

Lokale implementatie 30minutenbewegen

In 2009 en 2010 krijgt de benadering 'Totaal Lokaal' een centrale plek binnen de campagne 30minutenbewegen. Dit loopt gelijk aan de fase waarin het accent verschuift van informatieverstrekking naar het bieden van handelingsperspectief.



De komende twee jaar wil NISB de campagne meer laten aansluiten op lokaal niveau, de plek waar mensen in beweging komen. Uit onderzoek van TNO (vierde kwartaal 2008) blijkt dat 71% van de professionals de campagne kent en dat 76% van de professionals 30minutenbewegen geschikt vindt voor de eigen communicatie.

Ondersteund door massamediale voorlichting, landelijk opgezette publieksacties, materialen en halffabricaten wil de campagne de motor en paraplu zijn voor lokale beweegactiviteiten.

Het motief? De landelijke campagne is alleen succesvol als lokale professionals de campagne en haar boodschap adopteren en verspreiden.

Waarom lokale implementatie?

- **Inwoners bewust maken van een actieve leefstijl:** de naam is de boodschap.
- **30minutenbewegen als paraplu voor lokale activiteiten:** eenduidige boodschap verbindt de verschillende lokale activiteiten.
- **Vele instanties kunnen aanhaken:** samenwerking met scholen, welzijnsorganisaties, sportverenigingen, supermarkt of bijvoorbeeld de woningbouwcorporatie.
- **Integrale uitvoering van meerdere beleidsterreinen:** samenwerking met diverse aandachtsgebieden zoals gezondheid, welzijn en sport- & bewegbeleid om uiteenlopende doelen te bereiken.

2009 – 2010 Pilotfase

Tot eind 2010 streeft NISB ernaar zes tot maximaal twaalf pilots te draaien. Voorwaarden om in aanmerking te komen voor het starten van een pilot:

- In de communicatieboodschap moet het **logo van 30minutenbewegen** zichtbaar zijn, eventueel in combinatie met lokaal ontworpen slogan.
- 30minutenbewegen dient als **paraplu** voor lokale activiteiten.
- De gemeente maakt intensief gebruik van de **campagnematerialen** van 30minutenbewegen.
- Bewoners worden tijdens de campagneperiode bewust gemaakt van een **actieve leefstijl**, de boodschap 30minutenbewegen wordt via diverse kanalen herhaald.
- Er is sprake van een **lange termijn aanpak** (minimaal één jaar).
- Er is voldoende gemeentelijk budget beschikbaar.
- Er is een **campagne/projectplan** en een **lokale projectstructuur**. De afdeling **communicatie** van de gemeente is ondersteunend.
- De **eigen inbreng** van de gemeente (ideeën, wensen en behoeften) voedt NISB, NISB weet immers niet alles.
- De **provinciale sportraad** wordt betrokken bij het tot stand komen van de lokale campagne.
- Het **opbouwen van een netwerk** in de directe omgeving van de gemeente is een belangrijke pijler van de projectaanpak.

NISB-aanbod aan pilots

Een pilotgemeente (of provincie) ontvangt:

1. **procesmatige begeleiding** en financiële ondersteuning van € 2500,- per pilot.
2. kosteloze deelname aan de **workshop** 'lokaal campagnevoeren'.
3. uitgebreide informatie over **good practices** (via vernieuwde website www.30minutenbewegen.nl en nieuwsbrief).
4. lokale ondersteuning met behulp van een palet aan **producten en diensten** (materialen, hulpmiddelen, adviesgesprekken).

NISB-aanbod aan overigen

Gemeenten of provincies die niet in aanmerking komen voor een pilot, kunnen ook 30minutenbewegen adopteren. NISB-aanbod bestaat uit:

1. **producten en diensten** (materialen, hulpmiddelen, kort advies).
2. informatie over **good practices** (via vernieuwde website www.30minutenbewegen.nl en nieuwsbrief).
3. deelname aan de **workshop** 'lokaal campagnevoeren' (tegen betaling).