

Deelrapportage 2: Preventie van huidkanker en hittestress in gemeenten

Gemeente Doetinchem

Trinette Ufkes en Elzemieke Brouwer (Gemeente Doetinchem),
Nienke van der Wal, Karlien Zomer en Laura van de Beld (GGD Noord-
en Oost-Gelderland)
Projectcoördinatie door GGD Gelderland-Midden

juni 2025

Gefinancierd door ZonMw 11010032310013

Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Interventie	3
1.1 Interventie	3
1.2 Locatie en functie	5
1.3 Doelgroep en boodschap	5
1.4 Aanpak en planning	7
1.5 Resultaat: wat heeft het opgeleverd?	8
1.6 Randvoorwaarden, voor- en nadelen	8
2. Proces	11
2.1 Aanpak en planning van de interventie/proces	11
2.2 Participatie	11
2.3 Samenwerking	12
2.4 Borging binnen de organisatie	13
3. Bredere inzet van gemeente op preventie hittestress en huidkanker	15
3.1 Communicatie/voorlichting (algemeen)	15
3.2 Beleid	15
4. Conclusies en aanbevelingen	17
4.1 Conclusies	17
4.2 Aanbevelingen	18



Inleiding

Gemeente Doetinchem en GGD Noord- en Oost-Gelderland hebben samengewerkt aan dit project over zonbescherming en bewustwording van het zongedrag. Hierbij wordt de 'weren, kleren, smeren' campagne gebruikt. Met deze drie simpele gedragsmaatregeling kan hittestress en verbranding al worden voorkomen. De doelgroep van dit project zijn kinderen en hun ouders. Te veel blootstelling aan uv-straling op jonge leeftijd vergroot namelijk de kans op huidkanker. Kinderen zijn daarnaast ook gevoelig voor hitte omdat ze relatief veel buitenspelen. Met verschillende maatregelen is zonbescherming onder de aandacht gebracht bij deze doelgroep.

1. Interventie

1.1 Interventie

De gemeente heeft ervoor gekozen verschillende interventies in te zetten:

- Vier zonnebrandcrèmedispensers van Sundo ([SUNDISP \(SENSOR\) MET EIGEN BRANDING – Sundo](#)) met eigen branding waar smeerinstructies op staan evenals 'weren, kleren, smeren' tips.
- Scholen en kinderdagverblijven konden zich aanmelden voor een financiële bijdrage bij het aanschaffen van een schaduwdoek (ook van [Sundo: Producten – Sundo](#)). Als zij lid zijn van het Zonvenant van het huidfonds konden zij ook extra korting krijgen. Hierbij is ook gecommuniceerd dat de gemeente wil meedenken met zonbescherming op het schoolplein. Eén school heeft een gesprek aangevraagd en is enthousiast over het schaduwdoek en eventueel toevoegen van één á twee bomen.
- Communicatie: posters zijn gemaakt specifiek voor bij sportverenigingen. Ook is er een informatiepakket voor scholen ontwikkeld waarin alle relevante informatie staat (lespakket huidfonds, schaduwdoeken, vergroenen etc.). Hoeveel scholen gebruik hebben gemaakt is niet inzichtelijk, scholen konden dit zelfstandig beslissen. Het werd niet teruggekoppeld of scholen er ook gebruik van hebben gemaakt.
- Tijdens koningsdag zijn er een aantal bomen langs de routes geplaatst. Deze bomen moeten na koningsdag een nieuwe bestemming krijgen. Voor dit ZonMw project zijn er vier bomen beschikbaar gesteld. Scholen konden zich aanmelden voor een gratis 'koningsdagboom' voor op hun schoolplein. Montessori basisschool De Pas heeft zich aangemeld voor een Koningsdagboom, deze zal in het najaar worden geplaatst.

Verwachte levensduur

De maatregelen zijn zowel structureel als tijdelijk van aard. Structureel wordt hier gezien als een maatregel die terugkeert, bijvoorbeeld een maatregel die elk jaar wordt herhaald. Een tijdelijke maatregel is een eenmalige actie, die na dit project ook ten einde loopt. De bomen van koningsdag zijn dus een tijdelijke maatregel, omdat deze actie maar één keer plaats gaat vinden. De levensduur van een boom is uiteraard niet tijdelijk en zal hopelijk decennia meegaan.

De zonnebrandcrèmedispensers zijn een structurele maatregel. Deze kunnen de hele zomerperiode worden ingezet bij verschillende (sport)evenementen, jaren achter elkaar. Mocht dat dit jaar succesvol zijn en de vraag groot zijn, kunnen er extra dispensers worden aangeschaft. Ook kan de campagne worden verbreed naar andere doelgroepen zoals bijvoorbeeld horeca, zorginstellingen of bedrijventerreinen. Doordat dit een jaarlijks terugkerende maatregel is wordt deze als structureel

beschouwd. De voorkeur heeft dat partijen zelf de zonnebrandcrèmedispensers aanschaffen en onderhouden. Deze campagne focust zich voornamelijk op 'weten, kleren, smeren' maar laat ook aan organisaties zien dat er zonnebrandcrèmedispensers zijn en zij deze zelf kunnen aanschaffen.

De subsidie voor de schaduwdoeken betreft een tijdelijke maatregel. De subsidie is eenmalig, maar een schaduwdoek gaat 5 tot 10 jaar mee. Dit geeft de school/kinderdagverblijf voldoende bedenktijd om met andere permanente maatregelen te komen om hittestress en blootstelling aan uv-straling op het plein aan te pakken.

Afwegingen van de interventies

Er is voor zonnebrandcrèmedispensers gekozen omdat dit makkelijk inzetbaar materiaal is. De dispensers worden op twee verschillende locaties opgeslagen en kunnen worden gereserveerd voor bepaalde evenementen. Een zonnebrandpaal (die op één vaste plek staat) heeft niet de voorkeur gekregen vanwege de minimale inzetbaarheid en vanwege de focus op de doelgroep kinderen (en hun ouders). De zonnebrandcrèmedispensers zijn ook goedkoper dan een zonnebrandpaal waardoor er meer dispensers konden worden aangeschaft.

Er was nog extra budget beschikbaar voor een financiële tegemoetkoming voor kinderdagverblijven en basisscholen voor een schaduwdoek. Een schaduwdoek wordt gezien als een tijdelijke maatregel voor het creëren van schaduw op het schoolplein. Hierbij wordt duidelijk gemaakt dat een schaduwdoek een tijdelijke oplossing is en er in de tussentijd naar een permanente oplossing moet worden gezocht. Het vergroenen van schoolpleinen is in gemeente Doetinchem niet alleen van belang voor zonbescherming, maar speelt ook een grote rol voor klimaatadaptatie. Scholen zijn daardoor geïnformeerd over de verschillende mogelijkheden voor vergroening:

- Er zijn vier gratis bomen beschikbaar. Scholen konden zich hiervoor aanmelden.
- Er is een water- en groensubsidie die scholen kunnen gebruiken voor bijvoorbeeld het vervangen van tegels met groen en het planten van een boom
- IVN natuureducatie biedt ook verschillende subsidies aan. Op dit moment kan de gemeente twee smaaktuintjes (een soort voedselbosje waar leerlingen leren over hoe hun eten groeit) weggeven aan scholen, ook hier moeten scholen zich voor aanmelden.

Omdat deze groene acties mooi aansluiten bij de doelen over zonbescherming is ervoor gekozen dit te combineren tot één informatief document dat naar scholen is uitgestuurd. Zo is het scholen makkelijk gemaakt om alle informatie in één keer te delen. Dit document is te vinden in de bijlage, evenals de bijgevoegde meetinstructies voor het schaduwdoek van Sundo.

Integrale aanpak met meerdere preventiestrategieën

Er is sprake van een integrale aanpak met meerdere preventiestrategieën. De interventie is gericht op bewustwording van risico's zongedrag en verandering zongedrag. Hierbij worden hulpmiddelen gebruikt zoals communicatiematerialen, dispensers, bijdrage voor schaduwdoek (scholen/kinderdagverblijf).

Communicatie gericht op inwoners en gebruikers

De interventie betreft een publiekscampagne. Bewustwording van risico's zongedrag en verandering zongedrag. Hierbij worden hulpmiddelen ingezet zoals communicatiematerialen (zie Figuur 1). Er wordt deels gebruik gemaakt van al bestaande materialen zoals posters, lesmaterialen, daarnaast zijn er eigen posters gemaakt specifiek voor bij sportverenigingen.



Figuur 1: Posters van publiekscampagne gemeente Doetinchem.

1.2 Locatie en functie

Qua locaties is gekozen voor scholen, kinderdagverblijven en sportverenigingen omdat hier veel kinderen en jongeren komen. Daarnaast is voor deze locaties gekozen omdat op sportverenigingen weinig schaduwplekken zijn op de buitenlocaties. Er zijn ideeën om op de lange termijn de doelgroep te verbreden naar bijvoorbeeld bezoekers van de binnenstad en hierbij de horeca te betrekken, het ziekenhuis en huisartsen, of mensen die op bedrijventerreinen werken.

Extra aandacht bij sportverenigingen op zonbescherming d.m.v. posters en een zonnebrandcrèmedispenser helpt met de bewustwording van het zongedrag.

1.3 Doelgroep en boodschap

Voor de verschillende doelgroepen (scholen en sportverenigingen) zijn specifieke communicatiematerialen ontwikkeld. Dit is in samenwerking gegaan met een extern communicatiebureau (De Lynx). Zij hebben beter zicht op wat wel en niet aanspreekt bij kinderen en hun advies is hierin meegenomen.

Communicatie over de interventie

Er is op verschillende manieren over de interventie gecommuniceerd:

- Scholen hebben een mail ontvangen met daarin de subsidie voor schaduwdoeken, het lespakket van het huidfonds, en de verschillende 'groene' acties. Ook zijn zij op de hoogte gesteld van de drie zonnebrandcrèmedispensers die beschikbaar zijn (of dat zij zelf een dispenser aanschaffen).
- Kinderdagverblijven hebben een mail ontvangen met de subsidie voor schaduwdoeken en de drie zonnebrandcrèmedispensers die beschikbaar zijn (of dat zij zelf een dispenser aanschaffen).

- Er zijn m.b.v. een extern communicatiebureau vier verschillende posters gemaakt voor verschillende locaties/doelgroepen (zie Figuur 2 voor twee voorbeelden). Deze worden opgehangen bij sportverenigingen en andere evenementenlocaties.
- De twee vestigingen die de zonnebrandcrèmedispensers bewaren (Sport-ID en het Binnenstadsbedrijf) nemen dit ook mee in hun eigen kringen. Voor Sport-ID zijn dit sportverenigingen en voor het Binnenstadsbedrijf zijn dit organisatoren van evenementen.



Figuur 2: Posters van publiekscampagne gemeente Doetinchem.

Bereiken van de doelgroep

De doelgroep is bereikt via scholen, kinderdagverblijven, sportverenigingen en een evenementenorganisatie (het binnenstadsbedrijf). Ook staat de wethouder publieke gezondheid op de foto met een zonnebrandcrèmedispenser (Figuur 3), deze wordt gedeeld via de sociale media kanalen.



Figuur 3: Wethouder publieke gezondheid J. Huizinga gebruikt de zonnebrandcrèmedispenser.

Koppeling boodschap hittestress, uv-straling en andere opgaven

Zonbescherming/uv-straling gaat nauw samen met hittestress en andere klimaatopgaven. Daarom speelt het vergroenen van schoolpleinen ook een grote rol in de communicatie naar scholen. Vanuit klimaatadaptatie is er het doel om per jaar 2 schoolpleinen te vergroenen. Dit is mooi samengekoppeld met het ZonMw project, om alle informatie over hitte, zonbescherming en een groen schoolplein samen te voegen tot één concreet document.

1.4 Aanpak en planning

Juli 2024 t/m januari 2025: Deze maanden golden als opstart van het project. Vanwege wisseling van personeel binnen de gemeente Doetinchem hebben nieuwe medewerkers zich eerst in moeten werken. Verder zijn er verkennende gesprekken gevoerd tussen gemeente Doetinchem, GSF en de GGD NOG over het doel van het project en mogelijke plannen binnen dit project. Ook zijn de eerste contacten vanuit de gemeente met aanbieders van zonnebrandcrèmedispenser en schaduwdoeken gelegd. Tot slot is er een eerste conceptversie van plan van aanpak opgesteld.

Februari en maart: Het verder concreet maken van het plan van aanpak. Aanschaf van materialen (dispensers). Ontwikkelen communicatiemateriaal lokaal, of bestellen van bestaand materiaal. Verder uitwerken van de mogelijkheid tot het aanvragen van een bijdrage voor zonwering. Dit betreft een onderzoek voor bijvoorbeeld scholen, sportvereniging, kinderdagverblijven. Benaderen van partners zoals scholen, sportverenigingen en kinderdagverblijven voor het bekend maken van de campagne en bereidheid tot deelname.

April: Alle materialen moeten aanwezig zijn, zodat bij de eerste zonnige dagen er gecommuniceerd kan worden. Planning maken van wanneer en waar de zonnebrandcrèmedispensers kunnen staan.

Mei t/m september: Uitvoer van het plan van aanpak.

Rol van de GGD

De gemeente heeft een plan van aanpak gemaakt en dit gedeeld met de GGD, er is meermalen afstemming en uitwisseling geweest. De rol van de GGD was overwegend ondersteunend aan de gemeente. De GGD heeft daarnaast een bijdrage geleverd aan bewustwording rondom het onderwerp, zowel intern als extern. Onder andere door middel van een artikel in een schoolkrant op een basisschool te Doetinchem, evenals d.m.v. informatievoorziening op de GGD website en middels een brief aan kinderopvanglocaties en gastouders. Ook heeft de GGD intern aandacht gegeven aan het onderwerp, onder andere via het intranet en interne werkgroepen en overleggen. Daarnaast is ook de Gezonde School-adviseur van de GGD ingeschakeld om via een andere weg de campagne te verspreiden naar scholen.

1.5 Resultaat: wat heeft het opgeleverd?

Vanuit het project zijn diverse communicatieproducten en materialen ontwikkeld die zichtbaar zijn voor inwoners. Bijvoorbeeld de posters, de zonnebrandcrèmedispensers (Figuur 4) en schaduwdoeken op de kinderdagverblijven en scholen. Deze producten zijn zichtbaar, maar vooral ook bruikbaar voor inwoners. Dit draagt bij aan bewustwording rondom het onderwerp evenals gedragsverandering. Het stimuleert immers tot het smeren van zonnebrand en het zoeken van een plekje in de schaduw.



Figuur 4: De zonnebrandcrèmedispenser in actie bij de lokale atletiekvereniging.

1.6 Randvoorwaarden, voor- en nadelen

Voor het creëren van schaduw is ervoor gezorgd dat er meerdere opties beschikbaar zijn die scholen/kinderdagverblijven toe kunnen passen. De gratis boom die scholen kunnen aanvragen zijn lindebomen ("koningslindes"). Omdat deze zijn uitgekozen en gebruikt voor Koningsdag in Doetinchem kan een school niet kiezen uit een boomsoort. Scholen kunnen uitwijken naar een schaduwdoek (met

tegemoetkoming) wanneer een boom geen passende oplossing is (e.g. ruimtegebrek), of als gecombineerde maatregel met een boom omdat deze nog moet groeien. De dispensers zijn breed inzetbaar en makkelijk te verplaatsen waardoor deze goed kunnen worden gebruikt op verschillende locaties.

Afstemming op de doelgroep

Door de actie te focussen op scholen (lespakket, vergroenen en schaduwdoek) is ervoor gezorgd dat het dicht bij de doelgroep blijft. Door met sportverenigingen in gesprek te gaan en het binnenstadsbedrijf is de jeugd ook via een andere weg benaderd.

Randvoorwaarden

Een belangrijke randvoorwaarde betrof de duurzaamheid van de interventie, het moet niet maar één jaar kunnen worden gebruikt. De interventies moesten voor meerdere jaren ingezet kunnen worden. Daarnaast moest het onderhoud van de zonnebrandcrèmedispensers niet ten laste van de gemeente komen maar moest er sprake zijn van een gedeelde verantwoordelijkheid zodat deze ook in het weekend en buiten werktijden kunnen worden ingezet.

Voor- en nadelen van de maatregelen

Maatregel	Voordelen	Nadelen
Zonnebrandcrèmedispenser	• Breed inzetbaar • (bijna) geen onderhoud • Makkelijk bij te vullen • Inclusief smeerinstructies en 'weten, kleren, smeren' slogan	• Gevoelig(er) voor vandalisme • Moeten worden vervoerd en verplaatst worden voor elk evenement
Schaduwdoek	• Zorgt voor schaduw • Makkelijk te gebruiken • Ideaal voor locaties waar veel zon is maar geen groen kan worden toegevoegd • Direct schaduw	• Biedt geen verkoeling zoals een groene omgeving dat doet • Heeft een houdbaarheidsdatum (5-10 jaar) • Niet makkelijk verplaatsbaar
Gratis boom	• Schaduw én verkoeling • Bevordert de biodiversiteit • Ook goed voor de gezondheid	• Langzame groei • Nemen ruimte in (boven en ondergronds) • Maar een beperkt aantal beschikbaar

Leerpunten

Over de hele breedte genomen werd het initiatief door alle partijen (scholen, sportverenigingen, binnenstadbedrijf, evenementenorganisaties) goed gewaardeerd. Het werd als positief ervaren dat hier aandacht voor is en er zonnebrandcrèmedispensers beschikbaar waren.

Tijdens het benaderen van sportverenigingen bleek dat er binnen meerdere organisaties aandacht is voor dit thema; ook vanuit sportbonden als de voetbalbond en tennisbond zijn er dispensers beschikbaar gesteld voor verenigingen. Ook al zijn alle reacties positief, het voelt wel als een onderwerp zoals rookvrije sportparken: het duurt even voordat het is ingebed. De een vindt het de verantwoordelijkheid

van de ouders, de andere vereniging vindt het een mooie vorm van (extra) service vanuit de vereniging. Doordat sportverenigingen niet veel extra's te hoeven doen om de dispenser te kunnen lenen, wordt het als laagdrempelig ervaren om er één aan te vragen.

Ook binnen Sport-ID (het sportbedrijf) wordt enthousiast gereageerd op de mogelijkheid om een dispenser mee te kunnen nemen bij een activiteit.

Voor wat betreft de scholen is gebleken dat het lastig is deze goed te betrekken. Timing is belangrijk en de juiste persoon binnen school te pakken te krijgen is ook van belang. Scholen hebben al veel op hun bordje en zitten niet te wachten op nog meer lespakketten. Voor het volgende schooljaar / zomerseizoen willen we gebruik maken van een "warm contact" of bestaande ingang richting scholen, zoals bijvoorbeeld de Gezonde School-adviseur.

Voor het nieuwe jaar hebben zijn alle materialen in huis en kunnen kan eerder de start worden gemaakt en kan er meer bekendheid aan worden gegeven.

2. Proces

2.1 Aanpak en planning van de interventie/proces

Er is gestart met een inventarisatie en beschrijving van het probleem. Een onderbouwing van het “waarom” om draagvlak te creëren bij de partijen die we voor ogen hadden om mee te werken aan onze plannen. Ook is geïnventariseerd wat partijen al doen op dit vlak en of er behoefte is aan ondersteuning. Zo kwamen we erachter dat bijvoorbeeld kinderopvang organisaties dit al goed in hun beleid en werkwijze hebben opgenomen. Sportverenigingen bijvoorbeeld vinden het ook een belangrijk thema en vinden het fijn om hierbij ondersteuning en materialen te ontvangen. Zij reageerden enthousiast en wilden graag meewerken. Dit is via onze verenigingsondersteuner gegaan, die ook enthousiast op de plannen reageerde. Scholen zijn moeilijker te benaderen en daarbij is het belangrijk om de juiste persoon binnen school te benaderen. Wie dat is, is niet altijd duidelijk. Ook is het moment van benaderen van de scholen belangrijk (niet vlak voor een vakantie of net na een vakantie, bijvoorbeeld). Tevens, hebben we geleerd, moeten we het de scholen zo makkelijk mogelijk maken en is enkel het toevoegen van een bijlage niet voldoende (is extra handeling om die te openen en lezen). Van een schooldirecteur kwam de tip om ook de bestuurders van scholen te benaderen met deze informatie. Als zij dit intern verspreiden komt dit vaker bij de juiste personen terecht.

Om het een lokaal tintje te geven zijn we in gesprek gegaan met een bureau om lokale posters te ontwikkelen. Dit ontwerp is ook gebruikt voor de zonnebrandcrèmedispensers.

Vervolgens zijn de dispensers en poster verspreid via het sportbedrijf en binnenstadbedrijf. Sportverenigingen en evenementenorganisaties kunnen bij hen terecht om de materialen te halen en in te zetten.

Een samenwerking met de afdeling dermatologie van het ziekenhuis had ons ook een mooie aanvulling geleverd. Dit paste echter niet meer in de tijd en planning van de afdeling. Zij hebben aangegeven dit dan eerder (najaar) al te moeten weten, zodat ze het voor het voorjaar in kunnen plannen. Om de zonbeschermingscampagne volgende jaren door te zetten zal er dit jaar wel op tijd met het ziekenhuis / afdeling dermatologie worden afgesproken.

2.2 Participatie

Intern binnen de gemeente zijn via de betreffende beleidsadviseurs lijntjes gelegd met de juiste personen binnen het sportbedrijf en binnenstadbedrijf. Kinderopvangorganisaties zijn benaderd door de beleidsmedewerker kinderopvang. Zo hebben we gebruik gemaakt van de (warme) contacten die er zijn. Door de inventarisatie vooraf over wat er op dit vlak wordt gedaan, waren partijen al op de hoogte van de plannen.

Vanwege de jonge leeftijd is er niet geparticipeerd met de doelgroep. Wel is er met verschillende partijen gecommuniceerd die zich beter tot de doelgroep verhouden (beleidsadviseurs jeugd en sport, sport-ID en adviesbureau de Lynx). Zo is er toch een passend product gemaakt voor de doelgroep.

2.3 Samenwerking

Binnen de gemeente en GGD heeft met diverse teams en afdelingen samenwerking plaats gevonden. Binnen de gemeente waren onder andere de volgende afdelingen betrokken:

- Maatschappij: gezondheid en preventie / GGD
- Leefomgeving: klimaatadaptatie
- Maatschappij: sport en bewegen (betrokken bij inzet dispensers)
- Maatschappij: kinderopvang (betrokken bij verspreiden informatie weren, kleren, smeren en schaduwdoeken)

Binnen de GGD is ook met diverse teams afgestemd, onder andere met de jeugdgezondheidszorg, toezichthouders kinderopvang, de gezonde school-adviseurs, medische milieukunde en team advisering publieke gezondheid.

Tussen de GGD en de gemeente was er al wel contact binnen het sociaal domein van de gemeente. Met dit project zijn er nu ook lijntjes gelegd tussen het ruimtelijk domein en de GGD. Ook is er nu contact tussen de gemeente en de gezonde school-adviseurs. Dit contact is met name interessant voor andere (toekomstige) projecten die met scholen te maken hebben. Dit zorgt voor een extra ingang bij scholen, omdat vanuit de gemeente het contact leggen met scholen als lastig wordt ervaren.

Onafhankelijk ontwerper

Bureau de Lynx is ingeschakeld om de posters te ontwerpen en mee te denken met de juiste slogan / taalgebruik. Ook hebben zij het bord gemaakt wat bij de dispensers komt te hangen (zie Figuur 5).



Figuur 5: Zonnebrandcrèmedispenser met bord met daarop een slogan, ontworpen door bureau de Lynx.

Betrokkenheid overige organisaties

Naast bovengenoemde organisaties, afdelingen, instellingen en teams zijn ook Sport-ID en het Binnenstadsbedrijf betrokken. Sport-ID is het sportbedrijf van Doetinchem, zij zijn bezig met het promoten van sporten en een gezonde levensstijl, waar zonbescherming ook bij hoort. Vanwege hun grote netwerk met alle sportverenigingen in de gemeente hebben zij aangeboden om de dispensers te beheren en te verplaatsen naar verschillende verenigingen voor hun activiteiten zoals (buiten) wedstrijden. Het Binnenstadsbedrijf heeft een overzicht van andere (niet sport-gerelateerde) evenementen in de gemeente. Zoals markten, kermissen of festivals. Zij beheren één zonnebrandcrèmedispenser.

Deze samenwerking tussen de gemeente en Sport-ID en het Binnenstadsbedrijf is door dit project versterkt. De contactpersonen van de organisaties zijn bekend bij de gemeente waardoor vragen of problemen (met de zonnebrandcrèmedispenser) ook snel bij de juiste persoon terecht komen. Tot nu toe verloopt de samenwerking tussen beide partijen erg goed. Sport-ID had al contacten met collega's binnen de gemeente, maar er was nog geen link gemaakt met gezondheid. Deze is er nu wel.

Evaluatie en terugkoppeling

Om de samenwerking en het gebruik van de zonnebrandcrèmedispenser te evalueren is het plan om na de zomerperiode en enquête uit te zetten bij de verschillende sportverenigingen in de gemeente. Met deze enquête worden dan leerpunten verzameld die de volgende zomer direct kunnen worden toegepast. Ook wordt hiermee gemeten wat het bereik is van de zonnebrandcrèmedispensers en de communicatie hierover. Zijn er bijvoorbeeld doelgroepen niet bij betrokken geweest die dat wel hadden gewild? Door deze kennis te verzamelen kan de interventie volgende zomer nog breder worden ingezet. Er wordt nog nagedacht over de exacte vraagstelling van de enquête.

2.4 Borging binnen de organisatie

Inbreng en keuzemomenten

Bij de voorbereiding op de uitvoering was input vanuit collega's en andere organisaties nodig. Bijvoorbeeld over wanneer de zonnebrandcrèmedispensers kunnen worden ingezet. Dit leverde al een mooi overzicht op met evenementen waar de dispensers een mooie rol in kunnen spelen. Ook is de communicatie van de schaduwdoeken verspreid door de beleidsmedewerker die contact heeft met de verschillende kinderopvang.

Daarnaast wordt er dit jaar nieuw beleid vastgesteld voor evenementenvergunningen. Hierin is nu ook meegenomen dat er extra maatregelen moeten worden genomen als het nationaal hitteplan actief is. Een verplichting is dan het beschikbaar stellen van gratis drinkwater en communiceren over hitte. De invulling hiervan kan door de organisator zelf worden ingevuld, maar denk aan: extra hydrateren, zonnebrand smeren en het opzoeken van schaduw.

Samenwerking

Bij aanvang van het project waren er diverse personele wisselingen binnen de gemeente Doetinchem. Hierdoor kwam het project wat later op gang. De communicatie tussen de gemeente en GGD verliep wel erg soepel, er waren korte lijntjes en er werd snel gereageerd. De gemeente en GGD weten elkaar goed te vinden.

Binnen team beleid maatschappij zijn veel onderwerpen die opgepakt moeten worden. Dit thema heeft vooralsnog niet de prioriteit gekregen. Door meer aandacht op klimaatverandering en door thema's binnen het GALA is er meer aandacht gekomen voor dit onderwerp. Vooralsnog is binnen het GALA

alleen het lokale communicatieplan Hitte opgesteld, geëvalueerd en bijgesteld. Er liggen nog mogelijkheden om binnen het GALA meer in te zetten op dit thema. Onzekerheid over de GALA-middelen zorgen er echter voor dat hier vanuit geen nieuwe (structurele) projecten worden opgestart.

Tijd van betrokken beleidsadviseurs is een belangrijke voorwaarde. Door het plotselinge vertrek van een collega in het najaar van 2024 heeft dit project tijdelijk stilgelegen, omdat andere taken opgepakt dienden te worden. Ook was de afdeling communicatie binnen de gemeente erg druk met Koningsdag, waardoor wij hebben gewerkt met een extern bureau.

Samenwerking met collega's intern ging heel goed. Ook met de partners buiten het gemeentehuis is de samenwerking goed en is het goed ontvangen. Om alle partners goed te betrekken moet er op tijd al contact worden gezocht. Hierdoor wordt het verzekerd dat alle betrokken partijen al vroegtijdig zijn meegenomen in het proces.

De projectperiode van juni tot juni is wel wat onhandig voor een project gericht op zonbescherming en zongedrag. In juni is de uitvoer pas goed op gang. Een betere periode zou bijvoorbeeld september tot september zijn. Hierdoor kan de herfst en winter worden gebruikt om voor te bereiden en op te starten en kan er de hele zomer worden gewerkt aan de uitvoering.

We dachten dat er landelijk al wel veel communicatiemateriaal zou zijn, maar hebben toch niet iets gevonden wat aansluit bij onze gemeente en daarom zelf posters ontwikkeld.

Samenwerking met de partij Sundo die de dispensers en schaduwdoeken kan leveren, is heel goed gegaan.

De planning kan beter; ook al lijkt de zomer in januari nog ver weg, starten met een goede voorbereiding is dan al wel belangrijk. Om ook scholen en bijvoorbeeld de afdeling dermatologie van het ziekenhuis goed te betrekken, moet er eigenlijk al in het najaar ervoor worden gestart.

We wachten nog op reacties van sporters van sportverenigingen en organisaties van evenementen. We hebben hen gevraagd om feedback (positief en leerpunten) aan ons terug te melden.

Dit project heeft een impuls gegeven aan de aandacht (intern) voor dit thema. Door dit project hebben we materialen kunnen ontwikkelen en aanschaffen wat we de komende jaren blijvend kunnen inzetten. We hebben geleerd dat een goede planning van belang is en kunnen daar voor komend seizoen beter op inspelen. In 2026 staat deze 'weten, kleren, smeren' campagne weer op de communicatiekalender. Daarnaast ligt het materiaal klaar en kan dit direct worden ingezet.

3. Bredere inzet van gemeente op preventie hittestress en huidkanker

3.1 Communicatie/voorlichting (algemeen)

De interventie betreft een publiekscampagne. Bewustwording van risico's zongedrag en verandering zongedrag. Hierbij worden hulpmiddelen ingezet zoals communicatiematerialen. Er wordt deels gebruik gemaakt van al bestaande materialen zoals posters, lesmaterialen, daarnaast zijn er eigen posters gemaakt specifiek voor bij sportverenigingen.

Daarnaast heeft gemeente Doetinchem samen met andere gemeente vanuit de Achterhoek+ regio het nationaal hitteplan. Dit richt zich vooral op de communicatie tijdens warm weer. De "Handel bij hitte" campagne. Dit gaat over wat men kan doen bij hitte en richt zich op het omkijken naar naasten en kwetsbare groepen zoals bijvoorbeeld ouderen. Vanuit de gemeente is er verder geen (communicatie-)campagne gericht op huidkanker.

De GGD heeft geen extra campagne gefocust op hitte, maar besteed hier wel extra aandacht aan.

3.2 Beleid

De gemeente heeft een lokaal hitteplan opgesteld. Dit lokale hitteplan is opgesteld met ondersteuning vanuit de GGD en richt zich op communicatie. Dit hitteplan is vastgesteld en daarmee geborgd binnen de gemeente middels een vast contactpersoon.

Daarnaast heeft de gemeente als pilot-gemeente meegedaan aan de menukaart hitte. Hite heeft volop de aandacht binnen de gemeente Doetinchem. Dit heeft geleid tot verschillende acties op drie niveaus: gebied, gebouw en gezondheid. Deze acties zijn vastgesteld in het Hiteprogramma 2023-2026, als onderdeel van de beleidsnota sociaal domein. De gezondheidsacties focussen zich vooral op communicatie (wat te doen bij hitte en 'weten, kleren, smeren'), maar ook bijvoorbeeld op het uitwerken van een hitteprotocol voor bij evenementen. Deze wordt in 2025 opnieuw vastgesteld. Hierin worden nu ook extra maatregelen meegenomen voor evenementen tijdens extreme hitte. Deze maatregelen moeten worden toegepast wanneer het nationale hitteplan in werking is. De maatregelen omvatten bijvoorbeeld: het verlenen van gratis drinkwaterpunten, het creëren van schaduw en zonnebrandcrème beschikbaar maken. Voor sportevenementen kan het evenement worden ingekort of naar een ander moment van de dag worden verplaatst om hittestress te voorkomen.

Ook heeft de gemeente hittestresstesten gepland staan. Dit wordt geregeld vanuit de Achterhoek+ regio die meedoen met de stresstesten van het Deltaprogramma Ruimtelijke Adaptatie. De nieuwe ronde stresstesten op het gebied van hitte zijn aangepakt op gebied, gebouw en gezondheid niveau. Per schaalniveau is er gekeken naar de dreigingen en de gevolgen hiervan. Hiervoor zijn ook beleidsmedewerkers die met kwetsbare groepen werken benaderd. Zij zijn hierbij extra op de hoogte gesteld van de effecten die hitte heeft op deze groepen. Hierbij is ook het gesprek gestart om directe maatregelen te nemen, zoals het verkrijgbaar stellen van zonnebrandcrème en het vergroenen van schoolpleinen. Dit heeft er samen met het ZonMw-project aan bijgedragen dat beleidsmedewerkers uit het sociale domein beter zijn geïnformeerd over de onzichtbare gevaren van hitte, en welke maatregelen zij kunnen nemen om dit aan te pakken.

Er wordt op dit moment ook een regionale campagne "Handel bij hitte" opgezet vanuit de Achterhoek+ regio. Deze richt zich op de omgeving van kwetsbare groepen en welke praktische maatregelen mensen zelf kunnen nemen bij hitte. Denk aan gedragsmaatregelen zoals boodschappen in de ochtend doen, voordat het te heet wordt. Omdat dit vanuit meerdere gemeenten wordt ingezet is het effect en bereik groot.

Naast de beleidsnota sociaal domein is het onderwerp hitte opgenomen in de klimaatadaptatiestrategie van de gemeente. De klimaatadaptatiestrategie focust zich voornamelijk op hitte, droogte en overstromingen. De oplossingen worden vooral gezocht in het vergroenen van locaties, met name locaties waar kwetsbare groepen, zoals kinderen, zich bevinden. Dit draagt bij aan het zowel verminderen van wateroverlast en droogte, als het verminderen van hittestress en het creëren van schaduw ten behoeve van zonbescherming. De belangrijkste voorbeelden hiervan zijn bomen en schaduwdoeken. Het blijft ook in de toekomst relevant om mogelijkheden te onderzoeken om extra groen toe te blijven voegen en aanvullende maatregelen te blijven nemen om hittestress te voorkomen.

4. Conclusies en aanbevelingen

4.1 Conclusies

Doetinchem had al ervaring met hittestress: er lag een lokaal hitteplan en vergroening van schoolpleinen was al onderdeel van het uitvoeringsprogramma klimaatadaptatie. Zonbescherming sloot hier logisch op aan, en was dan ook een belangrijke reden voor deelname aan dit project. De gemeente zette in op bewustwording bij kinderen en ouders over de risico's van uv-straling. Dat gebeurde via educatie en voorlichting op scholen en sportverenigingen, ondersteund met posters en lesmateriaal. Tegelijk werden ook fysieke maatregelen getroffen: zonnebrandcrèmedispensers, schaduwdoeken en extra bomen voor directe bescherming. Dit project heeft bijgedragen aan een effectieve samenwerking met partners (scholen, sportvereniging, kinderdagverblijven) wat heeft bijgedragen aan het welslagen van de campagne. Een belangrijke aanbeveling vormt dan ook om goed de samenwerking te zoeken met lokale partijen die in nauw contact staan met inwoners.

Aanvullend hebben we ook praktische leerpunten opgedaan gedurende dit project.

- Scholen moeten tijdig en op het juiste moment worden benaderd. Bijvoorbeeld vlak voor de meivakantie is geen goed moment. Voor een actie in de lente/zomer is het verstandig om dit in het najaar al te doen, zodat zij hun budget kunnen aanpassen aan de actie.
- Binnen de school moet je de juiste persoon weten te bereiken. Er moet interesse voor het onderwerp zijn en tijd bij medewerkers.
- Gebruik maken van bestaande ingangen en warme contacten bij scholen.
- Voor sportverenigingen heeft het thema tijd nodig om ingebed te worden.
- Zonnebrandcrèmedispensers werken alleen bij kleinschalige evenementen.
- Maak het zo laagdrempelig mogelijk.

Contact met scholen

Scholen/schoolbesturen hebben het over het algemeen druk. Daarom is het belangrijk dat de gedeelde informatie zo makkelijk en concreet mogelijk wordt gemaakt. Zo kunnen scholen snel een besluit nemen of zij wel of niet mee willen doen. Toch zijn er, door het geringe contact (een mail) en verkeerde timing weinig reacties ontvangen vanuit scholen. Ook is de Gezonde School-adviseur (GGD) te laat ingezet. De conclusie is dat scholen al eerder (buiten vakantieperiodes om) op de hoogte moesten worden gesteld, en ook via meerdere wegen moesten worden benaderd om de kansen te vergroten dat zij mee wilden doen. Als tip van een schooldirecteur werd meegegeven om ook de schoolbesturen te benaderen met deze informatie/ideeën, zodat zij via hun wegen de juiste personen kunnen aanspreken.

Zonnebrandcrèmedispenser

De zonnebrandcrèmedispensers zijn makkelijk in gebruik, goed te verplaatsen en herkenbaar. Ze werden dan ook goed ontvangen door Sport-ID, het Binnenstadsbedrijf en de atletiekvereniging Argo die de dispenser als eerste ging testen. Gebruikers waren enthousiast, maar om te weten of dit tot gedragsverandering leidt is meer tijd nodig. Wat erg goed bevalt is dat er twee verschillende partijen zijn die de zonnebrandcrèmedispensers in 'bezit' hebben en dus de planning en onderhoud ervan regelen. Het wordt dan ook aangeraden om deze contacten vooral op te zoeken binnen de gemeente.

Subsidie voor een schaduwdoek

Op dit moment zijn er nog geen aanvragen binnengekomen voor de subsidie voor een schaduwdoek. Dit kan te maken hebben met de drukke periode waarin scholen nu zitten, en dat het enige tijd kost om de juiste maten op te nemen en contact te leggen met Sundo. Om het scholen en kinderdagverblijven makkelijk te maken is er gekozen voor één bedrijf waarbij schaduwdoek konden worden besteld (Sundo). Sundo helpt met het opmeten en het plaatsen van het schaduwdoek, waardoor scholen hier minder tijd aan kwijt zijn.

Groene maatregelen

Op de vergroeningsmaatregelen zijn ook weinig reacties binnengekomen. Dit kan zijn omdat dit meer tijd en moeite kost om toe te passen (tegels verwijderen, bomen planten, onderhoud etc.). Een basisschool meldde ook dat dit niet het juiste moment is omdat het budget voor dit jaar al is vastgesteld. Een les is daarom om het in het najaar weer te proberen, zodat dit nog kan worden meegenomen met het budget van het volgende jaar. Het vergroenen van schoolpleinen staat in het hitteprogramma van gemeente Doetinchem en is daarom een terugkerende actie. Met dit project zijn er ook al lessen uit voort gekomen hoe dit beter kan worden aangepakt. Schaduwdoeken zal hier dan ook als een oplossing worden besproken, maar de voorkeur gaat uit naar groene maatregelen.

4.2 Aanbevelingen

Aanbevelingen voor gemeenten

- Benader scholen vroegtijdig en vanuit meerdere kanalen.
- Zoek connecties met andere organisaties die planning en onderhoud kunnen overnemen.
- Begin op tijd. Ook al is het winter en voelt de zomer heel ver weg, de contacten die in de winter al worden gelegd zijn in het voorjaar van belang. Ook zorgt dit ervoor dat de werkdruk wordt verdeeld door het jaar heen, en dat er bij de uitvoering niet nog contacten moeten worden gelegd of plannen moeten worden gewijzigd.

Aanbevelingen voor GGD'en

- Zorg voor een integrale aanpak. De onderwerpen hitte en uv-straling zijn team-overstijgend. Als GGD NOG hebben wij op verschillende afdelingen een contactpersoon met wie we overleg houden over dit thema, zodat we korte lijnen hebben en snel kunnen schakelen. Denk aan de afdelingen medische milieukunde, inspectie kinderopvang, JGZ, Gezonde School Advisering en team Gezondheidsbevordering.
- Zorg dat elke afdeling de eigen doelgroep kan informeren. Door gebruik te maken van de inzet van verschillende teams kunnen (meer) inwoners vanuit verschillende invalshoeken benaderd worden (bijvoorbeeld vanuit school en de kinderopvang).
- Als GGD hebben we een adviserende rol richting gemeenten. Bij het agenderen van het onderwerp binnen gemeenten werkt het delen van goede voorbeelden inspirerend. Tip: deel goede voorbeelden en vraag gemeenten deze zelf ook actief uit te dragen.

GGD Gelderland-Midden

is onderdeel van de Veiligheids- en Gezondheidsregio Gelderland-Midden



GGD Gelderland-Midden

Postbus 5364

6802 EJ ARNHEM

T 0800 8446 000

E ggd@vggm.nl

I www.ggdgm.nl



Gelderland-Midden