

RUIM
50% VAN DE
OULDERS
WIL MET MEER
AANDACHT
TIJD DOORBRENGEN
MET HUN **KLEINTJE***



Zacht voor elkaar

*Gebaseerd op een vragenlijst afgenomen onder een representatieve steekproef van 1121 Nederlandse ouders met kinderen tussen 0-8 jaar.

Zwitsal onderzoek onthult: ruim 50% van de ouders wil met meer aandacht tijd met hun kleintje doorbrengen

Nieuw onderzoek belicht de impact van de gedeelde uitdaging: de afleidingen van alledag

Rotterdam, 5 juni – Nieuw onderzoek, in opdracht van Zwitsal, heeft opmerkelijke inzichten opgeleverd over de worstelingen van Nederlandse ouders. Ruim 50% van de ouders wil met meer aandacht tijd doorbrengen met hun kleintje. Zij ervaren echter veel afleidingen die hen hiervan weerhouden, zoals hun mobiele telefoon (39,9%). Als reactie op deze bevindingen lanceert Zwitsal een nieuwe social en media campagne met als doel ouders in staat te stellen de afleidingen van alledag te erkennen en hen gerust te stellen dat zij niet als enige worstelen met deze uitdaging.

De afleiding van alledag: werk, het huishouden en de telefoon

Ruim 75% van de ouders twijfelen regelmatig of ze 'het wel goed doen'. Voor de ondervraagde ouders is het tegelijkertijd wel duidelijk wat belangrijk voor hen is om deze zorg weg te nemen. Met aandacht bij hun kleintje kunnen zijn, en zo de band met hen versterken, is voor bijna 3 op de 5 ouders een teken dat zij het 'goed doen' als ouder. Uit het onderzoek blijkt echter dat dit voor ouders vaak helemaal niet zo vanzelfsprekend is. Het gevoel te hebben aan andere verantwoordelijkheden te moeten voldoen, of afleidende gedachten zijn hier met name redenen voor.

Ouders krijgen gedurende de dag te maken met meerdere afleidingen zoals werk (50,5%) en huishoudelijke taken (57,9%). Opvallend resultaat uit het onderzoek is dat 39,9% van de ouders aangeeft dat hun mobiele telefoon hen ervan weerhoudt om aandachtig te kunnen genieten van de momenten met hun kleintje samen. Bij ouders van kinderen tot 3 jaar is dit zelfs bij bijna de helft van de ondervraagden het geval (45,8%).

In het moment zijn en genieten van samen badderen

Gevraagd naar de oplossing om vaker in het moment te kunnen zijn en aandachtig te kunnen genieten van deze waardevolle momenten gaven de ouders aan dat bepaalde dagelijkse momenten hen hierbij kunnen helpen. Het baddermoment is voor meer dan de helft van de ouders het moment waarop ze volledig de aandacht kunnen geven aan hun kleintje en samen kunnen lachen en praten. Het geeft ouders de kans om zonder veel afleiding plezier te hebben met hun kleintje en een band op te bouwen (53,6%), en helpt bijna de helft van de ouders om zich dichterbij hun kleintje te kunnen voelen.

Influencers en bekende ouders erkennen de 'afleiding van alledag'

Om de gedeelde uitdaging die jonge ouders ervaren met betrekking tot het ouderschap te erkennen en hen gerust te stellen dat zij het echt goed doen, werkt Zwitsal deze week samen met influencers en bekende ouders. De social campagne draait om erkenning en het delen van uitdagingen en afleidingen van alledag, om zo de dagelijkse druk op ouders te verminderen. Ouders worden aangemoedigd om eerlijk te zijn over de uitdagingen die zij ervaren en om het gesprek aan te gaan met andere ouders. De centrale boodschap in de campagne is helder. Wees zacht voor elkaar.

Yara Michels, moeder van een tweejarige dochter en zwanger van haar tweede kindje, is één van de ouders die haar ervaringen deelt en andere ouders geruststelt dat zij niet de enigen zijn die worstelen met dergelijke uitdagingen.

Yara Michels: "Een van de mooiste en tegelijkertijd uitdagendste dingen aan jonge moeder zijn, is echt in het moment aanwezig zijn. En het gevoel hebben dat ik het goed doe, ook al probeer ik van alles te balanceren en kom ik overal wat tijd tekort. Van werken - ik heb een eigen onderneming, ook een soort kind - tot relaties met je partner, familie en vrienden, het huishouden samen draaiende houden, berichtjes die binnenkomen, zorgen voor jezelf of nu een tweede zwangerschap. Eerlijk toegeven: ik ervaar daarin soms ook best wat druk. En ik ben daarin zeker niet alleen. Toch lijkt het op social media soms alsof andere ouders het wél allemaal perfect op een rijtje hebben. Ik vind het mooi om ook eerlijk te zijn over allerlei uitdagingen, de chaos en de afleidingen die er ook bij nieuw moederschap komen kijken. Door die te erkennen en milder naar onszelf te kijken, hoop ik dat we als moderne moeders de druk op onze schouders iets kunnen verminderen".



Sluit je aan bij de missie van Zwitsal

Zwitsal zet zich in om ouders te ondersteunen door het eerlijke gesprek te openen en elkaar gerust te stellen. Eva Langelier, Marketing Lead bij Zwitsal, benadrukt: "We snappen hoe de toenemende druk op ouders voelt en willen hen ondersteunen door dit bespreekbaar te maken. Daarnaast willen wij de bijzondere band die ouders met hun kleintje hebben vieren. Door even stil te staan bij het badritueel bijvoorbeeld en hoe deze kostbare momenten de band tussen ouders en hun kleintjes kunnen versterken."

Bezoek <https://www.zwitsal.nl/uitgelicht/zachtvoorelkaar.html> voor meer informatie en volg ons op [@ZwitsalNederland](#) om op de hoogte te blijven van onze initiatieven voor jou en je kleintje, zoals inspiratie om even te vertragen voor jullie momentjes samen, en voor een sneak preview van onze nieuwe limited editions.

Over het onderzoek

Dit onderzoek is verricht door Kien Onderzoek in opdracht van Zwitsal. Het onderzoek is uitgevoerd onder leden van PanelWizard Direct, middels de internetmethode. De netto steekproef bestond uit 1.156 Nederlandse ouders met kinderen van 0 t/m 8 jaar, waarvan 1.121 alle onderzoeksvragen hebben beantwoord. Deze steekproefomvang levert met een betrouwbaarheid van 95% een maximale afwijking van 2,9% van de werkelijke situatie voor de online doelgroep.

