

30DAGEN GEZONDER

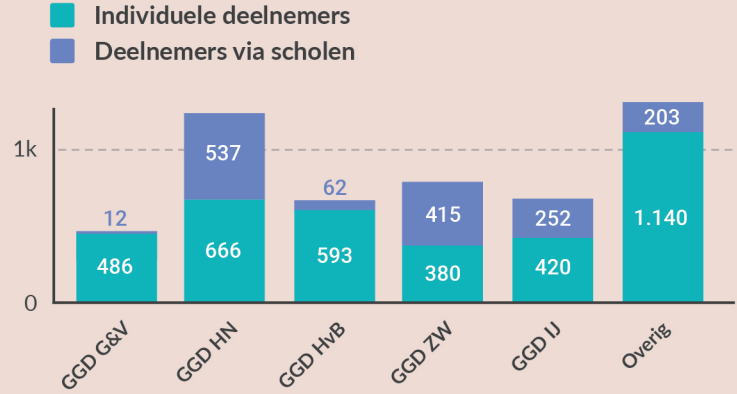
DE RESULTATEN VAN 2024

In de periode rondom de actie 30dagengezonder hebben ruim **12.000** unieke bezoekers de website 30dagengezonder.nl bezocht. Uiteindelijk hebben bijna **3.700** individuele deelnemers en **1.500** deelnemers via scholen deelgenomen aan de actie.

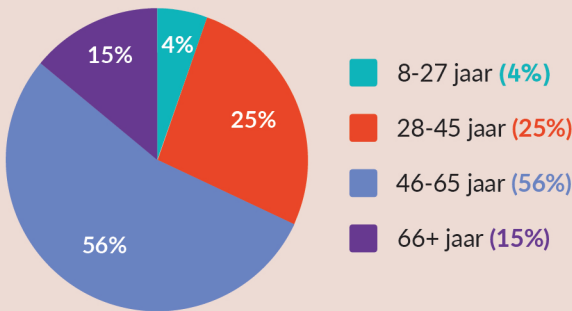
Bekijk de belangrijkste resultaten van de actie 30dagengezonder in deze factsheet.

WAT VONDEN DE DEELNEMERS ERVAN?

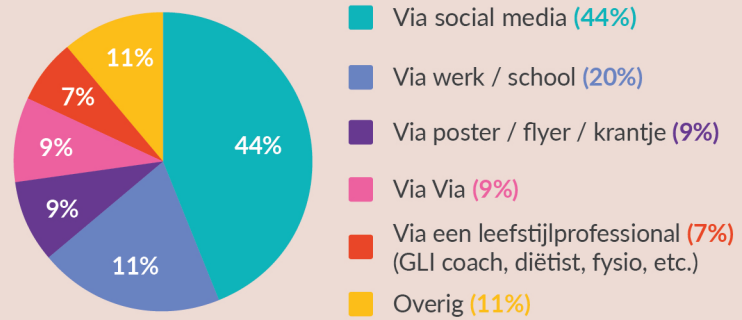
DEELNEMERS PER GGD REGIO



LEEFTIJD DEELNEMERS



HOE HEBBEN DEELNEMERS VAN DE ACTIE GEHOORD?



WELKE UITDAGINGEN ZIJN ER GEKOZEN?

- In beweging**
"Mijn auto verder weg parkeren"
- Gezond eten & drinken**
"Iedere dag twee flessen water drinken"
- Ontspanning**
"Elke dag 10 minuten een boek lezen"
- De natuur in**
"Elke dag naar buiten voor een wandeling"
- Aandacht voor elkaar**
"Iedere dag een praatje bij de koffieautomaat"

HEBBEN DEELNEMERS HET VOLGEHOUDEN?

75% heeft de zelfgekozen uitdaging de hele periode volgehouden.

63% geeft aan het soms moeilijk te hebben gehad.

71% van deze deelnemers geeft aan dat de campagne ze hielp toch vol te houden.

WAT ZEGGEN DE DEELNEMERS 5 WEKEN LATER?

66% van de deelnemers geeft 5 weken na afloop van de campagne aan door te zijn gegaan met de nieuwe gewoonte.

75% van de deelnemers geeft aan meer vertrouwen te hebben gekregen in het starten en/of volhouden van nieuwe gezonde gewoonten.

31% van de deelnemers geeft aan met een andere uitdaging te zijn gestart na afloop van de 30dagengezonder.

82% van deze deelnemers geeft aan dat 30dagengezonder ze hierbij heeft geholpen.



Website:
Ruim 12.000
unieke bezoekers



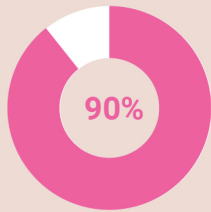
Webinars:
483 deelnemers



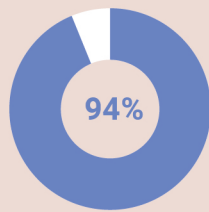
Facebook:
1.700 volgers & ruim
464.000 weergaven

WAT VONDEN DEELNEMERS VAN DE ACTIE?

TIPS VAN DE DEELNEMERS



90% van de deelnemers
zou de actie aanraden
aan een ander.



94% van de deelnemers
wilt in de toekomst
nogmaals meedoen.

30 "Meer pushberichten bv per telefoon als herinnering"

"Meer nadruk op wat te doen als het
niet goed gaat. Hoe kom je terug?" 🦶

30 "Een app waarin je alles bij kan houden"

"Keuze voor dagelijkse reminder" 🕒

DEELNEMERS GEVEN DE ACTIE GEMIDDELD EEN

8.7

WAT ZEGGEN SLEUTELFIGUREN?

Nieuw in 2024 was de mogelijkheid om offline aan de campagne mee te doen. Dit gebeurde onder begeleiding van lokale sleutelfiguren die hierbij de door de campagne aangereikte materialen gebruikten. Ook deze sleutelfiguren hebben wij gevraagd om hun ervaringen. Op basis van de input van de sleutelfiguren wordt het aantal deelnemers dat zij gezamenlijk hebben begeleid op ruim 900 geschat.

69% van de sleutelfiguren

geven aan dat hun deelnemers positief tot heel positief waren over de campagne.

31% van de sleutelfiguren

geven aan dat hun deelnemers neutraal waren over de campagne.

54% van de sleutelfiguren

geeft aan dat de campagne hun deelnemers heeft geholpen bij het aanleren van een nieuwe gezonde gewoonte.

31% van de sleutelfiguren

geeft aan dat ze niet zeker weten of de campagne hun deelnemers heeft geholpen bij het aanleren van een nieuwe gezonde gewoonte.

15% van de sleutelfiguren

geeft aan dat de campagne hun deelnemers niet heeft geholpen bij het aanleren van een nieuwe gezonde gewoonte.

TIPS VAN DE SLEUTELFIGUREN

- "Zorg voor meer landelijke PR"
- "Nodig mensen uit vanuit de relatie in de wijk(en)"
- "Geef (ons als sleutelfiguur) meer tijd voor de voorbereiding van de actie"

DE SLEUTELFIGUREN GEVEN DE ACTIE GEMIDDELD EEN

7.9

Deze actie is mogelijk gemaakt door:

GGD Gooi en Vechtstreek, GGD Hart voor Brabant, GGD Hollands Noorden, GGD IJsselland, GGD Zaanstreek-Waterland, Bureau Objectief, LeefstijlLab en de Universiteit van Maastricht.