

Een gezonde jeugd is de basis voor een toekomstbestendig Nederland

Nederland balanceert op de rand van een obesitascrisis. De cijfers zijn ontvullend: als we niets doen, heeft over vijftien jaar 62 procent van de Nederlanders overgewicht. Nederland staat voor een berg aan uitdagingen: vergrijzing, stijgende zorgkosten, groeiende kansongelijkheid, mentale druk, onderwijskwaliteit, pandemische paraatheid en een arbeidsmarkt onder spanning. Als we willen dat de samenleving toekomstbestendig blijft, moeten we beginnen met de basis: een generatie die gezond, weerbaar en vol energie bijdraagt.

“We leven in een samenleving vol verleidingen”, zegt Marjon Bachra, directeur van JOGG. Sinds 2012 werkt zij met JOGG aan een gezonde omgeving voor kinderen, maar de tegenstroom wordt steeds groter. “Fastfoodrestaurants nestelen zich op vijf minuten loopafstand van scholen, fatbikes maken beweging overbodig, smartphones houden kinderen binnen.” De gevolgen zijn ernstig: meer kinderen en jongeren met overgewicht, obesitas, diabetes type 2 en mentale klachten. “Dit vraagt om actie én beleid waarin gezondheid niet langer een bijzaak is, maar de basis van elke beslissing”, aldus Bachra.

Iedereen is nodig

“Die gezonde toekomst hangt niet alleen af van politiek beleid. Een suikertaks of

beperking van kindermarketing zijn een middel, daarmee hebben we nog geen gezonde samenleving. Het begint en eindigt dus niet in Den Haag. We hebben écht iedereen nodig”, benadrukt Bachra.

Bedrijven moeten verantwoordelijkheid nemen

Daarom werkt JOGG ook samen met het bedrijfsleven, dat concrete stappen zet door suiker uit producten te halen, porties te verkleinen en gezonde keuzes te stimuleren. In het Akkoord Gezonde Voeding op Scholen werken bijvoorbeeld vijftig cateraars, leveranciers en producenten stapsgewijs toe naar een gezonder aanbod, met een verhouding van 60/40 (gezond/ongezond) als basisvoorwaarde om te mogen deelnemen. Tegelijkertijd worden jongeren overspoeld



Marjon Bachra,
Directeur, JOGG

met ongezonde verleidingen. Influencers promoten fastfood bij hun jonge volgers, vaak zonder zich bewust te zijn van hun verantwoordelijkheid. “Deze influencers zijn vaak ook jonge mensen die niet altijd beseffen dat ze een rolmodel zijn voor jongeren.” Juist daarom gaat JOGG met

hen om tafel over een gezondere online omgeving. “Hun invloed is groot. Laten we die kracht dan ook positief inzetten.”

Gezonde jeugd, gezonde toekomst

“Preventie vergt een lange adem, het bedrijfsleven moet dat ook inzien,” zegt Bachra. “Gezonde kinderen zijn de werknemers, ondernemers en denkers van morgen. Wie nu bijdraagt aan een gezonde jeugd, legt het fundament voor productieve medewerkers, lagere verzuimcijfers en een vitale economie. Het vraagt iets van ondernemers die hun kantines gezonder maken, van werkgevers die beweging stimuleren, supermarktmanagers die gezonde keuzes aantrekkelijk maken, van leraren en ouders die het goede voorbeeld geven. En ook van jou.”

