

# Get moving kampagnen



Tue Kristensen  
Sundhedsstyrelsen – Borgerrettet Forebyggelse  
[tuk@sst.dk](mailto:tuk@sst.dk)

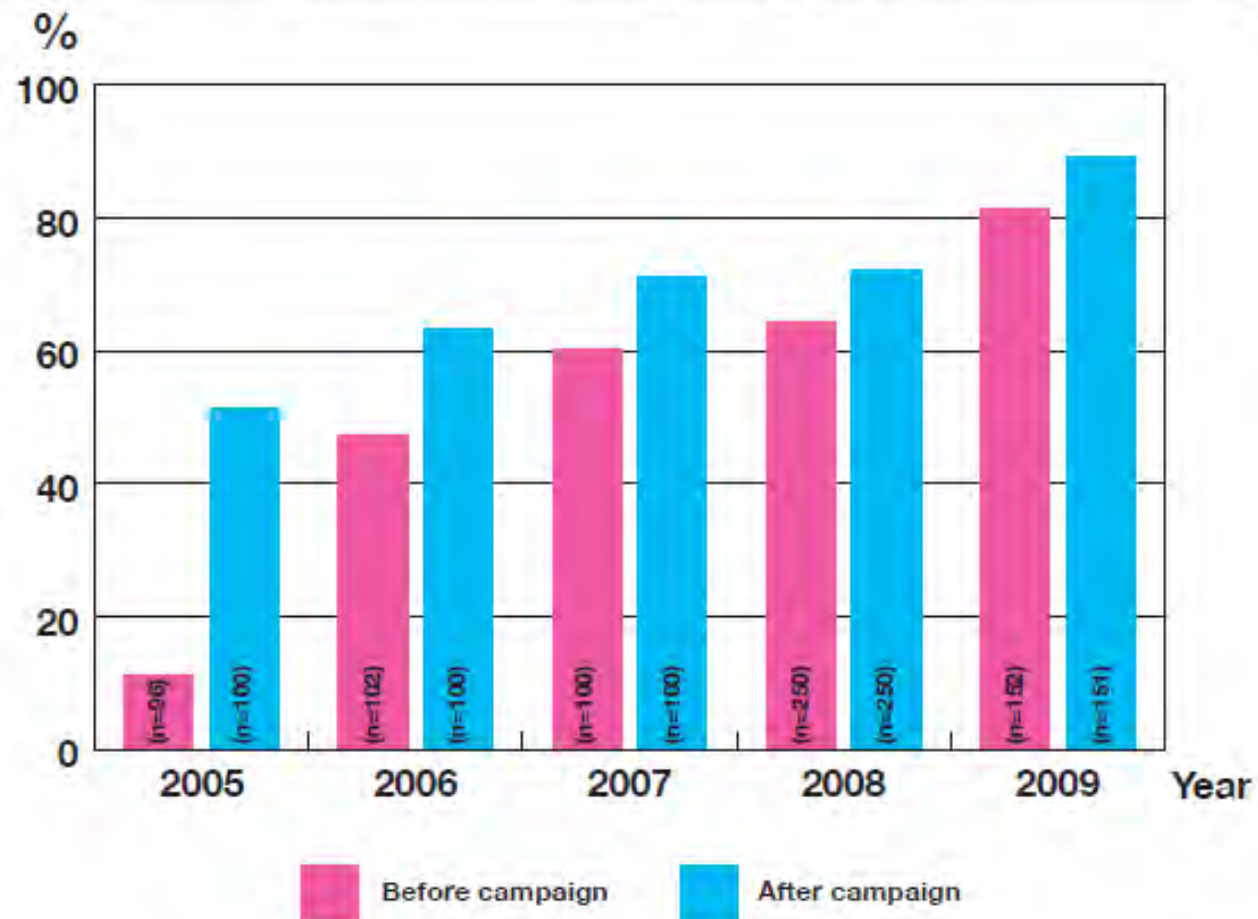
# Disposition

- Kendskab til anbefalingerne
- Baggrund for kampagnen
- Hvor fysisk aktive er 11 til 15-årige
- Get moving kampagnes indhold
- Samarbejdspartnere - aktiviteter
- Spørgsmål



# Kendskabet til anbefalingerne blandt børn og unge

**Awareness of the physical activity recommendations for children and young people**



- 2010!
  - før 59 %
  - efter 66 %
- Sekundær anbefaling
  - Kun 30 %

(n=201)

# Anbefalinger til børn og unge

## SUNDHEDSSTYRELSENS

## ANBEFALINGER

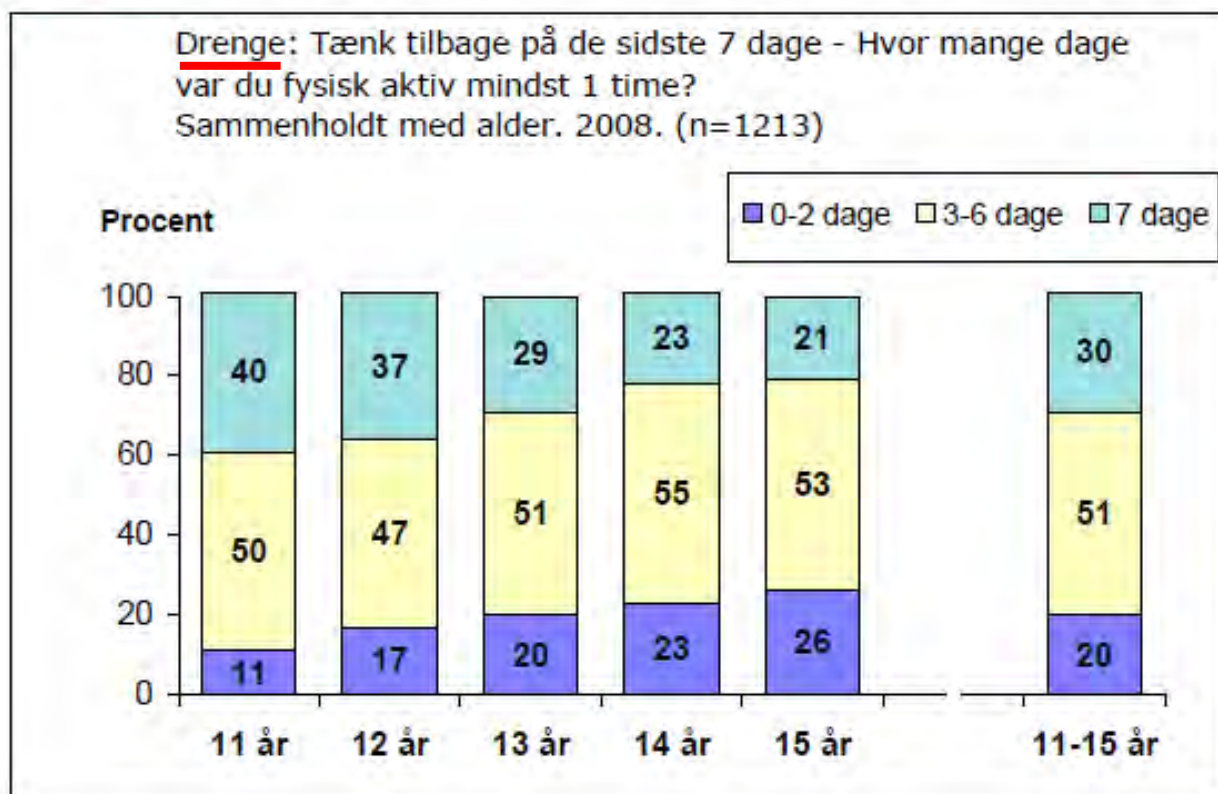
Sundhedsstyrelsens anbefalinger for fysisk aktivitet til børn og unge under 18 år lyder:

- ✦ Alle børn og unge bør være fysisk aktive med mindst moderat intensitet i 60 minutter om dagen.

- ✦ Mindst to gange om ugen bør aktiviteterne fremme og vedligeholde kondition, muskelstyrke, bevægelighed og knoglesundhed. Dette kan sikres i træningsprogrammer eller øvrige aktiviteter med høj intensitet af 20-30 minutters varighed.

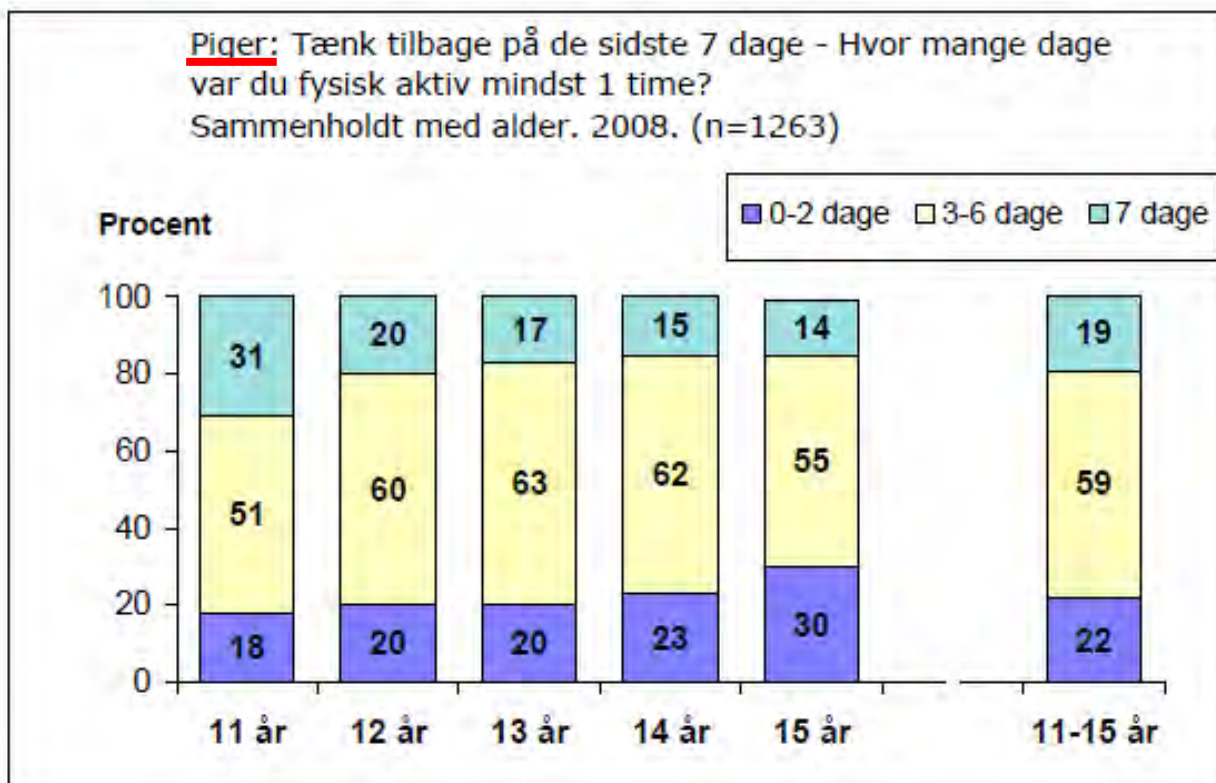
# Hvor fysisk aktive er børn og unge i DK?

Figur 6.2

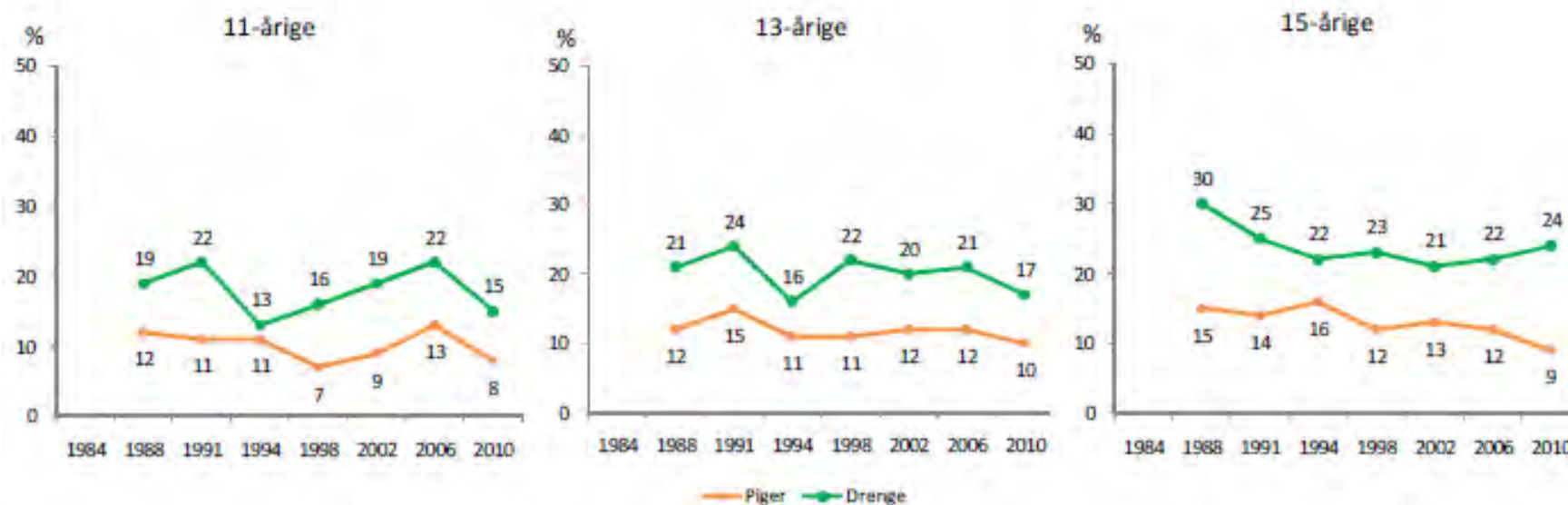


# Hvor fysisk aktive er børn og unge i DK?

Figur 6.3



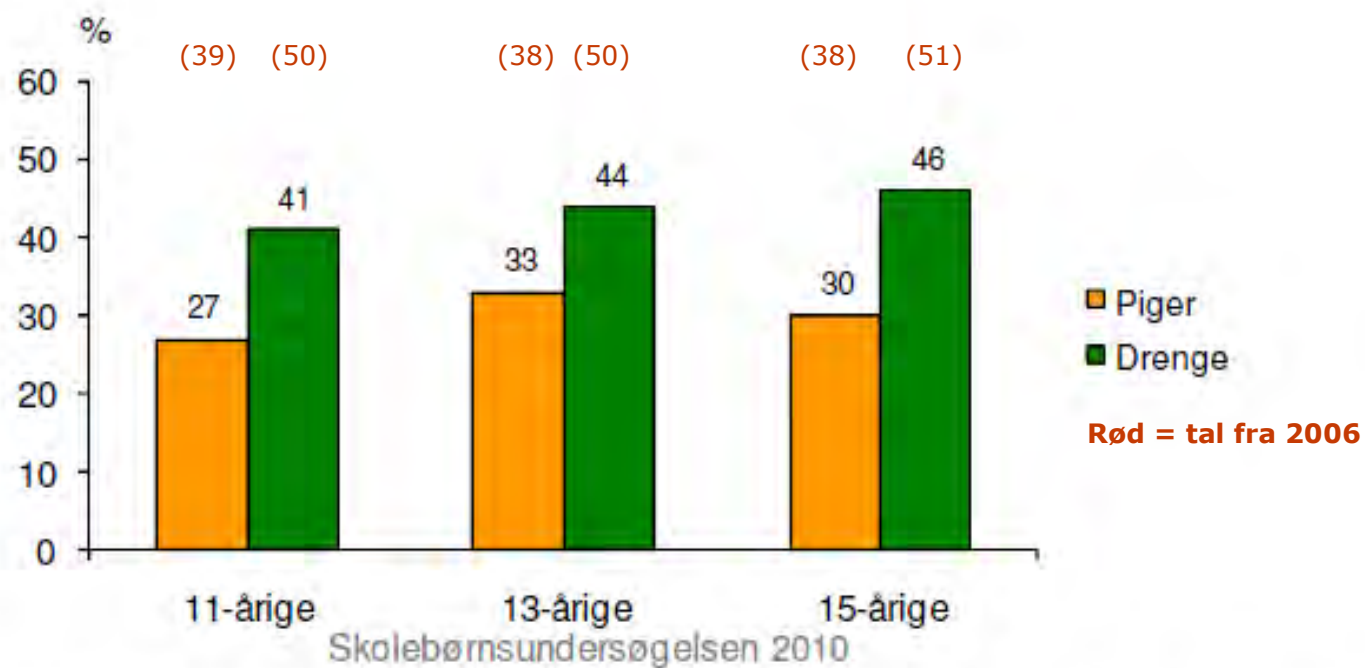
# Hvor fysisk aktive er børn og unge i DK?



Figur 4.6.d Procent, som dyrker mindst 7 timers hård fysisk aktivitet om ugen i fritiden, 1988-2010

(2010: n= 4.922)

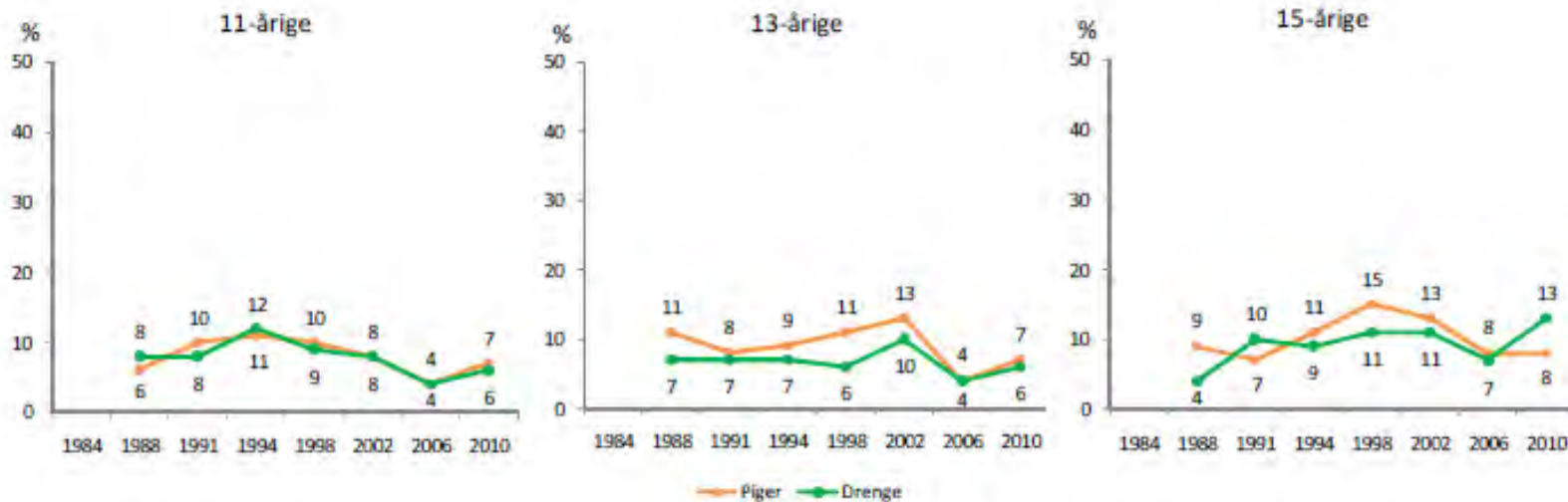
# Hvor fysisk aktive er børn og unge i DK?



Figur 4.6.b Procent, som udfører hård fysisk aktivitet mindst 4 timer om ugen i fritiden

(n= 4.922)

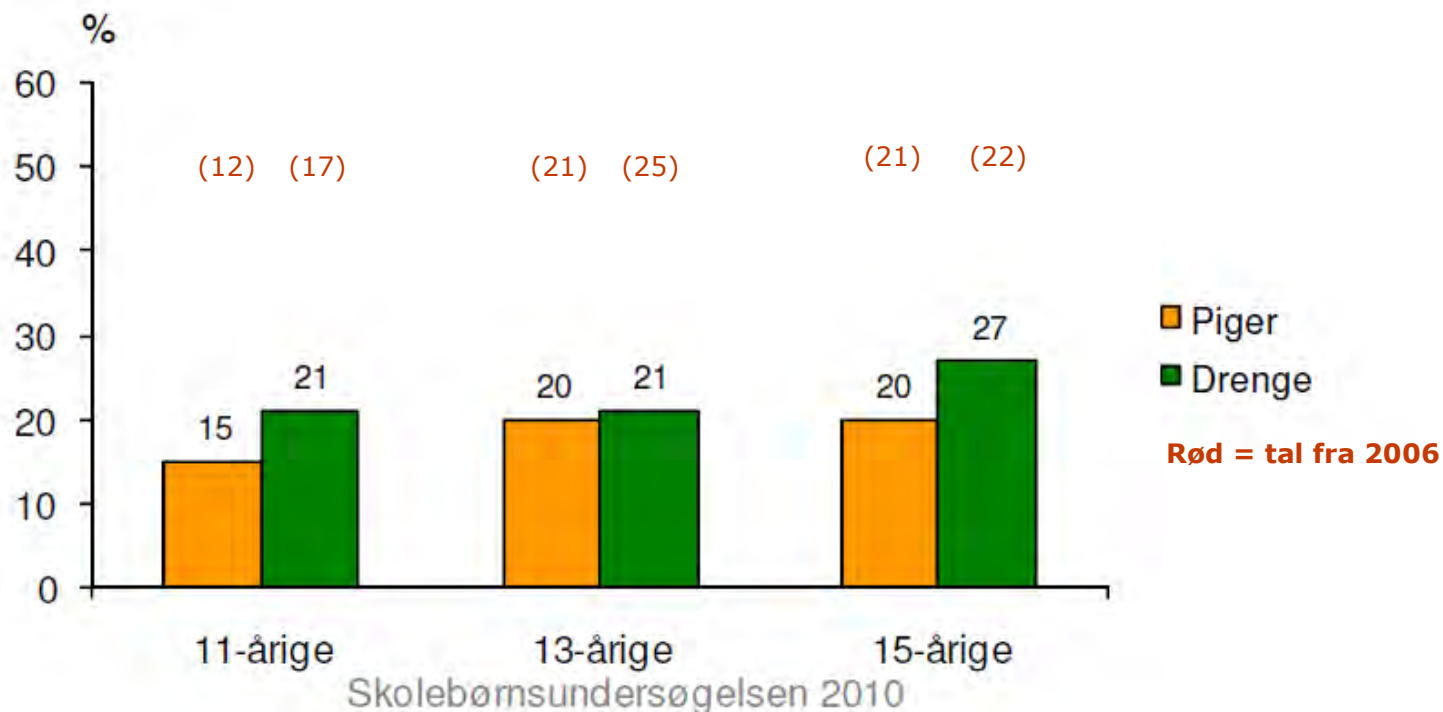
# Hvor fysisk aktive er børn og unge i DK?



Figur 4.6.e Procent, som dyrker 0 timers hård fysisk aktivitet om ugen, 1988-2010

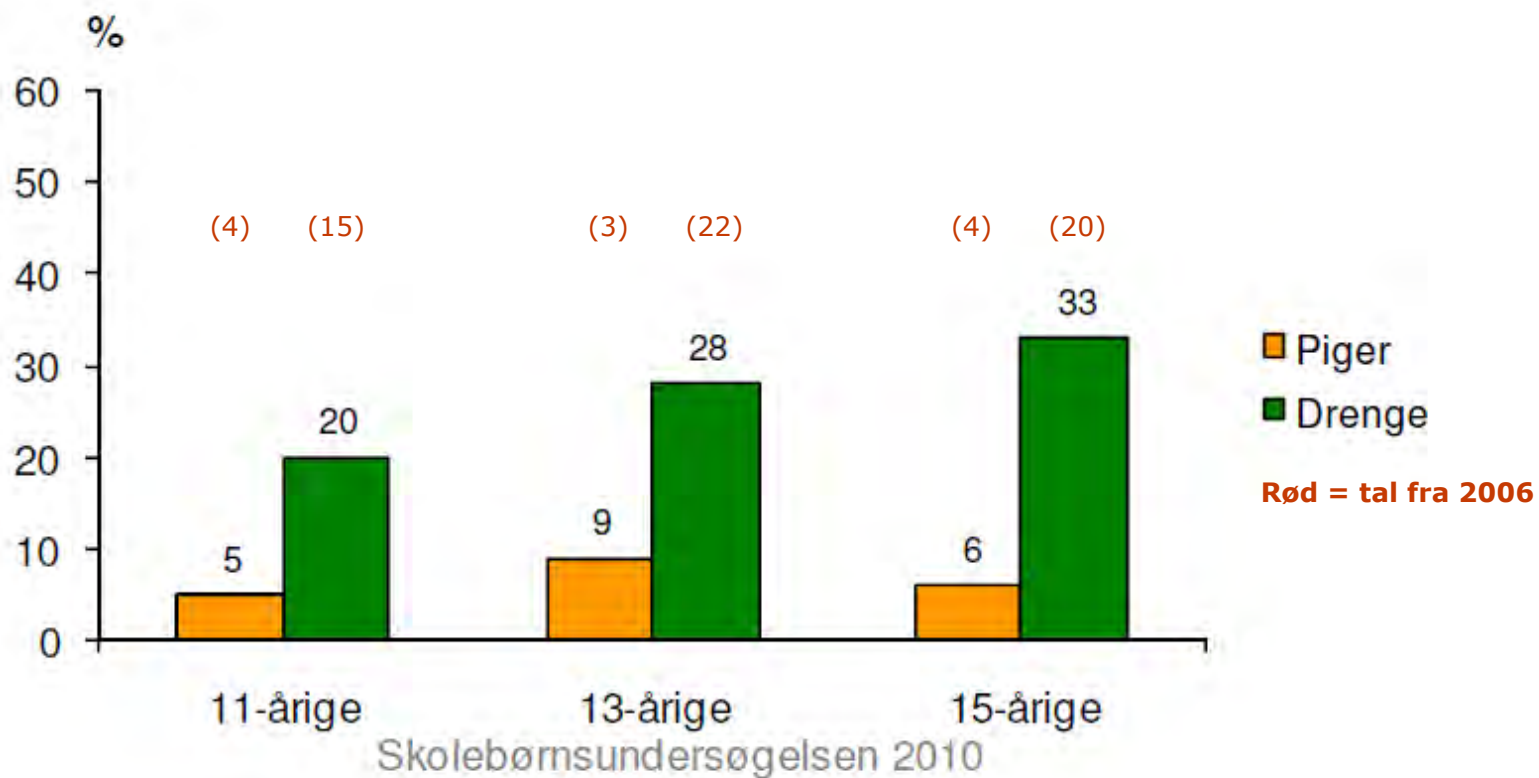
(2010: n= 4.922)

# Stillesiddende aktivitet



Figur 4.7.a Procent, som ser mindst 4 timers fjernsyn, video eller DVD på hverdage

## Stillesiddende aktivitet



Figur 4.7.c Procent, som spiller på computer eller spillekonsol mindst 4 timer dagligt på hverdage

## Konklusioner

- 66 % kender til anbefalingen
  - Kendskabet er faldet
  - Kun 30 % kender den sekundære anbefaling
- 30 - 43 % af drengene lever op til anbefalingen
- 19 - 30 % af pigerne lever op til anbefalingen
- Dem med dårligst kondition har fået en endnu dårligere kondition
- De er blevet mere stillesiddende i fritiden – især drengene bruger meget tid på computer og TV

## Hvordan – tone og sprog



# Om kampagnen

- Film
- Plakat til skoler
- Inspirationshæfte og aktiviteter
- Konference
- Hjemmeside
- Applikation til hjemmeside
- Medieindtryk i TV, Online, Biograf.
- Understøtte kommunernes arbejde.



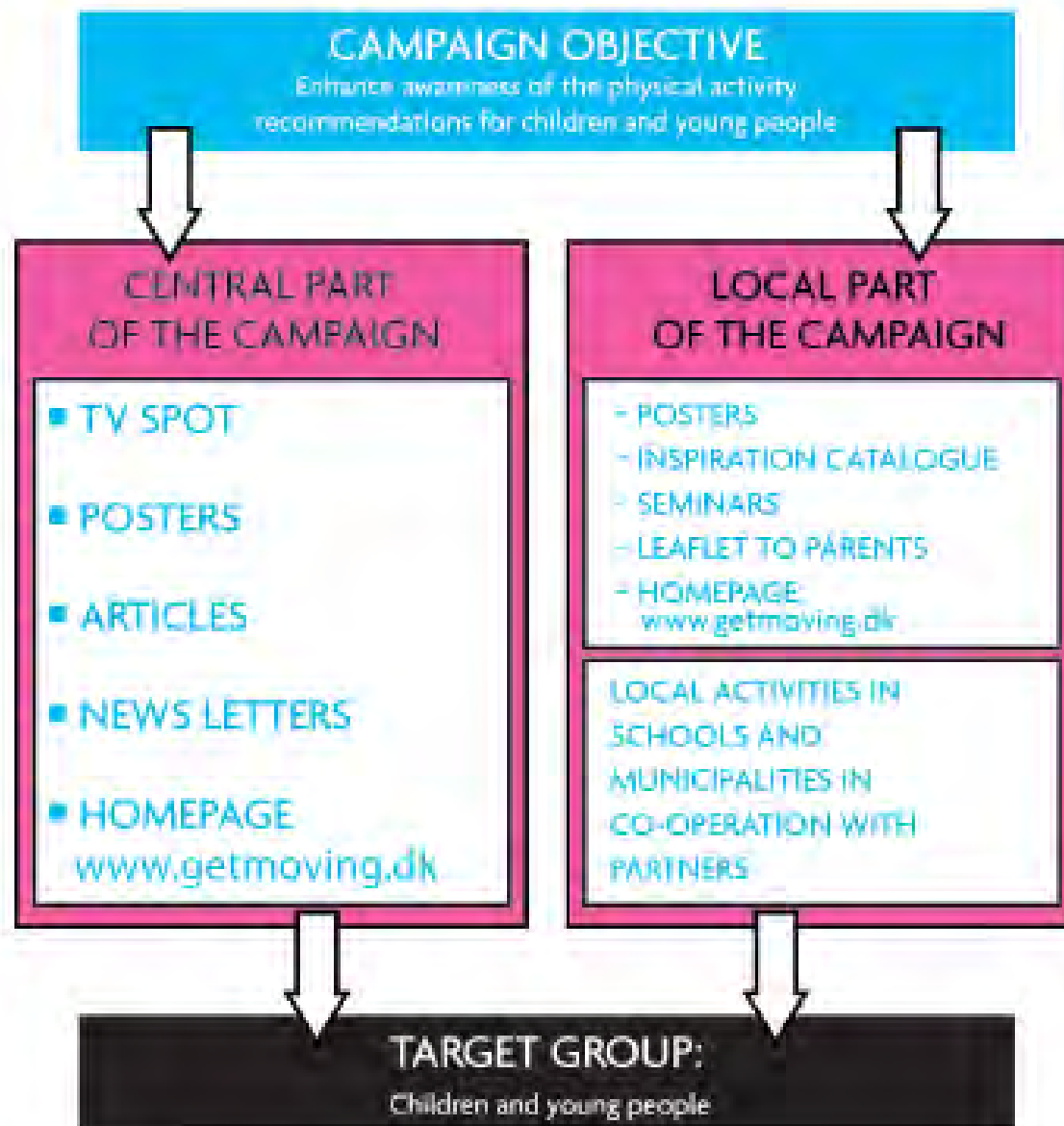


Fig. 1. Content and structure of the campaign with both central and local part (network approach).

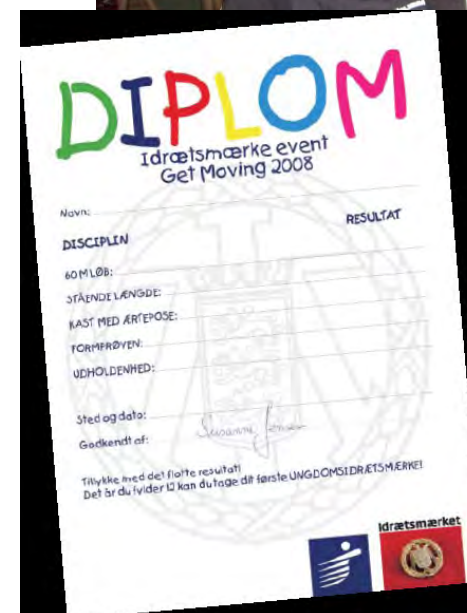
# Samarbejdspartnere

## ■ DIF

- 9 idrætsforbund har tilbudt ny inspiration til aktivitet, motion og sjov.
- Danmarks Gymnastik Forbund, amerikansk football, bordtennis, brydning, rugby, sportsdans, triatlon, volleyball og vægtløftning

## ■ DGI

- Gratis uddannelsesdag for lærer
  - Den traditionelle arena - hallen
  - Den skæve rums arena - klasselokalet
  - Udearena - skolegården



# Samarbejdspartnere

- **Naturstyrelsen**

5 aktiviteter på hvert af styrelsens 19 lokale enheder i Danmark for børn og unge mellem 11 og 16 år.

- Fokus på fysisk aktivitet i naturen – fx leg, løb, rollespil, naturfitness, Geocaching og naturvejledning.



- **Hjerteforeningen**

- Tjek konditionen – ny test!
- Andre fysiske test



# Spørgsmål?

