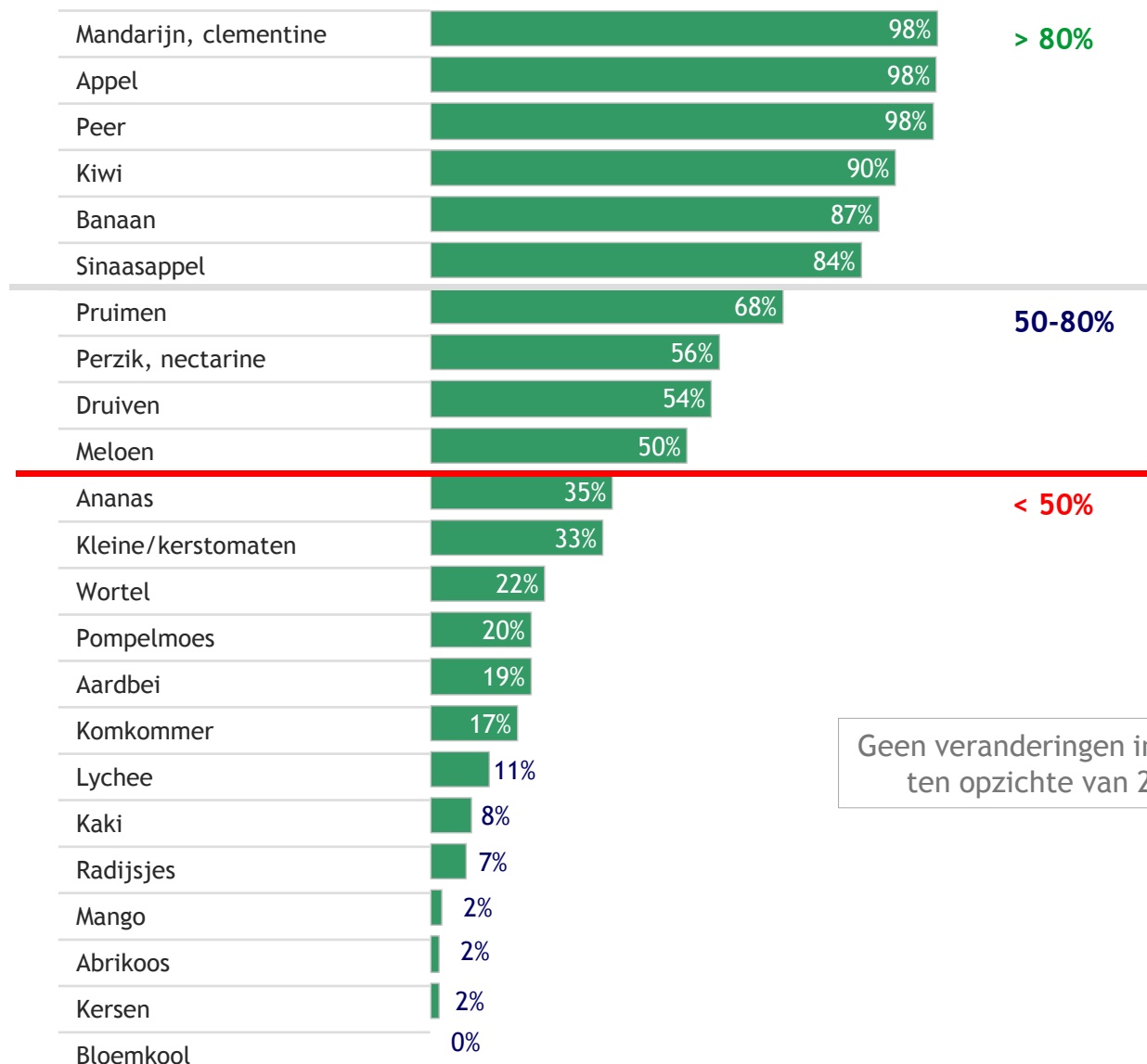
	herberekend in porties	
1 portie =	gram	stuk
1. Appel	100	1
2. Peer	100	1
3. Kiwi	100	1
4. Druiven	100	10
5. Banaan	100	1
6. Ananas	100	0,13
7. Sinaasappel	100	1
8. Mandarijn, clementine	100	1
9. Pompelmoes	100	0,5
10. Pruimen	100	1
11. Meloen	100	0,17
12. Perzik, nectarine	100	1
13. Aardbei	100	4
14. Mango	100	0,5
15. Radijsjes	100	5
16. Kleine tomaten of kerstomaten	100	5
17. Wortel	100	1
18. Komkommer	100	0,25
19. Bloemkool	100	0,13
20. Abrikoos	100	1
21. Kaki	100	0,5
22. Litchee	100	5
23. Kersen	100	5

Fruitkorf - aanbod in alle deelnemende scholen



DEELNEMERS

Target: alle deelnemende scholen waarvan gegevens beschikbaar zijn (n=1.116)



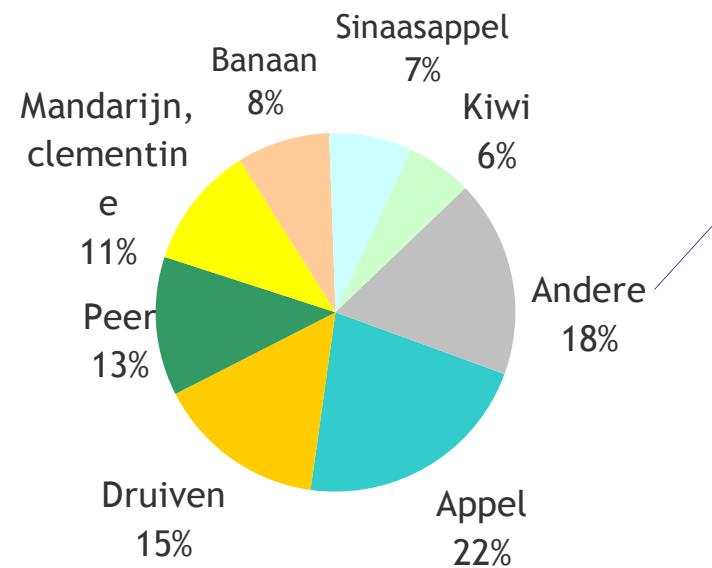
Geen veranderingen in de fruitkorf
ten opzichte van 2009-2010

Fruitkorf - aandeel van de verschillende soorten fruit en groenten



DEELNEMERS

Geen veranderingen in de
fruitaandelen ten opzichte van
2009-2010



Andere (min.1%):

- Pruimen
- Kleine tomaten of kerstomaten
- Perzik, nectarine
- Meloen
- Aardbei
- Ananas
- Wortel
- Komkommer
- Pompelmoes



Kennis & evaluatie begeleidende maatregelen



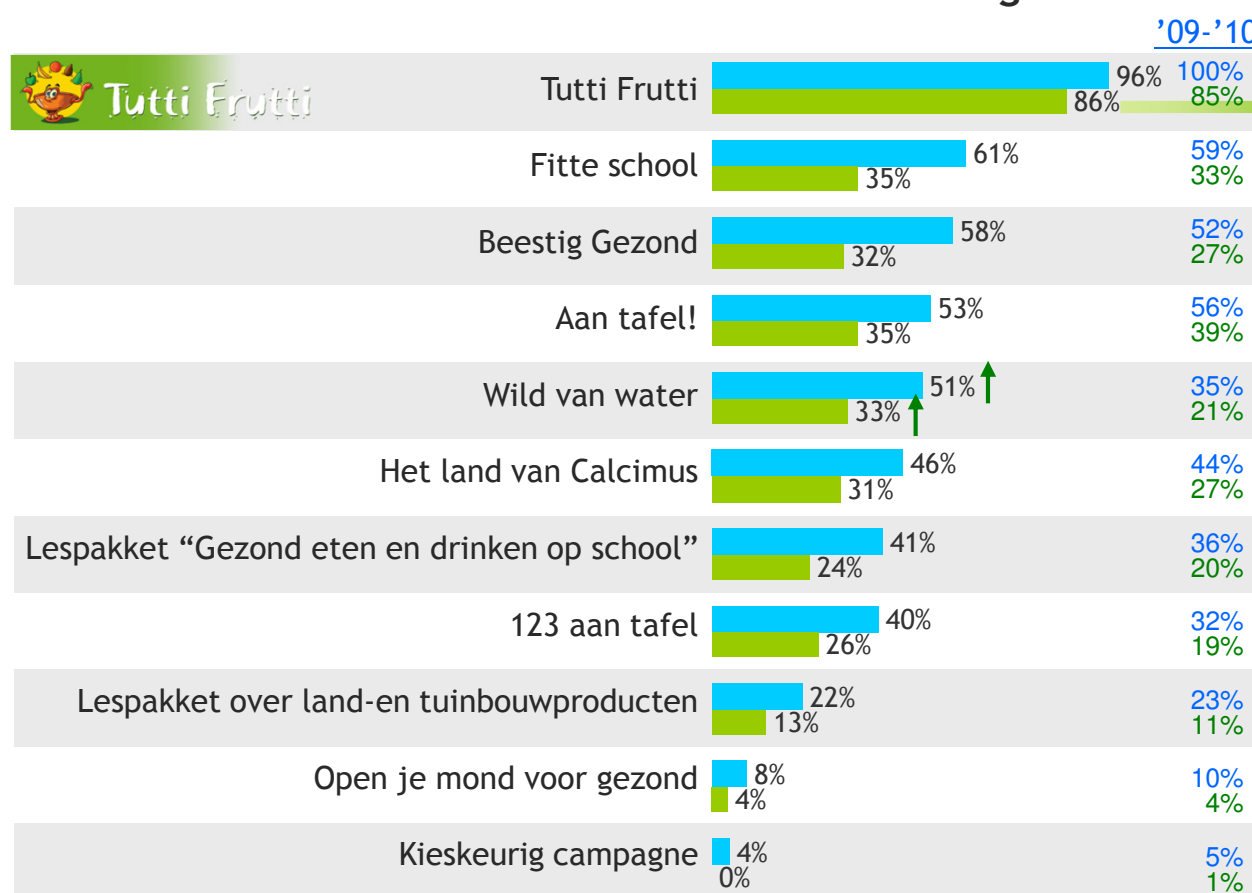
Initiatieven van educatief lesmateriaal voor gezond eten

86% van de scholen gebruikt het lesmateriaal van Tutti Frutti. Andere meest gekende initiatieven: fitte school, beestig gezond en aan tafel!



Target: Respondenten die op de hoogte zijn van het gebruik van het educatief materiaal en de toepassingen in de klassen (n=154)

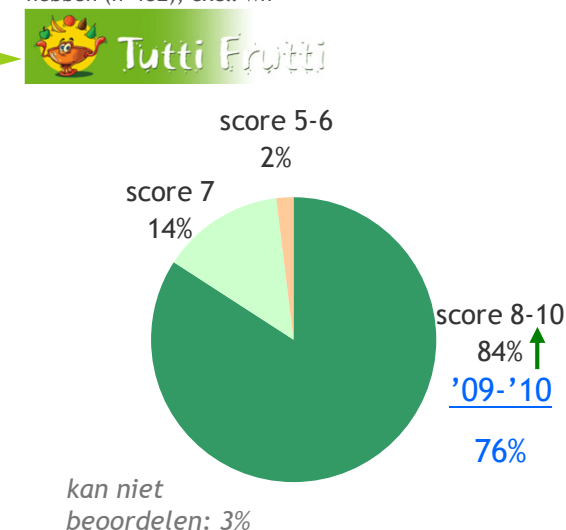
Bekendheid & gebruik



■ bekendheid
■ gebruik

Tevredenheid

Target: Respondenten die Tutti Frutti reeds gebruikt hebben (n=132), excl. wn



Q4.1. Welke initiatieven van educatief lesmateriaal voor gezond eten, kent u? - Q4.2. Welke van deze initiatieven heeft u reeds gebruikt in de klas of als inspiratie om te werken rond het thema "gezond eten"? - Q4.3. Hoe tevreden bent u globaal genomen over het educatief aanbod van Tutti Frutti?

Evaluatief educatief aanbod binnen de Schoolfruitactie

Toename in de algemene tevredenheid over het educatief aanbod.

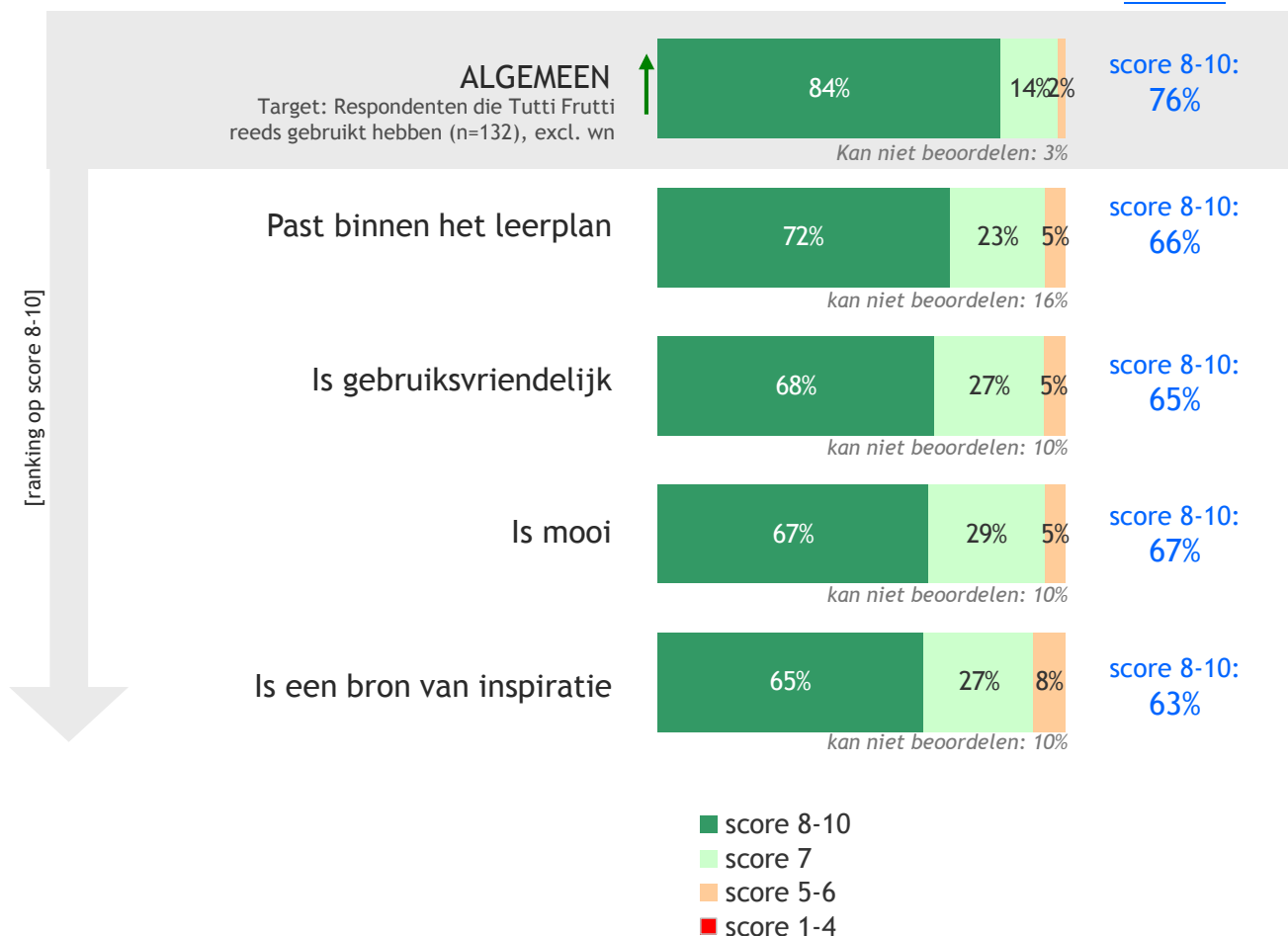


DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van het gebruik van het educatief materiaal en de toepassingen in de klassen (n=154), excl. wn

43% van de respondenten is op de hoogte van het gebruik van het educatief materiaal en de toepassingen in de klassen

'09-'10



Q4.3. Hoe tevreden bent u globaal genomen over het educatief aanbod van Tutti Frutti? - Q4.8. Hoe tevreden bent u over het educatief aanbod binnen de Schoolfruitactie met betrekking tot de volgende aspecten?

Educatief aanbod van Tutti Frutti

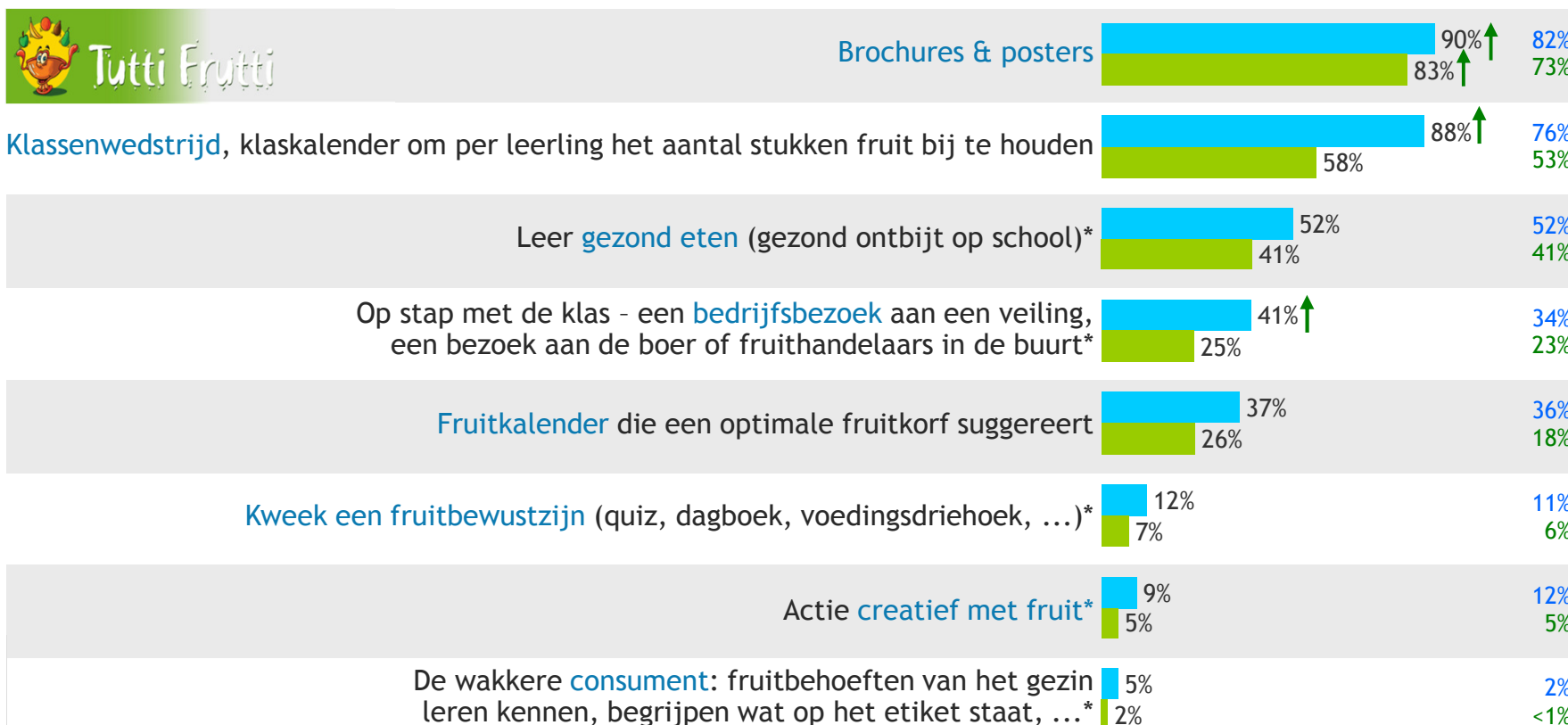
Voor de brochures & posters en de klassenwedstrijd zijn zeer goed gekend en worden vaak gebruikt. Alle objectieven worden bereikt, met uitzondering van het gebruik van het educatief materiaal*.



DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van het gebruik van het educatief materiaal en de toepassingen in de klassen (n=154), excl. wn

Bekendheid & gebruik '09-'10



Objectieven:

1. minstens 80% gebruikt het promotiemateriaal → 83%
2. minstens 60% gebruikt het educatieve materiaal* → 52%
3. minstens 30% neemt deel aan de klassenwedstrijd → 58%
4. minstens 10% neemt deel aan 1 van de schoolacties* → 25%

■ bekendheid
■ gebruik

*Gebruik educatief materiaal :
Actie creatief met fruit, leer
gezond eten, kweek een
fruitbewustzijn, de wakkere
consument, op stap met de klas

Q4.4. Welke aspecten van het educatief aanbod van Tutti Frutti kent u? - Q4.5. Welke aspecten van het educatief aanbod van Tutti Frutti worden in uw school gebruikt?

Klassenwedstrijd & bedrijfsbezoeken

58% van de scholen neemt deel aan de klassenwedstrijd, met minimaal enkele klassen.

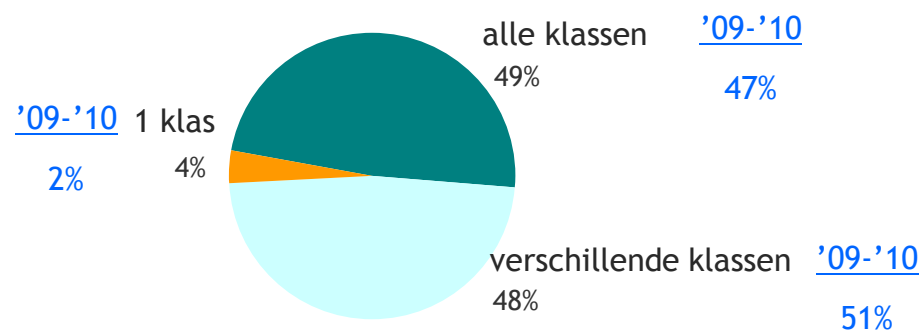


DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van het gebruik van het educatief materiaal en de toepassingen in de klassen (n=154)

58% van de scholen neemt deel aan de klassenwedstrijd '09-'10
(klaskalender om per leerling het aantal stukken fruit bij te houden) 53%

(n=85)



Q4.6. Nemen alle klassen deel aan de klassenwedstrijd?

Klassenwedstrijd & bedrijfsbezoeken

34% van de scholen die geen bedrijfsbezoeken doen in het kader van de SFA doen dit wel, maar buiten de actie.

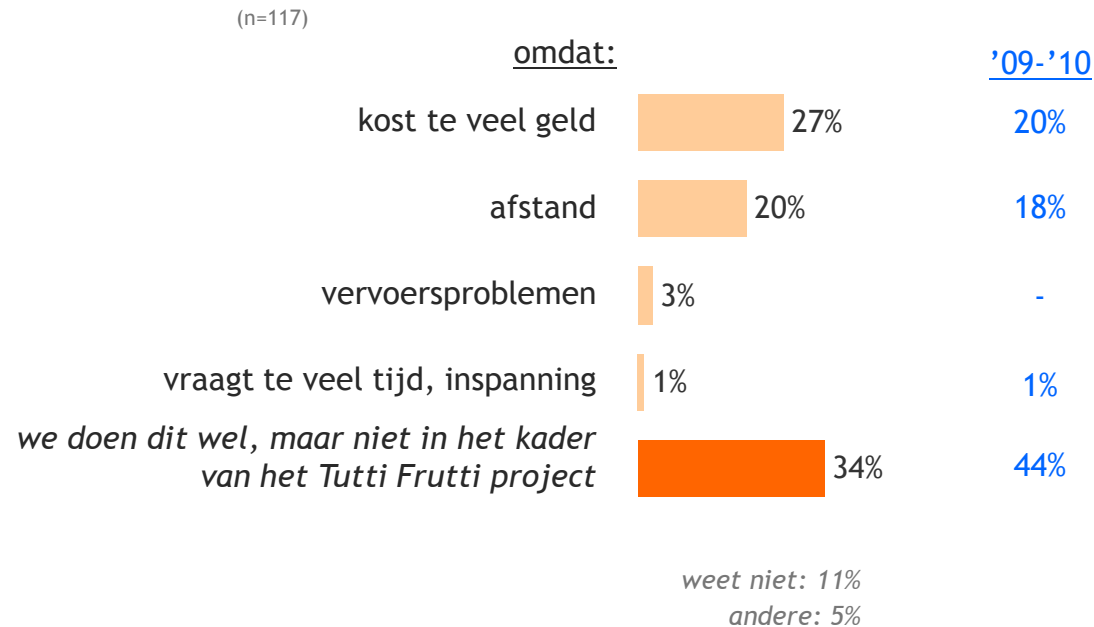


Target: Respondenten die op de hoogte zijn van het gebruik van het educatief materiaal en de toepassingen in de klassen (n=154)

75% van scholen doet geen bedrijfsbezoeken in het kader van Schoolfruitactie '09-'10

(aan een veiling, de boer of fruithandelaars in de buurt)

77%



Q4.7. Waarom maakt uw school geen bedrijfsbezoeken aan een veiling, een boer of fruithandelaar in de buurt?



Conclusies

Zijn de doelstellingen bereikt?



DEELNEMERS

		Objectief	Resultaat 2010-2011	Resultaat 2009-2010
Deelname aan SFA			44%	45%
Deelname aan SFA+fruit in boekentas		66% ^{*1}	51%	51%
Gebruik begeleidende maatregelen	Bekendheid PORTAALSITE SFA	70%	74%	76%
	Gebruik PROMOTIEMATERIAAL ^{*2}	80%	83%	73%
	Gebruik EDUCATIEF MATERIAAL ^{*3}	60%	52%	52%
	Deelname KLASSENWEDSTRIJD	30%	58%	53%
	Deelname één van de SCHOOLACTIES ^{*4}	10%	25%	23%

*1 Objectief 2009-2010: 50% / objectief 2010-2011: 66%

*2 Brochures en posters

*3 Actie creatief met fruit, leer gezond eten, kweek een fruitbewustzijn, de wakkere consument, op stap met de klas

*4 Op stap met de klas



E. Procesevaluatie: niet-deelnemende scholen

Inhoud



- I. Onderzoeksopzet
- II. Deelname & organisatie Schoolfruitactie
- III. Bekendheid & evaluatie website
- IV. Kennis & evaluatie begeleidende maatregelen

Onderzoeksopzet

Representatieve controlesteekproef



- **Doelgroep:** scholen die in 2010-2011 NIET deelgenomen hebben aan de Schoolfruitactie.
 - Hiervoor werd een bestand ter beschikking gesteld van 1.396 deelnemende scholen.
- **Methodologie:** een online bevraging met een telefonische recall
 - De e-mails werden uitgestuurd naar de e-mailadressen die beschikbaar waren in het bestand (1 per school), ter attentie van de directie.
 - 1 persoon per school heeft geantwoord
- **Steekproefgrootte:** $n = 300$
- **Responsegraad:** $300 / 1.396 = 22\%$.
- **Vragenlijst:** een gestructureerde vragenlijst op basis van de output van de kwalitatieve fase. De gemiddelde duurtijd om deze in te vullen was 15 minuten.
- **Veldwerkperiode:** april-mei 2011

Steekproefsamenstelling

Representatieve steekproef



NIET DEELNEMERS

- De resultaten werden gewogen naar het profiel van alle deelnemende scholen, zodat de vergelijking over de jaren heen zuiver is.
- Weging op de volgende parameters:

		Ongewogen	Gewogen naar profiel deelnemende scholen
TOTAAL		n=300	
TYPE	Kleuter onderwijs	n=31 (10%)	n=13 (4%)
	Lager onderwijs	n=22 (7%)	n=30 (5%)
	Kleuter + lager onderwijs	n=247 (82%)	n=257 (81%)
ONDERWIJSNET	Gemeenschapsonderwijs (GO)	n=38 (13%)	n=40 (13%)
	Vrij onderwijs	n=205 (68%)	n=195 (65%)
	Gemeentelijk onderwijs	n=55 (18%)	n=64 (21%)
	Andere types	n=2 (1%)	n=1 (0%)
HABITAT	5 Grote centra	n=70 (23%)	n=87 (29%)
	43 CIM steden	n=83 (28%)	n=65 (22%)
	Gemeenten	n=75 (25%)	n=76 (25%)
	Ruraal	n=72 (24%)	n=72 (24%)

Legende



NIET DEELNEMERS

-  of  significant hoger resultaat ten opzichte van de totaalresultaten
-  of  significant lager resultaat ten opzichte van de totaalresultaten

-  Significant hoger resultaat ten opzichte van de deelnemende scholen
-  Significant lager resultaat ten opzichte van de deelnemende scholen



Deelname & organisatie Schoolfruitactie



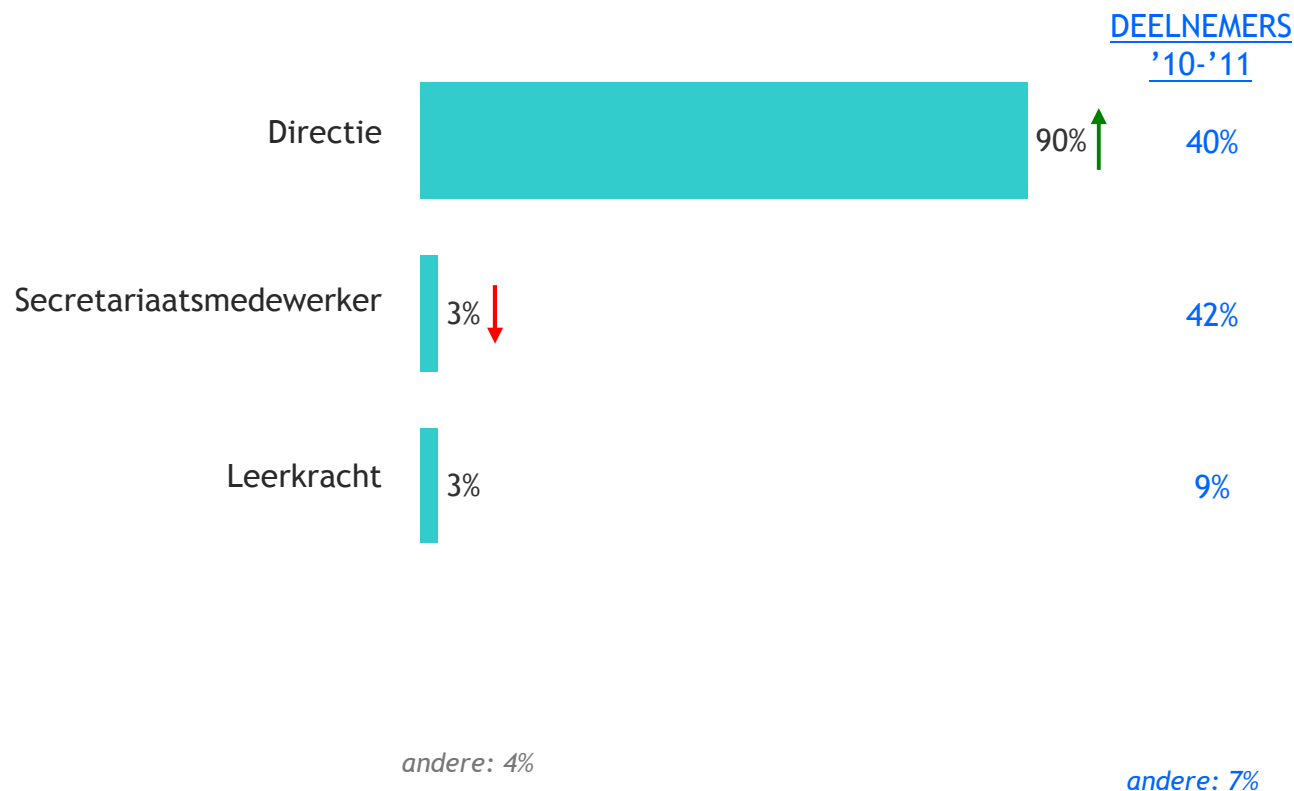
Functie contactverantwoordelijke

Voornamelijk directieleden hebben deelgenomen aan het onderzoek.



NIET DEELNEMERS

Target: Allen (n=300)



Q1.4. Wat is uw functie binnen de school?

Definitie Schoolfruitactie gebruikt in de vragenlijst



NIET DEELNEMERS

- De Schoolfruitactie, of ook Tutti Frutti genoemd, is een campagne van de ministeries van Landbouw en Visserij, Welzijn, Volksgezondheid en gezin om de fruit-en groentenconsumptie op school te bevorderen. Scholen uit het basisonderwijs (kleuter en lagere scholen) die een fruitabonnement voor minstens 30 weken afsluiten komen in aanmerking voor een terugbetaling. Dit fruitabonnement bedraagt minstens 6 euro per leerling per schooljaar. Hiervan wordt 4 euro terugbetaald.

Schoolfruitactie bekendheid & deelname

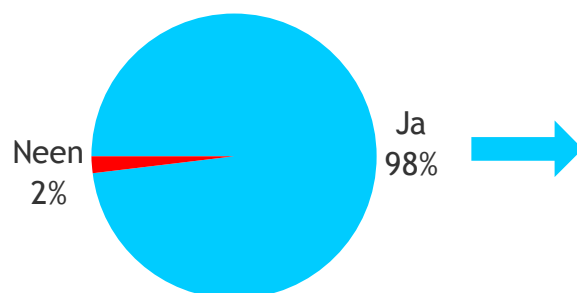
Alle scholen kennen de Schoolfruitactie.



NIET DEELNEMERS

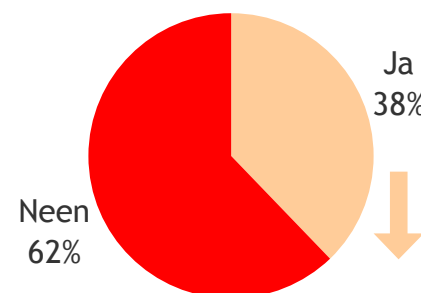
Target: Allen (n=300)

Bekendheid



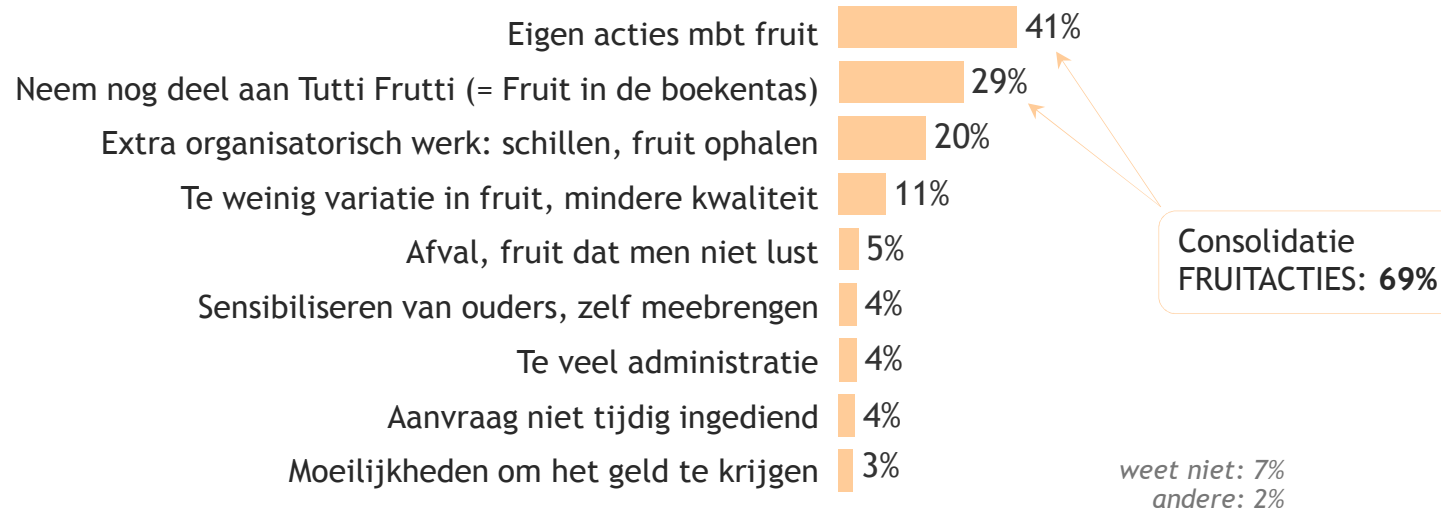
Deelname in het verleden

Target: Kent schoolfruitactie (n=295)



Waarom niet langer?

Target: Heeft vroeger deelgenomen (n=109)



Q1.4a. Kent u de Schoolfruitactie? - Q1.5. Heeft uw school in het verleden reeds deelgenomen aan de Tutti Frutti schoolfruitactie? - Q1.6. Waarom neemt u niet langer deel aan de Schoolfruitactie?

Betrokkenheid leerkrachten

Hogere betrokkenheid dan bij de deelnemende scholen, maar vaker zonder financiële bijdrage.



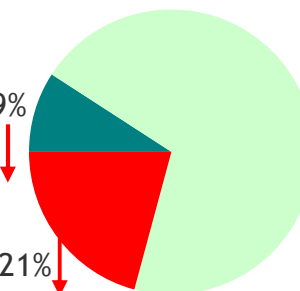
NIET DEELNEMERS

Target: Allen (n=300)

Worden de leerkrachten door de school actief gestimuleerd om fruit te eten?

DEELNEMERS
'10-'11
31%

de school maakt hen attent op hun voorbeeldfunctie EN draagt financieel bij aan hun deelname



70% de school maakt hen attent op hun voorbeeldfunctie maar levert geen financiële bijdrage

DEELNEMERS
'10-'11
39%

geen stimulans voorzien 21%
DEELNEMERS
'10-'11
30%

Q7.4. Worden de leerkrachten door de school actief gestimuleerd om fruit te eten vanuit hun voorbeeldfunctie?



Website Bekendheid & evaluatie



Bekendheid website

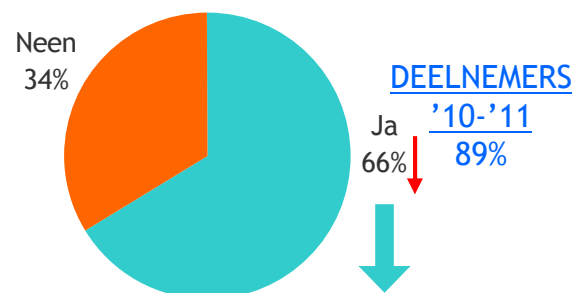
44% kent spontaan de website van de SFA.



NIET DEELNEMERS

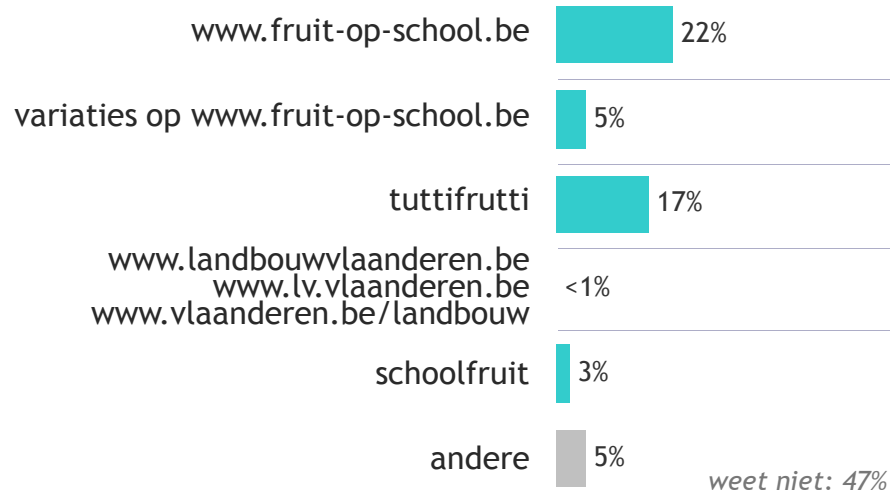
Target: Allen (n=300)

Kent u de website van de Schoolfruitactie?



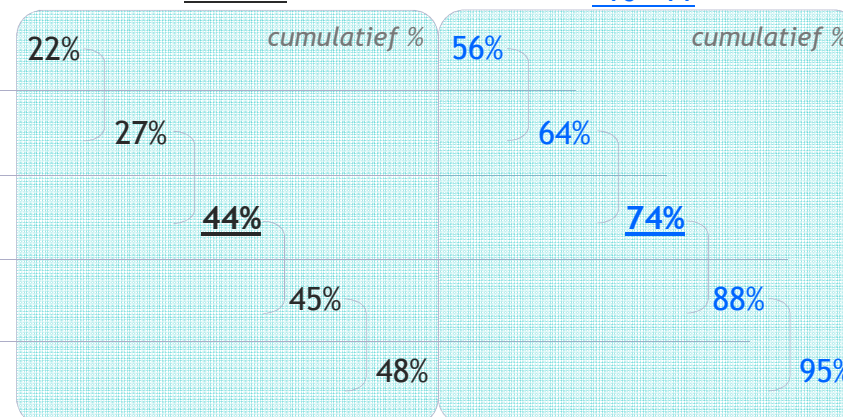
Wat is volgens u de juiste website?

(n=195)



NIET DEELNEMERS
'10-'11

DEELNEMERS
'10-'11



Q1.11. Kent u de website van de Schoolfruitactie? - Q1.12. Wat is volgens u de juiste website?

Geholpen bekendheid website

64% kent geholpen de website van fruit op school en 30% kent de website van Landbouw, wat beduidend lager is dan bij de deelnemers.



NIET DEELNEMERS

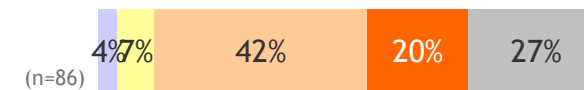
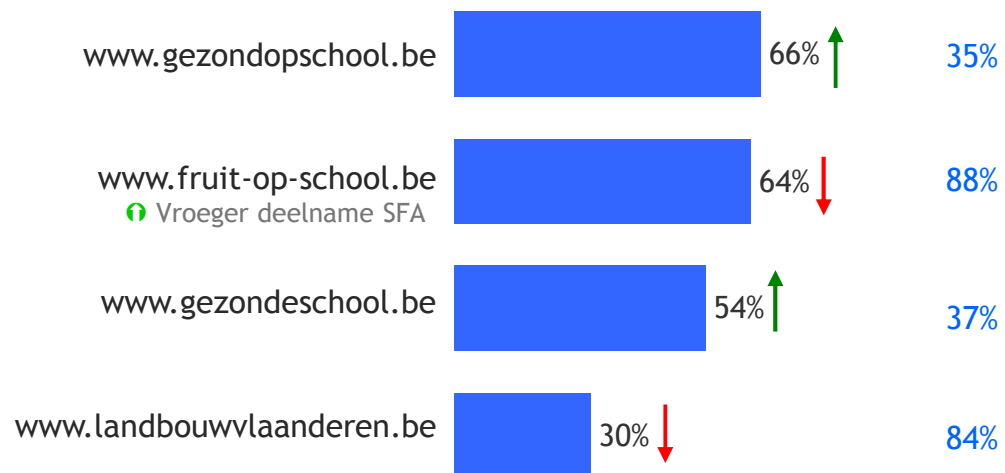
Target: Allen (n=300)

Kent u de volgende websites?

Bezoekfrequentie

Target: Respondenten die de website kennen

DEELNEMERS
'10-'11



- maandelijks
- eén keer per trimester
- minder vaak
- enkel in het begin van het schooljaar
- ik heb de website nog nooit bezocht

Q1.13. Kent u de volgende websites, al was het maar van naam? - Q1.14. Hoe vaak bezoekt u de volgende website?

www.fruit-op-school.be - redenen van bezoek

De website is voornamelijk een brond van (algemene) informatie en om lesmateriaal te zoeken.



NIET DEELNEMERS

Target: Respondenten die www.fruit-op-school.be bezocht hebben (n=166)

55% van respondenten heeft www.fruit-op-school.be reeds bezocht

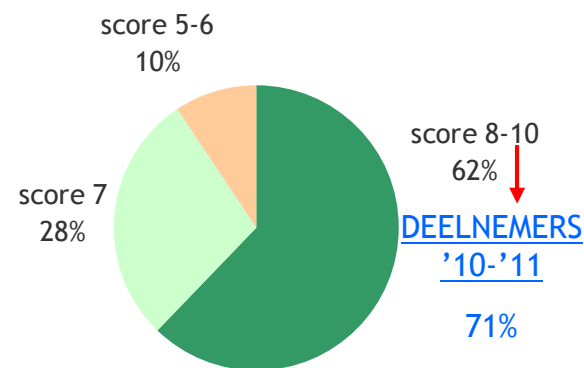
DEELNEMERS
'10-'11



Q1.15. Waarom heeft u de website www.fruit-op-school.be reeds bezocht?

Target: Respondenten die www.fruit-op-school.be bezocht hebben (n=166), excl. wn

55% van respondenten heeft www.fruit-op-school.be reeds bezocht



kan niet beoordelen: 27%



Kennis & evaluatie begeleidende maatregelen



Initiatieven van educatief lesmateriaal voor gezond eten

Het Tutti Frutti materiaal wordt het vaakst gebruikt (maar significant minder dan de deelnemers). De tevredenheid is lager!

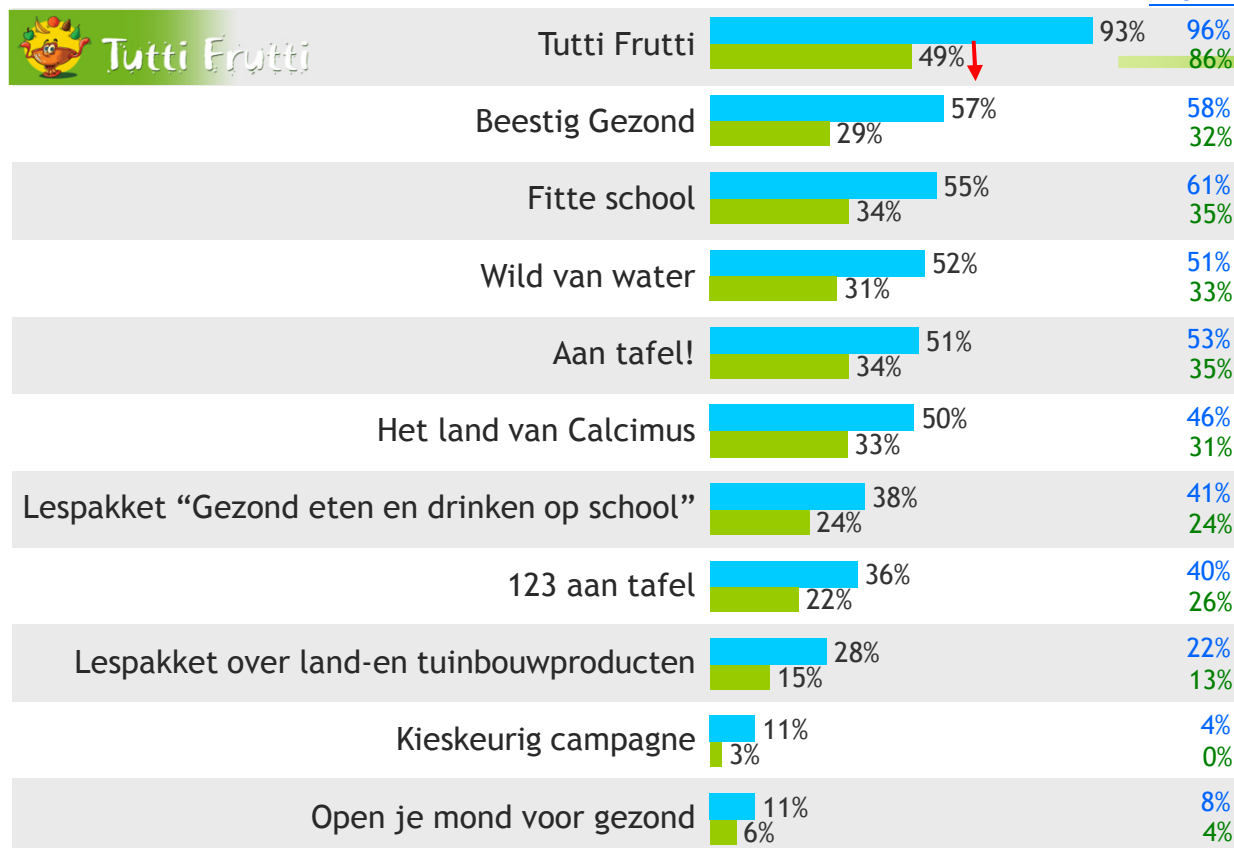


NIET DEELNEMERS

Target: Respondenten die de initiatieven van educatief lesmateriaal voor gezond eten kennen (n=295)

Bekendheid & gebruik

DEELNEMERS
'10-'11



■ bekendheid
■ gebruik

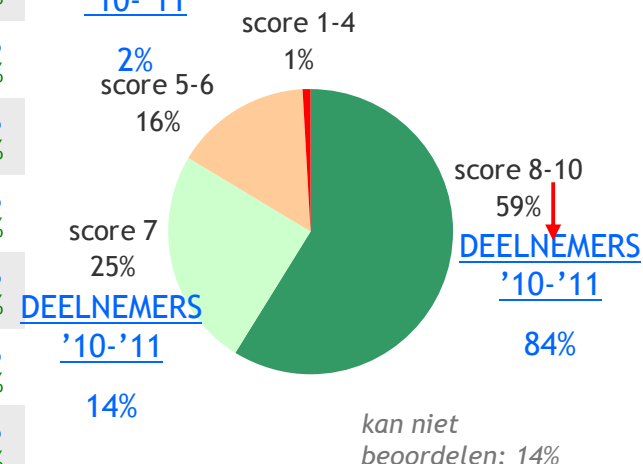
Ook bekend:
■ Info van CM (4%)
■ Ben de Bever (1%)

Tevredenheid

Target: Respondenten die Tutti Frutti reeds gebruikt hebben (n=138), excl. wn



DEELNEMERS
'10-'11



Q4.1. Welke initiatieven van educatief lesmateriaal voor gezond eten, kent u? - Q4.2. Welke van deze initiatieven heeft u reeds gebruikt in de klas of als inspiratie om te werken rond het thema "gezond eten"? - Q4.3. Hoe tevreden bent u globaal genomen over het educatief aanbod van Tutti Frutti?

Evaluatie educatief aanbod binnen de Schoolfruitactie

Lagere algemene tevredenheid, maar wel een positieve evaluatie van de verschillende aspecten.

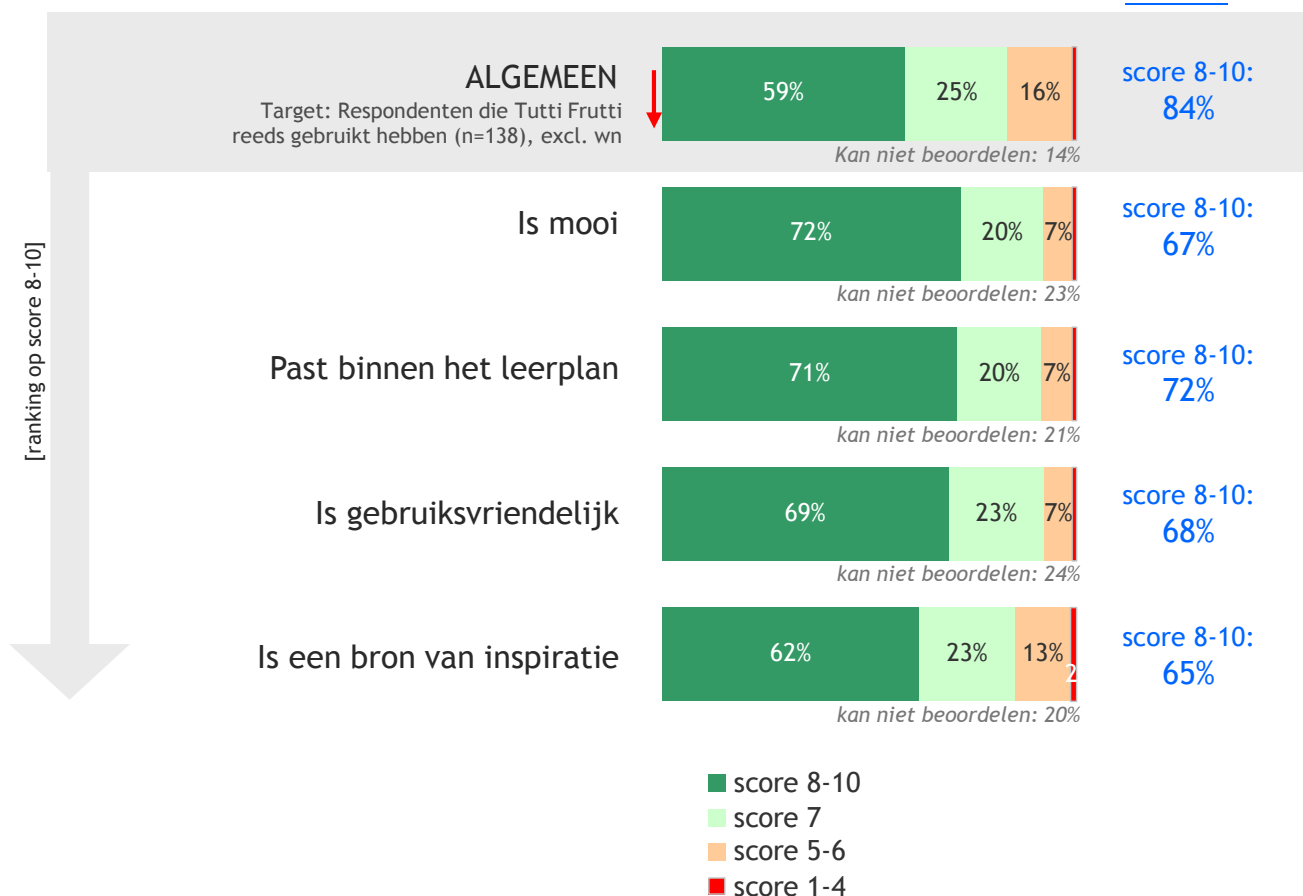


NIET DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van het gebruik van het educatief materiaal en de toepassingen in de klassen (n=180), excl. wn

60% van de respondenten is op de hoogte van het gebruik van het educatief materiaal en de toepassingen in de klassen

DEELNEMERS
'10-'11



Q4.3. Hoe tevreden bent u globaal genomen over het educatief aanbod van Tutti Frutti? - Q4.8. Hoe tevreden bent u over het educatief aanbod binnen de Schoolfruitactie met betrekking tot de volgende aspecten?

Educatief aanbod van Tutti Frutti

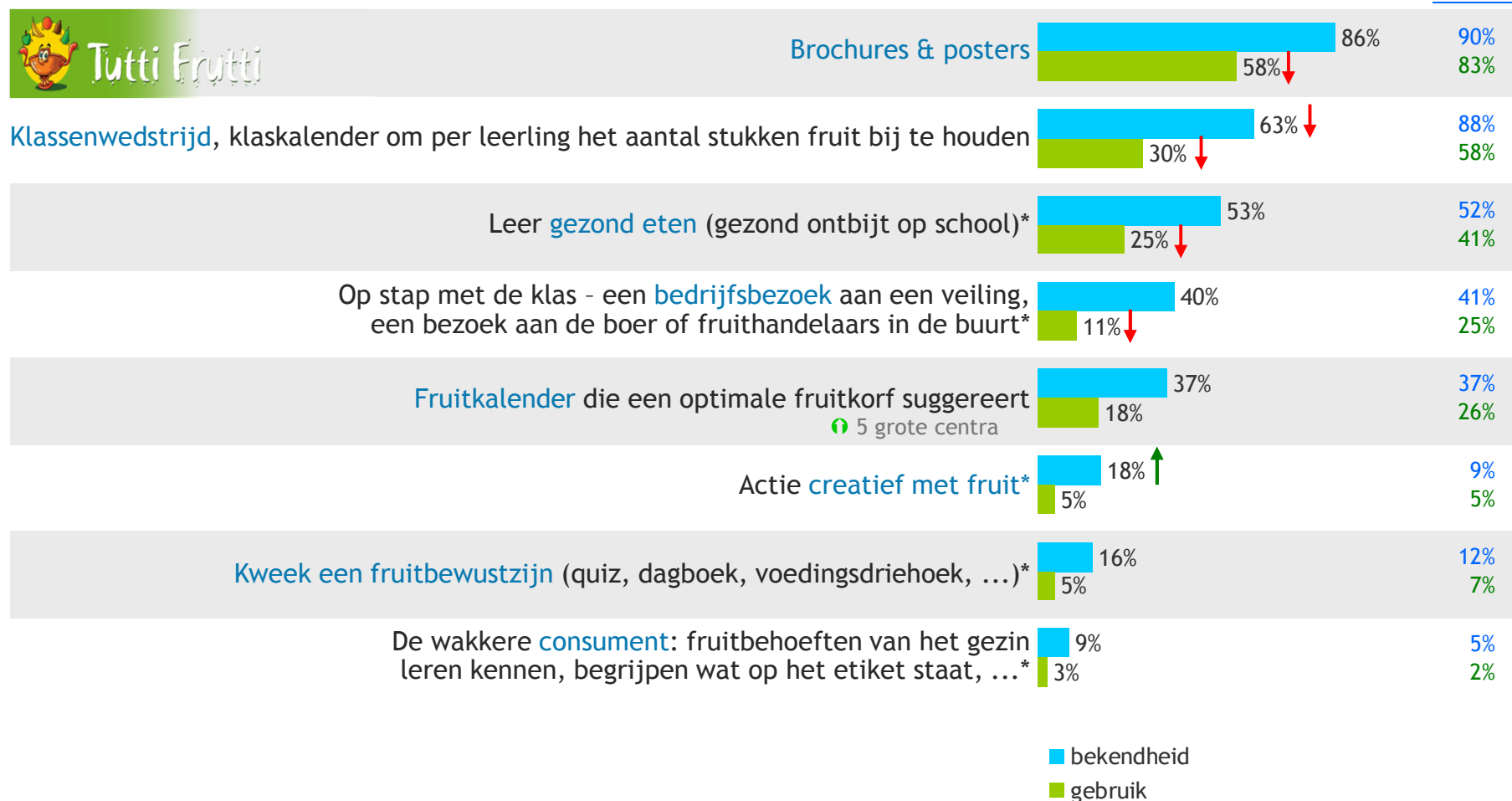
Hoge bekendheid van brochures & posters. Het gebruik van de verschillende acties is lager dan bij de deelnemers.



NIET DEELNEMERS

Target: Respondenten die de aspecten van het educatief aanbod van Tutti Frutti kennen (n=239), excl. wn

Bekendheid & gebruik DEELNEMERS '10-'11



Q4.4. Welke aspecten van het educatief aanbod van Tutti Frutti kent u? - Q4.5. Welke aspecten van het educatief aanbod van Tutti Frutti worden in uw school gebruikt?

Klassenwedstrijd & bedrijfsbezoeken

59% van de scholen die geen bedrijfsbezoeken doen in het kader van de SFA doen dit wel, maar buiten de actie.



NIET DEELNEMERS

Target: Respondenten die op de hoogte zijn van het gebruik van het educatief materiaal en de toepassingen in de klassen (n=180)

89% van scholen doet **geen bedrijfsbezoeken** in het kader van Schoolfruitactie DEELNEMERS

(aan een veiling, de boer of fruithandelaars in de buurt)

'10-'11

(n=153)

76%

omdat:

DEELNEMERS
'10-'11

afstand 17%

20%

kost te veel geld 15% ↓

27%

vraagt te veel tijd, inspanning 1%

1%

*we doen dit wel, maar niet in het kader
van het Tutti Frutti project*

59% ↑ 34%

weet niet: 1%
andere: 7%

Q4.7. Waarom maakt uw school geen bedrijfsbezoeken aan een veiling, een boer of fruithandelaar in de buurt?



F. Procesevaluatie: kwalitatief onderzoek mbt educatief materiaal

Inhoud



- I. Onderzoeksdoelstellingen en -opzet
- II. Resultaten
- III. Conclusies en aanbevelingen
- IV. Verbatims



Onderzoeksdoelstellingen en -opzet



- Het Agentschap van Landbouw en Visserij wenst de behoeftes en noden te kennen binnen (niet) deelnemende scholen aan de **Schoolfruitactie** van
 - Educatief/ondersteunend materiaal in het algemeen
 - Materiaal specifiek gericht op groenten en fruit
- Dit rapport betreft het kwalitatieve onderdeel van dit onderzoek dat als **objectief heeft**:
 - Nagaan wat de algemene behoeftes / verwachtingen zijn rond educatief / ondersteunend materiaal
 - Nagaan hoe het **materiaal** van de Schoolfruitactie verder **geoptimaliseerd** kan worden



2 groepsessies met leerkrachten uit deelnemende en niet deelnemende scholen

- De groepsgesprekken vonden plaats op 18 en 25 mei 2011 te Antwerpen. De deelnemers werden gerekruteerd door onze rekruteringsbureaus, op basis van een pre-rekrutering via mail gevoerd door Market Probe. Onze partners hebben ons Kwaliteits- en Confidentialiteit Charter ondertekend.
- De groepen duurden 2u30 en waren gebaseerd op een animatiegids, opgesteld door Quality Research (zie appendix). Na afloop van het gesprek ontvingen de respondenten een vergoeding voor hun deelname.
- De groepen werden geanimeerd door ons intern team van experts.
- De groepsgesprekken konden rechtstreeks gevolgd worden door Market Probe, Vigez en het Agentschap van Landbouw en Visserij en werden neergeschreven door notulisten van Quality Research. De gesprekken werden opgenomen op DVD.



Steekproefsamenstelling (N=15)

PROFIEL

Deelnemers	7
Niet deelnemers	8

FUNCTIE BINNEN SCHOOL

Leerkracht	13
Directie	2

GRAAD

Kleuter & Lager	1
Enkel kleuter	8
Enkel lager	6

TYPE ONDERWIJS

Gewoon	12
Buitengewoon	3

ONDERWIJSNET

Vrij	5
Stedelijk	5
Gemeentelijk	5



Volgend **Stimuli Materiaal** werd aangeboden:

- Start to eat for kids
- 1,2,3 aan tafel
- Lessenpakken groenten en fruit 2e en 6e leerjaar
- Groenten en Fruit lab: lesblad groep 1 & 2, groep 7 & 8
- www.gezondweb.be: handleiding - koelboxspel
- Wild van water - Pictogrammen
- Calcimus, infofiche 1e, 2e leerjaar
- Calciumus, Tandvriendelijke kiezen, 2e leerjaar
- Spring in het rond, eet gezond
- Lijst van Vigez met verschillende soorten educatief materiaal



Resultaten



1. Spontane behoeften omtrent educatief materiaal



De leerkracht is de beslissende factor in de selectie van materiaal

Overvloed van beschikbaar materiaal aanwezig in de klassen en op de markt

→ Leerkrachten moeten keuzes maken (Welk materiaal gebruiken?)

→ 1^e indruk is uitermate belangrijk: het materiaal moet hen **direct aanspreken**



Criteria { Mooie lay out, omschrijving inhoud, overzichtelijkheid, kwalitatieve inhoud, afgesloten omkadering (thema per thema), gebruiksgemak, goed evenwicht creativiteit ⇔ zelf invulling geven

⇒ **Leerkrachten verleiden is noodzakelijk!**

⇒ **Aangewezen de ANKER methode te gebruiken**



Behoeftes zijn verschillend in functie van type onderwijs

Kleuteronderwijs:

- Meer vrijheid en creativiteit aan leerkrachten: kunnen zelf meer de inhoud van lessen bepalen
- Einddoelen zijn minder strikt
- Leerkrachten spelen meer in op de kinderen zelf

=> Creativiteit !
=> Concreet, Laagdrempelig
=> Identificeerbaar

“Gekaderd” materiaal <=
Mag abstracter <=

Lagere school:

- Ervaren meer druk van overheid om leerplan te halen
- Afweging maken tussen nut van het materiaal en leerplannen
- Minder mogelijkheden / vrijheid om in te spelen op behoeftes van kinderen

⇒ **Lager Onderwijs: duidelijke indicatie leerplannen, eindtermen**
⇒ **Kleuteronderwijs: vooral benadrukken van het creatieve aspect**



Rekening houden met financiële beperkingen is noodzakelijk

- Aankoop van materiaal

Niet alle scholen hebben evenveel middelen om materiaal aan te schaffen

→ Leerkrachten kunnen dit tot op zeker niveau creatief compenseren
maar niet volledig

→ Bij duur materiaal vallen er scholen uit de boot

} Behoeftte aan
financieel
toegankelijk
materiaal (aankoop)

- Inhoudelijk

Beperkingen ten gevolge van de maximumfactuur

→ Uitstapjes kunnen niet gedaan worden omdat limiet bereikt is

→ Expliciet materiaal dat vereist wordt en niet aangekocht kan worden

} Behoeftte aan
inhoudelijk
toegankelijk
materiaal
(activiteit)

⇒ Om niemand uit de boot te laten vallen,
dient materiaal financieel toegankelijk te zijn voor alle scholen



Educatief materiaal vraagt om diversificatie

De kinderen die op de Vlaamse schoolbanken zitten hebben elk hun eigen profiel:

- Leeftijd en hun niveau van ontwikkeling
- Culturele achtergrond
- Type van onderwijs



⇒ Er bestaat géén one fits all

Daarom moet het materiaal aangepast zijn aan de doelgroep:

- ⇒ Duidelijke indicatie van graad
- ⇒ Duidelijke indicatie van leerjaar
- ⇒ Activiteiten / tips voor ≠ niveau's binnen eenzelfde leerjaar
- ⇒ Socio-culturele achtergrond van de school
- ⇒ Type onderwijs

⇒ **Educatief materiaal dient bruikbaar te zijn voor verschillende doelgroepen**



De socio-culturele achtergrond van de kinderen speelt een belangrijke rol in materiaal rond voeding

Het ene kind wordt van thuis uit meer gestimuleerd om gezond te eten dan het andere



⇒ Kinderen laten kennis maken met gezonde voeding
⇒ Aantonen / aanleren dat gezonde voeding lekker is
⇒ 'Ongezonde' eetpatronen trachten te veranderen

Voeding is een diepgaand sociaal gegeven



⇒ Kinderen "eigen fruit" laten voorstellen: "trots" creëren
⇒ Kinderen kennis laten maken met vormen van uitheems, minder bekend, exotisch fruit dat klasgenoten wel eten
⇒ Het laten 'opengaan' van een nieuwe wereld

⇒ Het multiculturele aspect uitspelen om betrokkenheid te vergroten!

Spontane behoeften omtrent educatief materiaal



Voeding is een sociaal gegeven:
educatief materiaal dient de hele gemeenschap te betrekken

Materiaal dient **herkenbaar** te zijn om aan te trekken

- Identificeren (symbolen, logo's die aansluiten bij leefwereld kind)
- Herkenbare situaties, activiteiten, recepten, ...
- Voorbeeldfunctie (kleuterklasjes): (cf Jules-pop)

Materiaal is **bruikbaar** indien het zich richt op de **gehele schoolgemeenschap**:

- Activiteiten die ingeschreven kunnen worden binnen het globale schoolbeleid - gezondheidsbeleid
- Betrekken van ouders, grootouders
- Uitlenen van materiaal naar huis (om zo niet enkel in schoolse context te leren)

⇒ **Identificeerbaar materiaal, bruikbaar door de gehele gemeenschap om zo de kinderen extra te stimuleren en betrekken**



2. Reacties omtrent meegebracht materiaal

Reacties omtrent meegebracht materiaal



<u>Niet deelnemers</u>	<u>Deelnemers</u>
BOEKEN / WEBSITES	
• Dag Jules • Beestig gezond • Voedingsdriehoek • Lekker & gezond (CM) • Receptenboek • Losse prenten	• Danskant (zelf ontwikkeld) • Juf Janneke • Juf Sanne • Dag Jules • Tov • Wim Fröbel • Teken en voor derde graad
POPPEN / TASTBAAR MATERIAAL	
• Dag Jules (pop, handpop, poppenkast,...) • Pompon (vervolg op Jules) • De kok	• Dag Jules (pop, handpop, poppenkast, Hup Jules voor turnen etc) • Nelly en Cesar • Tov materiaal
DIGITAAL MATERIAAL	
• CD Dag Jules • TV: Huisje, boompje, beestje • Zelf ingesproken verhalen	• PC programma met pictogrammen herkennen

Reacties omtrent meegebracht materiaal



<u>Niet deelnemers</u>	<u>Deelnemers</u>
SPELVORM	
• Winkelspel • Muis erger-je-niet • Domino • Meine erste spiele • De boomgaard	• Speelkriebel • De schatkist • Zelfgemaakt woord bij Picto kunnen zetten • Pico Piccolo • Mikado • Domino • Memory • Knijpkaarten
ANDERE	
• Smakelijk en gezond • Verteltassen • Klasuitstapjes (markt, bos, handelaars,...)	• Kalender met beweging (Averbode) • Klasuitstapjes (markt, bos, handelaars,...)

Reacties omtrent meegebracht materiaal



Het ideale ondersteunende materiaal heeft verschillende facetten

Lay-out

- Visueel aantrekkelijk (tekeningen, kleur)
- Geen doorlopende teksten
- Aangenaam lettertype
- Pictogrammen
- Kaders
- Vetgedrukt
- Duidelijk logo
- Functioneel
- Activiteiten in kleur
- Niet te heftig / druk
- Visueel

Wedstrijd

- Weinig aantrekkelijk
- Spaaracties meer geliefd

Bruikbaar

- Fotokopieerbaar
- Digitale versie
- Aanpasbaar
- Tabbladen
- Afzonderlijke bladen voor leerling en leerkracht
- Afprintbaar stappenplan
- Werkblaadjes
- Kopieerbladen
- Verpersoonlijken
- Selecteerbaar (niet alles hoeven lezen)

Aangepast aan behoeftes

- BULO onderwijs
- Anderstalig
- Verschillende niveaus
- Multicultureel
- Specifieke doelgroepen

Structuur

- Duidelijke titels
- Duidelijke vermelding type activiteit
- Uniformiteit in titels
- Overzichtelijk (niet teveel lezen)

Overzicht

- Duidelijke vermelding inhoud en doel
- Beschrijving zodat het binnen school gepromoot kan worden
- Overzichtstabel

Direct integreerbaar

- Vermelding niveau
- Duidelijke doelstellingen
- Vermelding eindtermen
- Vermelding leerplan
- Vermelding van duur / timing
- Duidelijke instructies voor leerkracht
- Terugkerende structuur
- Meer structuur
- Zelfevaluatie

113



Reacties omtrent meegebracht materiaal

Niet directief

Basisdocument dat door
leerkracht verder uitgewerkt kan
worden
Plaats laten voor creativiteit

Concreet

Combinatie praktische
oefeningen en tips
Laagdrempelig
Interactief
Korte, duidelijke opdrachten
Materiaal onder vorm
van website

Duurzaam

Onverslijtbaar
Makkelijk afwasbaar
Duurzame verpakking
Gelamineerd
Veilig

Bijkomend Materiaal

Extra materiaal
(pop, CD, CD-rom, DVD)
Totaalpakket
(doos met alle materiaal in)
Voldoende voor iedereen
Afzonderlijk onderdelen aan te
kopen bij verlies en dergelijke
Grote én individuele fiches

Technologie

Digitale borden
Websites thuis te gebruiken

Promotiemateriaal

Eyecatchers
Posters & affiches
Stickers voor in agenda

Realistisch

Rekening houden met
budget (maximumfactuur
+ activiteiten)
Buurt uitstappen
Met lestijden
Niet commercieel

Inhoud

Combinatie spel en leren
Concrete, doe-opdrachten

Betrokkenheid hele schoolgemeenschap

Ouders – Kinderen –
leerkrachten - Scholen
Trots om met materiaal te
werken

Verwijzingen

Interessante verwijzingen,
links naar andere sites
Ervaring andere leerkrachten
Fora / Blog



3. Evaluatie van het materiaal van de Schoolfruitactie



De SFA is algemeen gekend en wordt geapprecieerd

Deelnemende scholen:

- Geïntegreerd in schoolbeleid
- “Witte” scholen: bijkomende actie, meer geconfronteerd met “luxé” problemen (verspilling)
- “Zwarte” scholen: behoefte, noodzaak, grote appreciatie kinderen
=> SFA: nuttig tot noodzakelijk

⇒ **Het initieel nut van Schoolfruitactie wordt door iedereen erkend**

Niet deelnemende scholen:

- Algemeen gekend
- Vroeger soms meegedaan
(uitstap: leverancier, niet verregaand genoeg, inburgering, ...)
=> SFA wordt aanzien als een nuttige actie, een instap in het cultiveren van een fruitcultuur



De huidige vorm van het Tutti Frutti materiaal spreekt weinig aan en wordt nauwelijks gebruikt

Het materiaal is momenteel niet in staat leerkrachten te verleiden:

- Een overvloed aan materiaal is voor handen
- Het Tutti Frutti materiaal springt er niet genoeg uit

⇒ **Het SFA materiaal is momenteel te weinig opvallend en aantrekkelijk:**

- Te weinig **gepromoot** binnen de school
- Gebrek aan **indicatie** over inhoud
(Wat houdt het in? Waarvoor gebruiken? Bruikbaarheid?...)
- Gebrek aan een **duidelijk overzicht**
- Te veel **lectuur** (alles moet gelezen worden)
- Te weinig **concrete voorstelling** (iconen, pictogrammen, materiaal, ...)

⇒ **Onafhankelijk van de inhoud vraagt het materiaal om een ander type presentatie, lay-out, promotie ...**

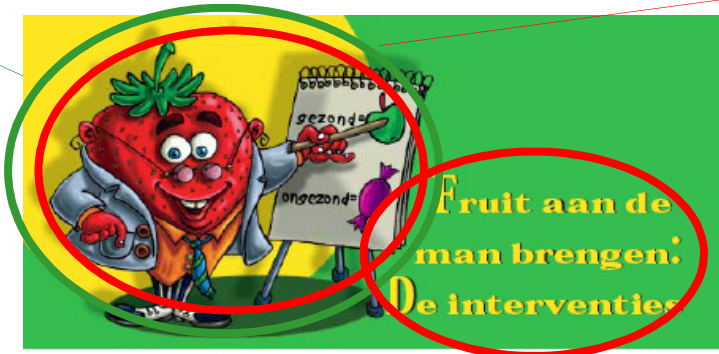
⇒ **Eens men het materiaal diepgaander bekijkt ontstaat meer interesse**

Evaluatie van het voorgestelde materiaal van de Schoolfruitactie



EERSTE PAGINA

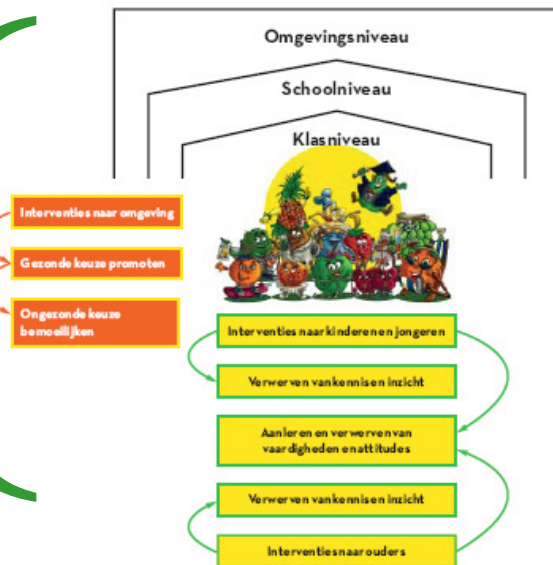
Positief:
Met Logo
werken



Negatief
Onaantrekkelijk logo, niet
kindvriendelijk, cliché gezond
– ongezond

Negatief
Zwakke, onduidelijke
titel: 'De interventies'

Positief
Introductie



Negatief
Afschrikkend,
theoretisch
beginschema'

Negatief

- Foutieve eerste indruk:
- Onduidelijk wat het document is (tekst rond FSA)
- Gebrek aan een introductie rond het materiaal
- Gebrek aan duidelijke vermelding "Tips, Acties, ..."

Tutti Frutti

LAY OUT

Positief
Gebruik van titels
en ondertitels

5 Santé! Is klinken met een glaasje vruchtensap gezond?

Kinderen leren het onderscheid maken tussen puur vruchtensap en afgeleide dranken.

Opener
Welk drankje is lekker? Hoeveel drink je ervan? Wat drink je nog?

Voorleestekst
Echt vruchtensap is sap dat bestaat uit puur, ongezoet vruchtensap. Het kan vers geperst zijn. Op de verpakking staat vermeld: 100% sap, puur, ongezoet. Het kan ook uit geconcentreerd vruchtensap gemaakt zijn, dat weer wordt aangevuld met water. Dat staat dan op de verpakking of etiket.

Sommige mensen denken dat vruchtensap fruit kan vervangen. Dat is helemaal niet waar. Vers fruit is altijd de eerste keus, want daarin zitten de meeste voedingsstoffen zoals vitamine C, vezels, mineralen (zoals ijzer) en andere bioactieve stoffen die goed zijn voor de gezondheid. Bij het maken van vruchtensap gaat een deel van de voedingsstoffen verloren.

Sinaasappel-, ananas-, appel-, pompelmoe- en multivruktensap zijn vers lekker zoet. Sappen van perzik, mango, aardbei, kiwi en papaya zijn te dik om als puur sap te worden gebruikt, ze worden vaak aangelengd met water. Ze zijn dus geen 'echt' vruchtensap meer, maar vallen onder vruchtendranken. Dat staat op het etiket vermeld.

In druken zit weinig vitamine C, dus daarvan blijft weinig over als er sap van wordt gemaakt. Ze zijn dus wel puur sap maar kunnen fruit niet vervangen.

Dan zijn er nog allerlei drankjes met fruitsmaak. Als er nog een klein beetje vruchtensap in zit worden ze vruchtenlimonades genoemd. Frisdrank is suikerwater met plantextract.

Vervang per dag maximaal 1 stuk vers fruit door een glas vruchtensap.

Activiteit
Breng verpakkingen van vruchtensappen, vruchtendranken en frisdranken mee naar de klas. Lees de etiketten en verdeel de sappen in verschillende groepen: tweede keus, derde keus, geen vruchtensap.

Tutti Frutti

Negatief

- Negatieve eerste indruk: te literair
- Weinig visueel: afbeeldingen / foto's / pictogrammen
- Gebrek aan overzicht: inhoudstafel, duidelijke titels
- Gebrek aan eenduidige, uniforme structuur (verschillende titels, ..)
- Ondertitels (kennis, attitude, ...) vallen te weinig op
- Meer gebruik maken van tabs, categorieën, ...
- Jommeke als symbool: gebrek aan relevantie

Positief
Gebruik van
kaders voor tips

Positief:
Frivole
gele lijn

Evaluatie van het voorgestelde materiaal van de Schoolfruitactie



<u>Sterke punten</u>	<u>Verbeterpunten</u>
DOELGROEP	
• Breed publiek • Multicultureel	• Onduidelijk (welke leerkrachten, welke leerlingen) • Probeert een té breed publiek aan te trekken, doelgroep te weinig specifiek aangeduid • Lijkt enkel voor lager onderwijs, niet voor kleuters • Geen differentiatie tussen niveaus van leerlingen, leerjaren, BGO, ... • Geen indicatie van doelstellingen, eindtermen, type lessen, ... • Multicultureel aspect nog meer promoten
ALGEMEEN	
• Sociaal relevante thema's (communicatie, ...) • Ook thuis toepasbaar (ouders) • Goede fit creativiteit – kant en klaar	• Weinig rekening met financiële beperkingen van scholen (uitstappen, ...) • Enkel een brochure en geen extra materiaal • Geen / weinig werkbladen voor kinderen • Geen / weinig concreet bruikbaar materiaal • Geen promotiemateriaal

Evaluatie van het voorgesteldemateriaal van de Schoolfruitactie



<u>Sterke punten</u>	<u>Verbeterpunten</u>
INHOUD	
• Materiaal is inhoudelijk interessanter dan de 1ste indruk die men heeft • Bevat leuke, bruikbare tips en suggesties • Verwijzingen naar sites: ok • Bruikbaar voor iedereen	• Inhoudelijk te breed → verbanden zijn onduidelijk • Weinig vernieuwend (voorgestelde activiteiten) • Inhoud visueel voorstellen • Behoeftte aan on-line beschikbaar materiaal (Bv. Domino spel dat uitgeprint en geplastificeerd kan worden) • Beschikbaar maken van printbaar, aanpasbaar en fotokopieerbaar materiaal voor leerlingen • Eventueel rekening houden met nieuwe technologieën: digitaal bord, PC, ... • Meer nadruk leggen op spelletjes, op leuke tekeningen, ... • Breder gaan qua activiteiten: integreren van muziek, lichamelijke opvoeding,
THEMA'S	
• Veel onderwijsgebieden • Gevarieerde thema's • Aantrekkelijke thema's	• Te weinig structuur • Nog meer diversificatie: Eerlijke handel, technieken, ...



Conclusies & aanbevelingen



De inhoud van de brochure moet sneller duidelijk worden

Leerkrachten dienen in één oogopslag te weten dat dit materiaal **bruikbaar** is, tot wie het zicht richt én waarvoor het gebruikt kan worden

⇒ **Het materiaal schreeuwt om een inhoudsoverzicht, een betekenisvolle titel én aantrekkelijke triggers**

Het Schoolfruitactie materiaal heeft een frisser, aangenamer voorkomen nodig

Het materiaal oogt te literair: gevoel alles te moeten lezen vooraleer iets bruikbaar te vinden
⇒ Schrikt af

Het materiaal moet visueel en gestructureerd opgemaakt worden:

⇒ Gebruik van visuele pictogrammen, tekeningen, kleuren, titels

⇒ Aanbrengen van meer structuur, begeleiden van leerkrachten
(Direct naar één bepaald deel doorverwijzen, ...)

⇒ **Het materiaal dient luchtiger voor te komen opdat leerkrachten ze zouden selecteren**



Het materiaal van de Schoolfruitactie dient gediversifieerd te zijn

Materiaal moet rekening houden met verschillende types onderwijs, publiek van de school,

niveaus van leerlingen, enz

⇒ Een brede doelgroep aanspreken

⇒ Elk van deze doelgroepen dient zich te kunnen identificeren

⇒ Duidelijke vermelding: tot wie richt men zich

⇒ **Breed materiaal, aanpasbaar aan het niveau van de verschillende doelgroepen**

Extra materiaal kan de betrokkenheid vergroten

Behoefte aan een optimale combinatie creatieve tips >< kant en klaar materiaal

⇒ Extra video, audio materiaal

⇒ Meer kant en klare oefeningen

⇒ Meer lesdomeinen betrekken (Muziek, LO, ...)

⇒ Aanpasbaar materiaal (⇔ PDF)

⇒ Creatie van website (doorklik functies, selecteerbaar, ...)

⇒ **Integreren van meer concreet, praktisch bruikbaar materiaal**



Verbatims



Perceptie van de Schoolfruitactie

“Het is een instapmanier om fruit op school te introduceren, en als het een gewoonte is geworden hoef je niet meer deel te nemen.”

“Het wordt soms afgeschaft door problemen met de leverancier die te laat, te vaak hetzelfde of te weinig levert.”

“ Tutti frutti is ook een proces: wij hadden veel afval van snacks, en nu met fruit is dat veel minder.”

“De kinderen vragen vaak achter hun stuk fruit, want veel hebben niet gegeten ‘s morgens.”

“Het is spotgoedkoop, iedereen kan eraan deelnemen.”

“De kracht van Tutti Frutti is de verscheidenheid: van gewoon fruit tot exotisch.”

“Voor sommige collega's heb ik de indruk dat het er nog eens bijkomt.”



G. Procesevaluatie: kwalitatief onderzoek bij niet-deelnemende scholen

Inhoud



- I. Onderzoeksdoelstellingen en -opzet
- II. Resultaten
 - I. Belangrijkste uitdagingen binnen de scholen
 - II. Thema's & projecten
 - III. Gezondheidsbeleid bij niet-deelnemende scholen
 - IV. Evaluatie Schoolfruitactie
 - V. Suggesties voor verbeteringen of wijzigingen
- III. Conclusies en aanbevelingen



Onderzoeksdoelstellingen en -opzet



- De kernvraag die we in dit specifieke onderdeel wensen te beantwoorden is een beter inzicht te verkrijgen in de redenen waarom scholen niet (wensen) deel te nemen aan de Schoolfruitactie. Op basis van deze inzichten kan eventueel een actieplan worden opgesteld.
- Meer in bijzonder zijn we op zoek gegaan naar antwoorden op de volgende vragen:
 - Wat zijn de belangrijkste uitdagingen binnen de scholen?
 - Aan welke thema's & projecten wordt er gewerkt?
 - Hoe wordt er invulling gegeven aan het gezondheidsbeleid bij niet-deelnemende scholen?
 - Gebrek aan bekendheid van de Schoolfruitactie?
 - Wat is het kennisniveau & de perceptie van de Schoolfruitactie?
 - Wat zijn de barrières & remmingen om niet mee te doen?
 - Welke verbeteringen of wijzigingen dienen er te worden doorgevoerd om niet-deelnemende scholen van deelname aan Schoolfruitactie te overtuigen?



12 diepte interviews met directieleden van niet-deelnemende scholen

- De interviews vonden plaats in de periode van 6 juni tot 23 juni 2011 in de regio's Aalst, Antwerpen en Gent.
- De deelnemers werden gerekruteerd door onze professionele interviewers, en deels op basis van een pre-rekrutering via het kwantitatief online onderzoek.
- De interviews duurden gemiddeld 1u00 à 1u30 en waren gebaseerd op een animatiegids, opgesteld in onderling overleg met de opdrachtgever. Na afloop van het gesprek ontvingen de respondenten een vergoeding voor hun deelname in de vorm van een boekenbon ter waarde van 50 euro.
- De gesprekken werden deels geanimeerd door professionele interviewers en deels uitgevoerd door de project verantwoordelijken bij Market Probe.
- De belangrijkste bevindingen van het gesprek werden door de interviewer schriftelijk uitgewerkt volgens de structuur van de discussiegids. Dit diende als basis voor de rapportage.



Steekproefsamenstelling

(N=12)

FUNCTIE BINNEN SCHOOL

Directie	11
Project verantwoordelijke	1

GRAAD

Kleuter & Lager	10
Enkel kleuter	1
Enkel lager	1

TYPE ONDERWIJS

Gewoon	11
Buitengewoon	1

ONDERWIJSNET

Vrij	6
Stedelijk	3
Gemeentelijk	3



Resultaten

Belangrijkste uitdagingen binnnen de scholen



- “Zorg voor elk kind” hiervoor maakt de school zich vooral sterk: “Van zeer zwak tot zeer sterke leerlingen, onderwijs aangepast aan ieders behoeften: beperking van lesuren is hier een belangrijke uitdaging.”
- “Effectieve samenwerking krijgen met ouders (dikwijls uit lagere sociale groepen) in kader van Obesitas project. Bij niet interne kinderen: ‘dweilen met de kraan open’ (BO).”
- “Sociaal zijn” en “goed laten opgroeien”. “Dit naast de standaard leerstof/leerdoelen en vaardigheden zoals: leren om te leren, leren opzoeken en leren organiseren.”
- “Kinderen moeten leren ‘sociaal zijn’ en meestal zit het jaarthema dan eerder op dat gebied dan op leerstof.”
- “Zich goed voelen hier is het allerbelangrijkste”: “Niet alle kinderen zijn even mooi, knap of groot en dat moeten wij allemaal compenseren... Extra zorg en aandacht voor deze kinderen. Daarnaast hebben we de uitdaging van veel lokale concurrentie, er zijn 4 scholen binnen onze gemeente.”
- “Wij willen vooral dat kinderen graag naar school komen, dat is onze hoofdbekommernis. Kinderen vaardig maken naar het dagdagelijks leven.”
- “Muzische opvoeding is belangrijkste prioriteit/uitdaging voor de school n.a.v. recente doorlichting.”
- “Samenwerking met de ouders op continue basis is binnen onze methode van leerschool (Freinet) de belangrijkste uitdaging.”
- “Internationale samenwerking & wederzijds leren van scholen in het buitenland (Denemarken, Italië en UK) in het kader van ‘Comenius projekt’ (met EU steun): grenzen verruimen en ervaringen uitwisselen door uitwisselingsprojecten.”

Belangrijkste uitdagingen binnnen de scholen



- “Grootste uitdaging zijn onze **G.O.K. (Gelijke Opvang Kinderen)**: zij vormen 60% van onze leerlingen waarvan 25% allochtonen. Dit gaat verder dan cognitief verwerken van leerstof: ook ondersteunen op sociaal vlak, gezondheid en bij financiële problemen.”
- “Onze uitdaging is sterke **concurrentie van de gemeenteschool** binnen relatief klein dorp: zij hebben meer middelen en het praktische of pragmatische overheerst voor veel ouders: warm eten tussen de middag, naschoolse opvang tot 18u, dat is belangrijker dan onze visie op pedagogie en inhoudelijke aspecten.”
- “Prioriteit is teambuilding, betere **samenwerking binnen het team** en ons **zorgbeleid** voor de zwakkere leerlingen.”

Thema's & projecten binnen de school



- **Milieu en/of duurzaamheid zijn belangrijke thema's** bij verschillende scholen die aan het onderzoek meededen: aandachtig zijn voor soort verpakking (geen aluminiumfolie) of vermijden van verpakkingsafval door gebruik van brood- of koekendoosje.
Er zijn **samenwerkingsverbanden** op niveau van **gemeente** en **provincie** rondom **milieu**: ecologische voetafdruk van de kinderen op de aarde ("Globe project"), vervuiling, recyclage, sluikeafval opruimen...
- **Verkeer & veiligheid** wordt in verschillende scholen als thema gebruikt. Gebruik van **fluovestjes/fietshelm** wordt gestimuleerd, **fietsencontrole & hersteldienst** ter voorbereiding van schooluitstapjes op de fiets, fietsweek of fietsexamen voor 6^e leerjaar met parcours door het dorp.
- Thema over **beroepen**: brandweerman, verpleegster, dokter, bakker... worden voor zover mogelijk gecombineerd met extern bezoek of gastspreker.
- **Water** is een thema dat op verschillende scholen wordt genoemd: zuiver water, zuinig zijn met water, water in de natuur, tekort aan water...
 - "In elk vakgebied wordt er over de verschillende leerjaren iets bijgenomen rondom water: geschiedenis, ontstaan van water, proeven gedaan met water, gebruik vroeger & nu."
- In de kleuterklas wordt er typisch gewerkt rondom **terugkerende thema's van de seizoenen**: herfst, lente, winter, zomer, Kerstmis, Pasen, etc...
- Daarnaast een diversiteit aan andere thema's: landbouw, dieren, huwelijk, bejaarden(hulp), cultuur(beleid), ondersteuning van eigen zelfbeeld & kunnen van (kansarme) kinderen 'tomorrow 's succes, starts today', sprookjes (1^e graad), boeken (2^e graad) en technologie (3^e graad), landen (iedere klas vertegenwoordigde een ander land met klederdracht, eetgewoonten...)



- **Enorm aanbod** rondom initiatieven **gezondheid & gezonde voeding**: gezond ontbijt (CM sponsor), tanden poetsen, LOGO, tentoonstelling van de provincie rond gezonde voeding ‘Doe-ding’, bewegingstussendoortjes (Abimo), plattelandsdoe-dag met medewerking van boerderijen uit omgeving (5^e leerjaar).
- Naast aandacht voor gezond eten & drinken, is tevens de **emotionele gezondheid** zeer belangrijk: sterke aandacht voor **pestgedrag, ruzie, thuissituatie...** Met toenemend gebruik van sociale media onder de leerlingen is dit niet langer beperkt tot de schooluren en eventuele naschoolse opvang, maar is praktisch non-stop virtueel aanwezig!
- **Continue aandacht** voor gezondheid: geen specifieke themaweek rond gezondheid, letten op de houding ‘rechte rug’, voldoende beweging, sportactiviteiten op woensdagnamiddag... In dezelfde trend noemen verschillende scholen de ‘bewegingskalender’ waarmee ze iedere dag een bewegingsmoment inlassen.

“Geen specifiek thema, maar wel zeer belangrijk binnen onze school. Bij elke beslissing of initiatief wordt nagedacht over de impact op de gezondheid”.
- Gezondheid wordt ook **medegeïntegreerd** in andere lessen, zoals bijvoorbeeld wereldoriëntatie: hoe eten, wat is gezond/ongezond, wie eet wat, voedingsdriehoek, etc.
- Eén van de scholen (GO) spreekt van **verplichte gezondheidsthema’s** opgelegd door de overheid en ondersteund door het LOGO: ‘drink & plasbeleid, gezonde tussendoortjes, frisse lucht, preventief drugsbeleid’.



- Diverse houdingen & attitudes wat betreft aanbod in de refter. Over het algemeen duidelijke richtlijnen voor dranken maar minder of nagenoeg géén controle op meegebracht eten:
 - “In de grond letten we daar niet op! Ze zitten met een 100-tal in de refter... Als een kind dan 4 boterhammen met choco eet, vinden we dat beter dan dat hij/zij voor een slaatje zit en niets eet.”
 - “In de refter gaat het vooral om aanbod gezonde dranken: (choco)melk, fristi, water, ongezoet fruitsap... Maar we controleren niet hun boterhammen, verplichting van de ouders om daarop te letten.”
 - “We organiseren een gezond ontbijt, gezonde maaltijd...”
 - “Binnen onze scholengemeenschap werken we samen met catering bedrijf: niet ideaal, opwarmen van koude lijn, te zout, te weinig verse groenten...”
 - “Alleen boterhammen - daar gaan we ons niet mee moeien. Tijdens het middageten is er keuze uit water, melk, chocolademelk, appelsiensap en appelsap - géén frisdranken zoals Fanta of Cola.”
 - “Ze brengen een lunchpakket mee, ouders beslissen wat daarin steekt, dat is vrij. Voor de rest moeien we ons er niet mee. Alleen de verpakking moet milieuvriendelijk zijn, geen aluminiumfolie.”
 - “Actie van de gezonde brooddoos: we promoten dat wel, maar wat ik niet wil doen is de brooddoos van de kinderen inspecteren en slechte of goede punten geven. Hier ligt de hoofdverantwoordelijkheid bij de ouders.”
 - “Normaal bemoeien we ons er niet mee, maar als kinderen regelmatig donuts meebrengen, dan maken we daar toch een opmerking over en gaan we zelf een gesprek met de leerlingen aan over gezonde voeding.”



- Bij alle scholen is het **drankenbeleid relatief goed georganiseerd**: waterconsumptie wordt gestimuleerd en zoete dranken en frisdranken verboden:
 - “Alle dranken zonder bruis, nooit gesuikerd. In refter keuze tussen appelsap, sinaasappelsap, melk, water, chocomelk of thee.”
 - “Uitsluitend water of melk, geen fruitsappen of drinkyoghurts. Ook geen frisdrank voor ons personeel ivm voorbeeldfunctie (BO).”
 - “Drinken van water wordt sterk gepromoot: waterfonteintjes op verschillende plaatsen en waterkaraffen via de gemeente...”
 - “Kinderen worden aangespoord om water te drinken na de speeltijd.”
 - “Enkel water, melk en (ongezoet) fruitsap.”
 - “Schoolmelk afgeschaft want vraagt belangrijke investeringen voor koeling installaties...”
 - “Veel water drinken is gezond. In iedere kleuterklas heeft ieder kind zijn flesje zodat er overdag zoveel mogelijk gedronken kan worden.”
 - “Thee, water, suikervrij fruitsap en melk. In overleg met oudercomité is tevens besloten om fruityoghurt (Fristi) te handhaven. Geen chocolademelk: daarin zitten teveel suikers.”
 - “Water, appelsap, melk ook wel iets Fristi-achtig (dat is niet altijd even gezond), maar nooit frisdrank. Alleen bij festiviteiten mogen ze frisdrank drinken.”



- Het tussendoortjesbeleid is bij alle scholen geregeld en doorgaans ook **vastgelegd in het schoolreglement**. De afspraken worden met meer of minder strenge hand gehandhaafd.
 - “Alleen fruit & koek zonder chocolade. Dat staat ook zo in onze infobrochure die de ouders in september meekrijgen en ze respecteren dit wel.”
 - “Snoep, candy bars en suiker-snoepgoed verboden... Koekje met chocolade doen we niet moeilijk over...”
 - “Chocoladekoeken mogen niet worden opgegeten en gaan terug mee naar huis. Hiervan wordt een aantekening gemaakt in het schriftje voor de ouders... Wat er in de bus naar huis gebeurt, hebben we uiteraard niet onder controle...”
 - “Advies voor gezonde brooddoos, géén koeken of snoep toegelaten.”
 - “Liefst koeken of fruit.”
 - “We hebben ervoor gekozen dat kinderen alleen koeken en geen drinken te laten meebrengen. Ander snoep is niet toegestaan, maar de koek mag wel met chocolade zijn. In alle klassen staan bekers en kunnen kinderen water drinken, op de speelplaats staan drankfonteinnetjes, frisdranken worden geweerd.”
 - “In het begin erg gevonden door ouders! Koek met chocolade toch veel lekkerder. Daar waren veel reacties op, dus stapsgewijze aanpak nodig”.
- **Uitzonderingen** worden gemaakt voor **verjaardagen** en **schoolfeesten** of speciale gelegenheden.
 - “Voor verjaardagen vragen wij ouders om samen met de kinderen een fruitsalade of gezonde taart te komen bakken (Freinet). Dat lukt niet altijd, sommige ouders gaan ook taart kopen en geven dit mee...”
 - “Geen traktaties voor verjaardagen.”
 - “Op het schoolfeest wel frieten en een snoepkraam.”
 - “We hebben ook 3 snoepdagen per jaar, af en toe snoepen mag wel.”
 - “Voor Pasen en Sinterklaas wordt er wel chocolade gegeven.”
 - “Koeken met chocolade mag voor bijvoorbeeld verjaardagen. Ijsje mag ook weleens.”
 - “We zijn niet hypocriet: snoepen doen we allemaal. We zeggen niet: snoepen mag nooit, bij een verjaardag mag er na het middagmaal wel eens gesnoept worden als we eerst flink hebben gegeten.”



- Nagenoeg alle scholen spreken over het belang van sport- en bewegingsonderwijs als **integraal onderdeel van hun gezondheidsbeleid**. Naast de reguliere turnlessen worden er ook (sport)activiteiten na de school en tijdens de pauzes georganiseerd.
 - “Middagsporten op elke dinsdag en donderdag.”
 - “Harde en zachte speelplaats met avontuurlijke tuin om kinderen in natuurlijke omgeving te laten spelen.”
 - “Er is aandacht voor variatie van activiteiten op de speelplaats. Er wordt gewerkt met een doorschuifstelsel - basket, klimrekken, speeldoos, etc. Tevens kalender met bewegingstussendoortjes van Abimo.”
 - “Naschoolse sportactiviteiten op woensdagnamiddag georganiseerd samen met eigen turnleraar.”
 - “Kinderen die zorgen of problemen hebben, die bloeien open bij het sporten.”

- Op sommige scholen worden er in **samenwerking** met de **gemeente** of provincie sportactiviteiten georganiseerd:
 - “Sportsnack: leerlingen kunnen zich inschrijven voor 10 maandagen & 10 vrijdagen om in groepjes van 20 à 25 leerlingen onder begeleiding van een (externe) turnleraar een uur teamsporten te beoefenen.”
 - “Sport wordt ook dikwijls gecoördineerd vanuit de gemeente.”



- **Woensdag als fruitdag** is bij nagenoeg alle van de niet-deelnemende scholen een gewoonte:
 - “We hebben ons ‘**eigen systeem**’ en regelen alles zelf: ouders die een boomgaard hebben en fruit ‘s morgens meebrengen, ‘schilmama’s’ voor de kleuters, veel flexibiliteit in samenwerking en afstemming van groenten/fruit, vraag 8 euro per leerling/jaar, wie niet kan/wil betalen, eet gewoon mee.”
 - “Woensdag is fruitdag dan nemen ze fruit mee van thuis. Tevens de ‘**appeldagen**’: één keer per maand gaan we zelf appels of peren halen voor alle kinderen van de lagere school. Bij de kleuters hebben we jaarlijks een ‘**actie van de kiwi’s**’. Er zijn dan schilmoeders en er wordt tevens verteld rondom oorsprong van de kiwis”.
 - “Op woensdag hebben we schilmama’s die komen schillen voor de kleintjes, zij schillen en doen alles in partjes en stukjes, dat loopt zeer goed...”
 - “**Fruitdag op woensdag is gestart op initiatief van de ouderraad**. Wij hebben geen project Tutti Frutti: ouders moeten zelf het fruit aankopen en meegeven. Feit dat ouders 1 kg appels kopen om er één mee te geven, betekent ook dat er thuis fruit aanwezig is. Ouders worden hierdoor mee opgevoed.”
 - “Ouders geven geschild fruit mee in een doosje: **praktisch, gemakkelijk, ouders worden mee opgevoed**. We moeten ons van niets iets aantrekken: leveranciers vinden, fruit ophalen, verdelen... En iedereen eet fruit zonder uitzondering.”
 - “Donderdag is fruitdag, dat staat ook al opgenomen in het schoolreglement, maar dat kun je niet opleggen aan ouders, je moet het rustig opbouwen...Op klasniveau wordt aangeduid hoeveel fruit er gegeten wordt, op het einde van het jaar wordt er door de winnende klas iets speciaals gedaan, bijvoorbeeld een fruitsalade of cocktail maken.”
 - Tutti Frutti via de gemeente.



- Op enkele scholen (3/12) wordt er dagelijks fruit/groenten gegeten:
 - “Kinderen eten meerdere stukken fruit per dag: via catering is er meestal fruit als dessert, ouders geven dagelijks fruit mee, op fruitschaal in de klas en samen gedeeld of verwerkt in fruitsalades... In de voormiddag eten de kinderen soep.”
 - “Fruit wordt dagelijks in de refter aangeboden als dessert (BO).”
 - “Er is één juf die aan haar kinderen vraagt om altijd fruit mee te brengen, appels en peren vooral, en zij schilt dat tijdens de lesuren en maakt daar tijd voor vrij.”
- Daarnaast zijn er bij 2/12 tuintjes waarin groenten worden verbouwd:
 - “Initiatief van de groentetuin wordt door zowel de school als de ouders ondersteund: sommige kinderen bloeien helemaal open door in de tuin te werken, sommigen offeren daar zelfs een deel van hun vrije weekende voor op.”



- Er worden spontaan vele **praktische & organisatorische bezwaren** genoemd:
 - **Logistiek van ophalen**
 - “Tutti Frutti is ons voorgesteld vanuit de Gemeente, maar we vonden niet direct een leverancier uit de streek die het hier bij ons wou komen leveren.”
 - **Verdelen van het fruit**
 - “Ik heb wel andere taken dan fruit ophalen bij de Colruyt en vervoerdienst spelen om te verdelen. Er zijn maar x aantal minuten in een lesuur en die hebben we broodnodig.”
 - Organisatie van **het schillen**: met toename tweeverdieners steeds lastiger om schilmoeders te vinden, fruit ook niet altijd op voorhand gekend, schilmateriaal nodig...
 - “Als je voor 200 kinderen sinaasappelen moet schillen dan is dat bijna ondoenbaar.”
 - “Niet altijd bekend welk fruit geleverd wordt, als je schilmoeders hebt laten komen voor worteltjes of bananen dan staan ze daar voor niets...”
 - “Moeders vinden om te schillen of voor te lezen is het grootste probleem.”
 - “Je moet absoluut kunnen rekenen op schilmoeders, anders loopt alles in het honderd.”
 - **Overschotten van fruit** en dus veel afval
 - “Enkel het fruit dat ze lusten wordt opgegeten: appel, peer en kiwi.”
 - “Slechte kwaliteit: harde pruimen, groene bananen, rotte appels...”
 - “Bij ziekte of afwezigheid van kinderen, blijft het fruit liggen.”
 - **Problemen met abonnement & betalingen**
 - “Abonnement vormen probleem van uitsluiting, vergelijk met tijdschrift ‘Zonnekind’ sommige wel, andere niet.”
 - “Sommige ouders willen of kunnen niet betalen.”
 - “Hoeveel terugbetalen bij uitschrijving of instappers halverwege het schooljaar.”
 - “Mijn kind lust regelmatig het fruit niet en ik heb daar wel voor betaald.”



- De Schoolfruitactie **mist betrokkenheid van ouders** - cruciaal om ook fruit in thuissituatie te hebben.
 - “Ouders kopen geen fruit, de kinderen eten het op school. Ouders medeverantwoordelijk maken voor de gezondheid van hun kinderen.”
 - “Wat is het grootste probleem? Een ouder die nooit fruit koopt en zegt: ze lossen dat op school wel op. Ouders (kansarme) moeten ook stap voor stap opgevoed worden.”
- Een **goed initiatief**, een **eerste aanzet** om zelf iets te organiseren.
 - “Een positieve aanzet maar praktisch niet haalbaar... De aanmoediging geweest om zelf iets te organiseren. We gebruiken wel de naam Tutti Frutti.”
 - “Tutti Frutti heeft het bewustzijn opgeroepen voor veel scholen - wij moeten iets starten met fruit - maar daarom schrijven ze zich nog niet allemaal in.”
 - “Iedereen noemt onze actie ook gewoon Tutti Frutti - het was voor ons een stimulans om zelf iets op te zetten met fruit. Ons systeem loopt perfect.”
- Niet in zoveel detail gekend: de prijs is wel oké, maar mij alle **administratieve rompslomp** niet waard.
 - Werklast voor uitgebreide administratie.
 - Stress en werklast in geval van controles.

Barrières & remmingen Schoolfruitactie



- **Administratieve werklast** - door beperkte omkadering en toename administratieve taken is hiervoor geen tijd.
- **Angst voor tijdrovende controles** - vergelijkingen gemaakt met de schoolmelk acties/PWA'ers voor toezicht e.d. die tevens veel administratie vragen, drama's indien er een bonnetje of rekening mist tijdens de controle...
- De **logistiek** van het **ophalen** van fruit en **verdelen** binnen de klassen: organisatie van ophalen en over de klassen verdelen, wordt als extra taak/werklast ervaren.
- Het **schillen** van het fruit: hier wordt de moeilijkheid genoemd om schilmoeders te vinden, niet altijd op voorhand kennen van fruit.
- **Geen controle over kwaliteit & kwantiteit** van het fruit.



- Het **erkennen** van de **administratieve werklast** en het **verlichten**/verleggen hiervan:
 - “Minimale administratie, subsidiëren van winkels om aan zeer democratisch of gratis tarief te leveren aan de scholen. Winkels plukken hier de vruchten van, dus administratieve last ook bij hen leggen, scholen tekenen (jaarlijks) voor ontvangst.”
 - “Naast subsidies Schoolfruit tevens extra uren voorzien voor administratieve support.”
 - “School koopt fruit bij leverancier, bundelt de facturen aan het einde van schooljaar, ik stuur het op en krijg mijn subsidie.”
- Tevens de nodige suggesties omtrent de **praktische organisatie**:
 - “Het verplicht stellen van levering van het schoolfruit door de handelaar en als clause in het contract opnemen.”
- Acties doen om **fruit & groenten** verder te **promoten**:
 - “Mensen van de Vlaamse Overheid een **promotie sketch** of toneelstuk op school komen doen in september om de schoolfruit actie op ludieke manieren onder de aandacht te brengen.”
 - “In september maken we **fruitcocktails** - hiervoor een speciaal pakket voorzien en op scholen komen afzetten.”
 - “Een gesubsidieerde uitstap naar de fruit-& groenteveiling.”
 - “Personen die een workshop komen geven rondom groenten & fruit: rondrijdende vrachtwagen waar ze kunnen proeven, experimenteren, leren of fruitteelt etc.”
- Tutti Frutti **4 of 6 keer per jaar** organiseren: kinderen hoeven zelf geen fruit mee te nemen, de school zorgt ervoor. Ze kunnen dan proeven of leren eten, bijvoorbeeld kiwi's, meloen... Geen abonnementen, de school betaalt.



- In het algemeen een hoge weerstand bij scholen die hun ‘eigen’ systeem van fruitdag hebben ingevoerd:
 - “Geen suggesties omdat ons eigen systeem, vlot, probleemloos en gemakkelijk loopt. Tutti Frutti terug invoeren betekent geen betrokkenheid van de ouders meer en dat is negatief.”
 - “Die fruitdag ga ik zeker niet wijzigen. Zoals het nu loopt is het praktisch. Het geeft ons totaal geen zorgen en ik wil niet te veel eisen van de ouders.”
- In bredere zin zou de overheid ook:
 - Commercieel aanbod ‘light’ producten en andere ongezonde producten (zoals bijvoorbeeld ontbijtgranen voor kinderen) moeten afremmen. Zelfde beleid voeren als anti-tabaks beleid.
 - Ouders samen met de school sensibiliseren en helpen mee op te voeden rondom het belang van groenten en fruit en regelmatige consumptie benadrukken.



Conclusies & aanbevelingen

Conclusies & aanbevelingen (1)



- De belangrijkste conclusie is dat er bij alle van de 12 niet-deelnemende scholen aan de schoolfruitactie, op wekelijkse basis een fruitinitiatief is opgezet. Bij 3 van de 12 scholen wordt er dagelijks fruit geconsumeerd.
- De gesubsidieerde Schoolfruitactie of Tutti Frutti wordt bij verschillende scholen genoemd als aanzet van dit eigen initiatief.
- Het medeverantwoordelijk maken van de ouders voor de fruitconsumptie van hun kinderen is een belangrijke reden om voorkeur te geven aan 'fruit in de boekentas'. Dit vertaalt zich in de praktijk doordat de ouders zelf fruit kopen én klaarmaken voor hun kinderen.
- Praktische en organisatorische bezwaren vormen een barrière om niet deel te nemen aan de SFA: het ophalen van het fruit, het verdelen en het schillen van het fruit.
- Bovendien is er sprake van meer fruitafval doordat soort & hoeveelheid van het fruit minder goed zijn afgestemd op de behoeften van de kinderen. Anderzijds wordt de grotere variëteit van het fruitaanbod, het leren ontdekken van andere soorten fruit als een voordeel gezien van de SFA.
- Administratieve procedures en mogelijke controles zijn niet de belangrijkste, maar wel bijkomende barrières om niet mee te doen.
- Het drankenbeleid is bij alle bevraagde niet-deelnemende scholen goed georganiseerd: water consumptie wordt zoveel mogelijk gestimuleerd en zoete dranken en frisdranken zijn eigenlijk overal verboden. Over dranken zoals drinkyoghurt (bijvoorbeeld Fristi) en chocolademelk bestaat er enige verdeeldheid.

Conclusies & aanbevelingen (2)



- Het beleid m.b.t. tussendoortjes is bij alle (12 niet-deelnemende) scholen geregeld en doorgaans opgenomen in het schoolreglement. Het toezicht op het naleven van de afspraken wordt in minder of meer strenge mate toegepast: met name de koek met chocolade zorgt voor verdeeldheid. Snoep en candybars zijn in alle ondervraagde scholen verboden. Tevens wordt bij de meeste scholen uitzonderingen gemaakt voor verjaardagen, feestdagen (Sinterklaas/Pasen) en schoolfeesten.
- De meegebrachte lunch klaargemaakt door de ouders wordt unaniem als de hoofdverantwoordelijkheid van de ouders gezien: er wordt geen controle uitgevoerd op het meegebrachte etenswaar. Bij een aantal scholen wordt wel gelet op milieuvriendelijke verpakking.
- De consensus is dat de niet-deelnemende scholen de voorkeur geven aan hun eigen systeem in vergelijking met de gesubsidieerde schoolfruitactie: in veel gevallen wordt dit gezien als een stap terug doordat de ouders hier niet actief bij worden betrokken.
- Er worden tenslotte wel een aantal suggesties gegeven om de administratieve werklast te erkennen, hiervoor ook extra uren te voorzien, en deels te verleggen naar de leveranciers van het fruit omdat ook zij baat hebben bij deze actie.

Sterkte & zwaktes SFA op een rij...



STERKTES:

- In een aantal scholen een initiator, stimulans geweest om zelf acties rondom fruit op te zetten
- Goedkoop
- Meer variëteit in aanbod in vergelijking met fruit meegegeven door ouders. Hierdoor leren ze ook andere soorten fruit kennen, proeven...

ZWAKTES:

- Logistiek van ophalen & verdelen
- Praktische organisatie van het schillen
- Schillen gaat ten koste van de speeltijd waardoor ze minder beweging krijgen en hun energie niet kwijt geraken tijdens speelkwartier.
- Wisselende kwaliteit van het fruit
- Te grote hoeveelheden/stukken fruit waardoor er veel verspilling en afval is
- Administratief extra werk
- Risico van (tijdsintensieve) controles

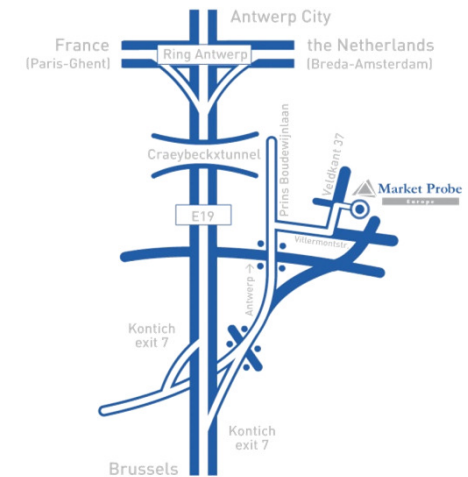
Onze coördinaten



DEELNEMERS



Veldkant 37
B-2550 Kontich
Belgium
☎ +32 3 451 00 45
📠 +32 3 457 57 47
www.marketprobe.com
n.palte@marketprobe.com
n.vandoorslaer@marketprobe.com





Hartelijk dank voor uw aandacht

Member of



n.palte@marketprobe.com
n.vandoorslaer@marketprobe.com

European headquarters
Veldkant 37 • B-2550 Kontich • Belgium
Tel: +32 3 451 00 45 - Fax +32 3 457 57 47

Offices in Belgium - France - Netherlands - UK
Bahrain - Canada - China - India - Saudi Arabia - Singapore - UAE - USA



Trust our experience - Discover our innovation

www.marketprobe.com