

toolkit

Jeugdparticipatie



beinvolved

Instrumenten
Jeugdparticipatie
Gemeenten®

Over jeugdparticipatie is veel informatie voorhanden, wat betreft methoden, expertise in literatuur en handboeken. Voor een meer samenhangende en voor de praktijk bruikbare bundeling hebben Stichting Alexander en het Verwey-Jonker Instituut een Toolkit Jeugdparticipatie ontwikkeld. Deze toolkit vindt u op www.toolkit-jeugdparticipatie.nl. Hier vindt u een actuele, toegankelijk en een gebruiksvriendelijke toegang tot methodieken op het gebied van jeugdparticipatie.

In dit handboek presenteren we alvast een aantal bewezen succesvolle methoden om jongerenparticipatie te bevorderen, van bekende vormen als het ‘panelgesprek’ en de ‘brainstorm’ tot integrale methoden als het Junior Creatie Team en het WijkTalentenTeam.

Laat u door deze toolkit stapsgewijs informeren, inspireren en motiveren om aan de slag te gaan met jongerenparticipatie.

Het Team van Be Involved

*De methodieken op het gebied van
jeugdparticipatie vindt u ook op
www.toolkit-jeugdparticipatie.nl*



Introductie

De Toolkit Jeugdparticipatie is onderdeel van Be Involved. Be Involved is de verzamelnaam van verschillende instrumenten die hetzelfde doel hebben: gemeenten ondersteunen bij het versterken van jeugdparticipatie. Be Involved is een initiatief en product van Stichting Alexander en het Verwey-Jonker Instituut. Naast de Toolkit Jeugdparticipatie bestaat er op dit moment een Kwaliteitsmeter Jongerenparticipatie Gemeenten. De Kwaliteitsmeter laat gemeenten zien hoe het staat met de inspraak en invloed van jongeren op het gemeentelijke beleid. Daarnaast biedt Be Involved een aanvullend aanbod aan coaching en ondersteuning op het gebied van jeugdparticipatie.

Voor meer informatie: www.be-involved.nl

In deze Toolkit worden 32 verschillende methoden (tools) gepresenteerd. Er is een keuze gemaakt voor deze methoden, omdat ze hun succes in de afgelopen jaren hebben bewezen. Er is op het gebied van jongerenparticipatie nog meer mogelijk. Zo kunnen sommige methoden bijvoorbeeld in een traject in combinatie ingezet worden. De methoden worden kort en bondig omschreven en elke methode wordt toegelicht met een praktijkvoorbeeld.

Hebt u belangstelling voor het inzetten van een methode, wilt u meer weten of weet u nog andere beproefde methoden, laat het ons weten! We staan u graag te woord en we kunnen uw suggesties opnemen op de website. U kunt ons bereiken via info@be-involved.nl

Leeswijzer

In dit handboek beschrijven we allereerst wat wij verstaan onder jeugdparticipatie en welke stappen er ondernomen dienen te worden om tot een succesvol traject te komen. Vervolgens krijgt u inzicht in een aantal methoden (tools).

De methoden zijn genummerd en via drie verschillende ingangen kunt u op zoek naar een methode die voor u geschikt is. De eerste ingang richt zich op wat u verlangt van jongeren: wilt u jongeren alleen raadplegen, in dialoog met jongeren, jongeren daadwerkelijk invloed geven of jongeren stimuleren

zelf initiatief te nemen? Elk niveau van inspraak verwijst naar een aantal nummers die corresponderen met de desbetreffende methode. U zoekt in het handboek de bijbehorende methoden op. Het zelfde geldt voor de ingang die zich richt op het terrein (wijk, school, instelling/organisatie, gemeente) en de categorie (discussie, ondervraging, informeren en opleiden, sociale media, onderzoek/advies, verbetertrajecten, belangenbehartiging en vertegenwoordiging en eigen initiatief). Er is voor een vaste indeling gekozen, maar door maatwerk zijn meerdere ingangen mogelijk

Inhoud

Introductie	4
Leeswijzer	4
Definitie	5
Stappenplan	6
Tips bij het stappenplan	7
Tools overzicht	10
Tools ingangen	11
Tools	12
Colofon	78

Definitie

In de Toolkit Jeugdparticipatie ligt de focus op jongeren van 12 tot circa 23 jaar.

Een essentiële afbakening voor deze toolkit is de duiding van het begrip jongerenparticipatie als: de invloed die een jongere heeft op zijn of haar leefomgeving. Het gaat dus nadrukkelijk niet over deelname van jongeren aan allerlei sociaal-maatschappelijke activiteiten in de sfeer van vrije tijd, sport, educatie en jongerenwerk. Het gaat hier om:

- **inspraak** (ik kan mijn mening geven)
- **invloed** (er wordt met mijn mening/idee iets gedaan)
- **eigen initiatief** (ik kan dingen organiseren die ik zelf wil).

Bron: De staat van jeugdparticipatie in Nederland vanuit het perspectief van gemeenten Quickscan onder 175 gemeenten. Vandenbroucke, Rutjes et al., 2010; Mak, Steketee, Rutjes & Bauer, 2010

Voor meer achtergrondinformatie over jongerenparticipatie: zie de website www.toolkit-jeugdparticipatie.nl

Jeugdparticipatie is een overkoepelende term. Stichting Alexander en het Verwey-Jonker Instituut maken een onderscheid tussen kinderparticipatie (kinderen tot 12 jaar) en jongerenparticipatie (jongeren van 12 tot 23 jaar). In deze toolkit richten we ons hoofdzakelijk op jongerenparticipatie.

Stappenplan

U wilt jongeren actief betrekken bij uw beleid of activiteiten?. Het onderstaande stappenplan is daar een handig hulpmiddel voor.

Stap 1: Bepaal uitgangspunten en doelen

Het is van belang dat u oog hebt voor de diversiteit aan belangen en verwachtingen van jongeren. Formuleer doelen voor de verschillende doelgroepen.

Stap 2: Stel randvoorwaarden

Zorg er als organisatie voor dat de belangrijkste randvoorwaarden ingevuld zijn. Het is verstandig om te werken met een procesbegeleider of projectcoördinator. Verder is het noodzakelijk om alle betrokken organisaties uitvoerig te informeren over het traject. Stel tijd, materiaal, ruimte en vergoeding beschikbaar voor:

- de begeleiding van het traject
- de begeleiding van de methodes
- de uitvoering van de methodes
- de deelname van collega's en jongeren aan activiteiten.

Stap 3: Voorbereiden van uitvoering

Organiseer een projectgroep en kies uit de Toolkit Jeugdparticipatie een beproefde en geschikte methode. De keuze voor een participatiemethode is onder andere afhankelijk van de doelgroep, de tijdsinvestering en het aantal

jongeren dat u wilt bereiken.

* Tips bij keuze voor een methode (zie kader hiernaast)

Tref voorbereidingen om de participatie te organiseren en maak daar een werkplan voor. In het werkplan staat wie wat wanneer doet en wat de totale doorlooptijd van het traject zal zijn. In het werkplan beschrijft de projectgroep: (1) doelen (2) succescriteria (3) keuze doelgroep en methode (4) thema's, activiteiten en vraagstukken (5) werkwijze en programma (6) stappenplan en wervingsplan.

** Tips bij werving (zie kader volgende pagina)

Stap 4: Uitvoeren van methode

Het werkplan is leidend bij de uitvoering van de methode. De activiteiten met jongeren vinden plaats op een vooraf bepaalde datum, tijdstip en locatie en aan de hand van een concreet programma. Een gespreksleider leidt (of begeleidt) de bijeenkomsten. Zorg ervoor dat het verloop en de uitkomsten van de bijeenkomst geregistreerd worden.

Het succes van de uitvoering hangt deels af van hele praktische voorwaarden en aandachtspunten. Bijvoorbeeld het tijdstip van de bijeenkomst, de jongeren herinneren aan een bijeenkomst, de catering afstemmen op de doelgroep en het tijdstip. Maak ook duidelijke afspraken over vergoeding van onkosten. Een

aantal andere praktische tips voor de jongeren-bijeenkomsten heeft te maken met afwisseling en veiligheid tijdens de bijeenkomst en met de afspraken over het vervolg.

*** Tips afwisseling, veiligheid en vervolgspraken (zie kader volgende pagina)

Stap 5: Evaluatie en doorstart

Een evaluatie van de uitgevoerde taken is nodig om een goed vervolg te kunnen geven aan de participatieactiviteit(en). Op de evaluatie volgt een inventarisatie van vervolgstappen. Eventueel wordt een vervolgplan gemaakt.

Tips

Tips bij keuze voor een methode

- *Kies een methode die geschikt is binnen de wijk, uw school, uw instelling of de gemeente*
- *Kies het doel: jongeren raadplegen, in dialoog gaan, jongeren daadwerkelijk invloed geven of jongeren stimuleren tot eigen initiatief.*
- *Kies een methode die past bij de doelgroep.*
- *Kies een methode die energie losmaakt, zowel bij medewerkers als bij jongeren.*
- *Houd het haalbaar en praktisch.*
- *Organiseer 'bottom-up': laat de activiteit vanuit de jongeren ontstaan.*

Meer tips op volgende pagina

Tips bij werving

Tip 1: Werven kost tijd

Een goede voorbereiding is het halve werk. Houd er rekening mee dat werving tijd kost. Wanneer je een panelgesprek organiseert bijvoorbeeld, neemt werving bijna een derde van de totale tijd in beslag. Stel je een jongerenraad in, dan is werving geen eenmalige actie maar een continu proces.

Tip 2: Strategie van tevoren bepalen

Van tevoren de strategie bepalen, maakt het werven gemakkelijker. Denk aan de doelgroep die je wilt benaderen en aan de kenmerken en bijzonderheden van deze groep. Bepaalde doelgroepen zijn extra moeilijk te bereiken. Extra inspanningen zijn soms nodig om alle doelgroepen te betrekken. Bedenk waar verschillende groepen zich bevinden en wie wanneer het contact met hen legt. Benoem de plaatsen en tijdstippen zo specifiek mogelijk. Wil je interesse voor jouw project bij jongeren wekken, zoek dan de doelgroep op.

Tip 3: Argumenten om jongeren te motiveren

- *Je ontmoet andere mensen die hetzelfde meemaken als jij.*
- *Je kunt je mening geven over iets wat jij belangrijk vindt*
- *Je helpt anderen met jouw ervaringen.*
- *Je leert er veel van en het is leuk om te doen.*
- *Optioneel: Je krijgt een vergoeding of een attentie.*

Deze en andere motieven kan je bijvoorbeeld opnemen in een uitnodigingsflyer die je op een website of op Hyves, Twitter of Facebook plaatst.

Tip 4: Maak het gemakkelijk, leuk, en interessant voor jongeren om te komen

Kies een goed tijdstip en een goede locatie waar veel jongeren naar toe kunnen komen of waar ze toch al naar toe gaan. Leg in de uitnodiging uit waarom het leuk en interessant is om te komen. Vertel dat reiskosten worden vergoed. Vermeld een telefoonnummer van de contactpersoon die mensen kunnen bellen als ze vragen hebben. Vraag niet expliciet of de jongeren zich op willen geven, dat is een stap te ver. Het werkt beter als je de mensen die je uitnodigt zelf nabelt. Vraag hen of ze de uitnodiging duidelijk vonden en of ze van plan zijn om te komen. Leg uit waarom het belangrijk is dat ze er bij zijn. Zorg dat er niet te veel tijd tussen de werving en de activiteit zelf zit.

Tip 5: Vasthouden en interesse tonen

De doelgroep is geworven, de activiteiten zijn georganiseerd. Nu is het van belang dat je de participerende jongeren vasthoudt en hen blijft interesseren voor het traject. Dit doe je bijvoorbeeld door interesse te tonen via mail, sms of telefoon. Vraag hoe de jongeren een activiteit hebben ervaren, of ze verbeterpunten hebben en eventueel of ze aan een vervolg mee willen doen.

Tip 6: Persoonlijk contact werkt het best

Uit ervaring blijkt dat alleen een brief of een aankondiging op een website weinig respons oplevert. Jongeren zijn veel eerder geneigd mee te doen wanneer ze persoonlijk worden benaderd, het liefst door iemand die ze kennen. Een leuke flyer of poster

werkt wel goed als ondersteuning.

Bewezen succesformules zijn: jongeren persoonlijk aanspreken, een brief met een telefonische nabelronde, een Hyves/Facebook event organiseren of jongeren benaderen via intermediairs.

STAP 4: UITVOEREN VAN METHODE

Tips Afwisseling, veiligheid en vervolgspraken

- Jongeren en kinderen hebben een korte spanningsboog. Laat een bijeenkomst daarom niet langer dan anderhalf uur duren en zorg voor voldoende afwisseling in werkvormen. Wissel bijvoorbeeld discussies (praten) af met groepsopdrachten (doen) of brainstormmethoden (schrijven of tekenen). Gebruik hulpmiddelen als overheadvellen of memoblaadjes, laat jongeren behalve praten ook eens tekenen of uitbeelden (bijvoorbeeld een situatie naspelen). Internet, foto's en video kunnen bijeenkomsten ondersteunen. Zorg voor voldoende pauzes.
- Jongeren ervaren vaak een drempel om zich te uiten of hun mening te geven. Stel hen op hun gemak door een gezellige sfeer te creëren en benadruk dat elke mening goed en belangrijk is. Maak afspraken over hoe je met elkaar omgaat (elkaar laten uitpraten, respectvol zijn, et cetera).
- De houding van volwassenen tijdens bijeenkomsten met jongeren is doorslaggevend voor de veiligheid én bepalend voor de uitkomsten: wanneer volwassenen jongeren onderzoekend benaderen als adviseurs, leidt dat ook tot een andere houding van jongeren. Zij geven dan eerder en uitgebreider feedback, omdat ze de volwassenen deze informatie 'gunnen'.
- Als je jongeren langere tijd wilt betrekken, is het belangrijk dat zij aan het eind van een bijeenkomst weten hoe het verder gaat. Maak duidelijke afspraken. Zorg bijvoorbeeld dat jongeren op tijd herinnerd worden aan een afspraak door middel van een uitnodiging. Bel de avond voor de afspraak op.

Tools

- | | | | |
|----|---|----|-----------------------|
| 1 | Audit | 17 | Persbureau |
| 2 | Brainstorm | 18 | Raad |
| 3 | Coaching | 19 | Interviews |
| 4 | Debat (Lagerhuis) | 20 | Themabijeenkomst |
| 5 | Dialogbijeenkomst | 21 | Verbeterfoto's |
| 6 | Enquête | 22 | Verbetergroep |
| 7 | (YouTube) Film | 23 | Vraag het de leerling |
| 8 | Flying Teams | 24 | Wedstrijd |
| 9 | Inspectieteam | 25 | Wijkschouw |
| 10 | Jongeren Onderzoeks- en
Advies Team (JOAT) | 26 | WijkTalentenTeam® |
| 11 | Junior Creatie Team | 27 | Workshop |
| 11 | Spel met kinderen | 28 | Chatsessie |
| 13 | Manifestatie | 29 | Jongerenambassadeurs |
| 14 | MBO Verbeterkit | 30 | This is App! |
| 15 | Panelgesprek | 31 | Pitchies |
| 16 | Peer to peer | 32 | Talenthouse |

Ingangen

	Audit	Brainstorm	Coaching	Debat (Lagerhuis)	Dialogbijeenkomst	Enquête	(YouTube) Film	Flying Teams	Inspectieteam	JOAT	Junior Creatie Team	Spel met kinderen	Manifestatie	MBO Verbetertkit	Panelgesprek	Peer to peer	Persbureau	Raad	Interviews	Therapiebijeenkomst	Verbeterfoto's	Vraagbetroepen	Vraag het de leerling	Wijkshoof	Wijk Talenten Team	Workshop	Chatsessie	Jongerenambassadeurs	This is Appl	Pitchies	Talenthouse	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32

1. Doel – Ik wil:

Jongeren raadplegen	■	■				■					■	■			■			■			■				■			■				
In dialoog met jongeren	■			■	■	■		■	■	■	■	■	■			■	■	■		■	■	■			■		■			■		
Jongeren daadwerkelijk invloed geven			■					■	■	■	■			■		■	■	■					■		■			■	■	■	■	
Jongeren stimuleren zelf initiatief te nemen	■				■													■						■	■		■			■		

2. Methode – Ik zoek iets in de categorie:

Discussie																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
-----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3. Context – Ik wil dat jongeren participeren in de:

Wijk																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

CONTEXT
Instelling/organisatie

CATEGORIE
Onderzoek/advies

DOEL
Collectief, niet-anoniem verzamelen van feedback van jongeren over ervaringen met bepaalde organisaties, methodieken of hulpverleningsvormen. Uitvoeren van een niet-vrijblijvende keuring vanuit het perspectief van jongeren of cliënten.

DOELGROEP
Jongeren, cliënten, professionals, ambtenaren.

Praktijkvoorbeeld Audit

In 2007 initieert de Volksbond, een Amsterdamse organisatie voor zorg, wonen en dagbesteding voor dak- en thuislozen, de Participatie Audit voor (zwervf)jongeren Amsterdam (PAja!). De instellingen willen tot een beter aanbod voor deze groep komen door de zwervfjongeren zelf meer te betrekken. Samen met projectmedewerkers en beleidsmakers 'keurt' een team van jongeren na een stevige training vier opvangvoorzieningen voor zwervfjongeren. Waar nodig stellen ze zelf wijzigingen of aanvullende maatregelen voor.

In 2010 heeft Stichting Mara (een organisatie voor maatschappelijk activeringswerk in Zuid-Holland),

in samenwerking met Expertisecentrum JSO (Jeugd, Samenleving en Opvoeding) en Stichting Straat Consulaat Den Haag (gericht op belangenbehartiging voor dak- en thuislozen) het initiatief genomen om Participatie Audits in zorg en welzijn (PAja!) uit te laten voeren in Haagse opvang- en zorgvoorzieningen die zwervfjongeren begeleiden. Ook Stichting Alexander heeft ruime ervaring met het ondersteunen en begeleiden van Audits onder andere bij Lijn 5, Pactum en diverse Gelderse jeugdzorginstellingen.

www.volksbond.nl

Audit

1

Met een Audit doen jongeren zelf onderzoek naar ervaringen die zijzelf en andere jongeren hebben met een bepaalde organisatie, voorzieningen of hulpverleningsvormen. Daarbij kijken zij ook naar mogelijkheden voor kwaliteitsverbetering vanuit het perspectief van de doelgroep. De uitvoering van de Audit ligt in handen van een jongerenteam. Dit team beoordeelt zelf, na een stevige training, voorzieningen en begeleidingsvormen: de keuring. De keuringsmethodiek leidt tot een frisse blik van jongeren, cliënten, professionals of ambtenaren op de kwaliteit van de (opvang) voorzieningen.

Waarom deze methode?

Het is een actieve en concrete vorm van jongerenparticipatie of cliëntenparticipatie, geschikt om inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van de doelgroep en de mogelijkheden die zij zien voor kwaliteitsverbetering.

Resultaat

- Feedback van een team van jongeren of cliënten en van de groep die zij onderzoeken.
- Versterken van individuele capaciteiten van en de band tussen leden van een jongerenteam.
- Kwaliteitsverbetering van instellingen.

Indicatie inspanning en kosten

Houd, uitgaande van de voorbereiding, uitvoering en analyse van één auditronde, rekening met de volgende aspecten.

- Doorlooptijd: in totaal circa vier tot zes maanden.
- Voorbereiding: training medewerkers en training jongeren: totaal circa anderhalve maand.
- Uitvoering: circa een maand.
- Natraject: circa twee maanden.

Praktijkvoorbeeld Brainstorm

Er zijn legio voorbeelden van brainstormsessies die Stichting Alexander heeft begeleid. Zo wordt bijvoorbeeld in alle WijkTalentenTeams de brainstorm ingezet. Een ander concreet voorbeeld speelde zich af op school. Een vwo-klas heeft gebrainstormd over spelregels voor digitale omgangsvormen. Op het schoolbord kwam de regel 'spelregels voor internet' te staan en de jongeren konden in eerste instantie impulsief reageren. Alle reacties zijn verzameld en besproken. Tijdens de brainstorm is het hele idee van spelregels uiteindelijk omgevormd tot een nieuw uitgangspunt, namelijk voorlichting. Jongeren denken dat spelregels niet werken en dat voorlichting door peers veel beter werkt. Aan het begin van de tweede bijeenkomst is de keuze voor voorlichting daadwerkelijk gemaakt. Dit is gedaan door met elkaar alle voor- en nadelen van zowel spelregels als voorlichting op een rij te zetten. De leerlingen konden zo een onderbouwde keuze maken voor voorlichting. Vervolgens hebben de jongeren hun ideeën over voorlichting verder uitgewerkt en gepresenteerd tijdens een kwaliteitsfestival voor het onderwijs.

CONTEXT

Overal inzetbaar

CATEGORIE

Ondervraging

DOEL

Zoveel mogelijk ideeën boven tafel krijgen. Collectief verzamelen van ideeën van jongeren.

DOELGROEP

Geschikt voor alle jongeren en uiteenlopende onderwerpen.



Brainstorm

2

Een brainstorm is een dynamische methode om ideeën van jongeren boven tafel te krijgen. Bij het brainstormen gaat het vooral om de kwantiteit: hoe meer ideeën, hoe beter. Belangrijk is dat van tevoren wordt verteld dat de deelnemers geen waardeoordeel mogen uitspreken over een idee van een ander. Alle ideeën zijn goed, geen enkel idee is stom. In een later stadium kunnen de ideeën besproken worden. Het gaat erom eerst ideeën te genereren en daarna te evalueren.

Waarom deze methode?

- Door middel van deze methode kunnen creatieve en originele ideeën naar boven komen. Het is een vrije manier om met elkaar van gedachten te wisselen.
- Omdat je in eerste instantie impulsief nadenkt over een onderwerp, kan er veel energie of enthousiasme vrijkomen en kunnen originele ideeën ontstaan.

Resultaat

- (Originele) ideeën over een bepaald onderwerp.
- Zicht op de heersende mening over een onderwerp.
- Een actieplan.

Indicatie inspanning

- Voorbereiding: 30 minuten.
- Uitvoering: zolang het duurt en tot er geen nieuwe ideeën meer ingebracht worden.
- Natraject: sterk afhankelijk van wat je met de uitkomsten van de brainstorm wilt doen.
- Benodigdheden: post-its, stiften, flipover + vellen, gekleurde stickertjes.

CONTEXT
Instelling/organisatie, school,
gemeente

CATEGORIE
Informereren en opleiden

DOEL
Een persoon of een groep begeleiden
bij de ontwikkeling van talenten,
vaardigheden, leerpunten.

DOELGROEP
Professionals, ambtenaren, jongeren,
jongerenraden, cliëntenraden.

Praktijkvoorbeeld Coaching

Stichting Alexander coacht regelmatig professionals om kinderen en jongeren bij beleid te betrekken. Voorbeelden zijn Passend Onderwijs in Almere en de Cliëntenraad Bureau Jeugdzorg Noord-Holland. Onlangs coachte Stichting Alexander een organisatie voor welzijn en zorg bij het vormgeven van jongerenparticipatie in de gemeente. Er is gestart met een kick-off voor betrokken jongeren en professionals en daaruit zijn overige activiteiten voor jongerenparticipatie voortgekomen. Zo zijn de jongerenraad en hun begeleider getraind in het uitvoeren van en rapporteren over kleinschalig onderzoek dat zij doen onder jongeren in Alphen. Vooral de jongerenwerker had behoefte aan coaching. Hiertoe is een individueel trainings- en begeleidingstraject van drie sessies uitgevoerd.

Coaching

3

*Coachen is een manier van omgaan met mensen die gericht is op het ontwikkelen van het potentieel van mensen zodat zij een maximum aan prestaties kunnen leveren. Centraal staan de taken die iemand moet uitvoeren en de persoonlijke groei. Het gaat erom de gecoachte boven zichzelf uit te laten stijgen: een **helicopterview** op zichzelf te laten krijgen. Zo krijgt hij of zij zicht op de uitvoering van een taak en op het persoonlijk functioneren.*

Waarom deze methode?

Het kunnen reflecteren op eigen functioneren en gewoonten is goed voor de persoonlijke groei en ontwikkeling van een persoon. Begeleiding hierbij kan dit stimuleren en ook voorzien in behoefte aan feedback en inspiratie.

Resultaat

- Persoonlijke groei.
- Meer inzicht in eigen functioneren.
- Ontwikkeling van nieuwe vaardigheden.
- Plezier en effectiviteit in werk vergroten.

Indicatie inspanning

Inspanning en kosten zijn sterk afhankelijk van de coachingsdoelen. Houd in ieder geval rekening met:

- voorbereiding
- uitvoering
- natraject
- overige kosten.

Maak voldoende tijd vrij, zowel voor de coachingsgesprekken als voor de voorbereiding daarvan.

CONTEXT
Instelling/organisatie, gemeente,
nationaal

CATEGORIE
Discussie

DOEL
Meningsvorming

DOELGROEP
Jongeren en vertegenwoordigers van
een instelling of organisatie.
Vanaf 12 jaar mogelijk.

Praktijkvoorbeeld Debat (Lagerhuis)

Veel gemeenten in Nederland organiseren een jongerendebat. Zo roepen bijvoorbeeld de gemeenten Hoogeveen, Zoetermeer, Den Haag en Stichtse Vecht jongeren op om mee te denken over het gemeentelijk beleid. Stichting Alexander organiseerde in Amsterdam-Osdorp en in Aalsmeer een debat met jongeren over wat er leeft onder jongeren. Stellingen gingen over huisvesting, het contact tussen jongeren en de gemeente en over het organiseren van activiteiten in de wijk. Door het debat ontstond er uiteindelijk meer wederzijds begrip en werden vragen waar jongeren lange tijd mee rondliepen beantwoord. Na het debat hebben jongeren zich opgegeven om zelf actief te worden in hun omgeving.



Debat (Lagerhuis)

4

Enkele thema's worden steeds door een lid van de projectgroep kort ingeleid en er wordt een stelling geponeerd. Jongeren en volwassenen moeten opstaan om te reageren, een presentator geeft hen steeds het woord. Je kunt ervoor kiezen jongeren en volwassenen ook daadwerkelijk tegenover elkaar te zetten. Je kunt een tijd afspreken, bijvoorbeeld tien minuten per stelling, zet een wekker zodat je een eindsignaal hebt. Zo zorg je dat alle onderwerpen aan bod komen. Je kunt een wedstrijdelement toevoegen, bijvoorbeeld het winnende werkplan krijgt geld en mag uitgevoerd worden. Aan de kracht of lengte van het applaus kun je de populariteit van een stelling of oplossing meten.

Waarom deze methode?

- Jongeren hebben wat te zeggen over bijvoorbeeld het jeugdbeleid van een gemeente.
- Ambtenaren en professionals kunnen leren van de visie van jongeren.
- Gemeente en instellingen met een aanbod voor jongeren moeten weten wat de vraag is.

Resultaat

- Jongeren hebben het gevoel dat ze hun zegje hebben kunnen doen en dat er wat mee gedaan wordt.
- Er worden afspraken gemaakt tussen jongeren en volwassenen over het oplossen van bepaalde problemen die jongeren ervaren.

Indicatie inspanning

De inspanning is sterk afhankelijk van aantal gewenste deelnemers en organisaties. Een debat zelf duurt ongeveer twee uur.

- Voorbereiding en verslaglegging kosten circa vier dagdelen. Taken zijn onder andere:
 - tijdig beginnen met publiciteit, flyers, persbericht et cetera
 - een goede debatleider zoeken
 - een aansprekende, goed bereikbare locatie regelen
 - catering regelen
 - uitnodigen van bijvoorbeeld wethouders of de burgemeester.

CONTEXT
Overall inzetbaar

CATEGORIE
Discussie

DOEL
Verschillende belanghebbenden met elkaar in gesprek brengen om te komen tot oplossingen voor voorgestelde vraagstukken.

DOELGROEP
Professionals en ambtenaren, jongeren en andere respondenten die hebben meegedaan aan onderzoek.

*Beste Maaike,
Leuk het initialief om jongeren met ouders
in contact te brengen.
Ik vond het erg leuk de presentatie zaterdag
in Rt in Hoofddorp.
Helaas wat ik eerst in Willemstad naar R. zag
helaas het koninkrijk niet goed gelezen.
Mijn hartelijke dank voor jullie allemaal
om zo de jeugd te motiveren!
Dit soort activiteiten zouden veel meer in het
nuus moeten komen en niet de rare dingen
hetken uitgebreid vermelden.
Wegmaakt mijn dank
en vriendelijke groeten.*

Praktijkvoorbeeld Dialoogbijeenkomst

Stichting Alexander heeft in diverse gemeenten onderzoek gedaan naar de behoeften van ouders en jongeren ten aanzien van een Centrum voor Jeugd en Gezin. Bijvoorbeeld in Emmen, Hogeveen, Best en Helmond. De uitkomst van het onderzoek werd steeds gepresenteerd tijdens een Dialoogbijeenkomst. De respondenten die aan het onderzoek hadden deelgenomen, waren hierbij aanwezig. Daarnaast waren enkele professionals van het CJG aanwezig. Na de presentatie van de uitkomsten gingen aanwezigen met elkaar in dialoog over de implementatie van de actiepunten die uit de onderzoeken naar voren kwamen.

Dialogbijeenkoms

5

Een dialogbijeenkoms kan bijvoorbeeld plaatsvinden na een uitgevoerd onderzoek. De resultaten van het onderzoek worden gepresenteerd en de aanwezigen gaan met elkaar in dialoog over de mogelijkheden om de aanbevelingen uit het onderzoek uit te voeren. Hierbij is idealiter een afvaardiging van elke respondentengroep die heeft meegedaan aan het onderzoek aanwezig. Ook aanwezig zijn de vertegenwoordigers van instellingen of ambtenaren van de gemeente die met de implementatie van de actiepunten uit de dialogbijeenkoms aan de slag gaan.

Waarom deze methode?

- Doordat mensen met elkaar in gesprek gaan, raken de verschillen die zij in de dagelijkse praktijk tussen elkaar ervaren op de achtergrond en is er meer oog voor de overeenkomsten die zij met elkaar hebben. Dit is een beter uitgangspunt om te praten over oplossingen van problemen.
- De bij het probleem betrokken spelers lossen het probleem gezamenlijk op, waarbij een beroep wordt gedaan op hun eigen ervaringen en inzichten, mogelijkheden en talenten.
- Participatie: jongeren, ambtenaren en jongerenwerkers en andere professionals hebben een gelijkwaardige inbreng.

Resultaat

- De aanwezigen nemen kennis van de resultaten van onderzoek waar zij (al dan niet) aan hebben meegewerkt en komen aan de hand

van de aanbevelingen tot actiepunten voor implementatie.

- Ideeën voor implementatie krijgen vorm en er wordt overeenstemming bereikt over prioriteitstelling.

Indicatie inspanning

- Voorbereiden en verslaglegging: circa twee dagdelen:
 - PowerPoint presentatie onderzoeksresultaten
 - eventueel beamer en laptop voor presentatie
 - deelnemers uitnodigen
 - agenda opstellen en verspreiden
 - goed bereikbare locatie reserveren
 - na afloop het verslag met daarin opgenomen de actiepuntenlijst rondsturen.
- Uitvoering: twee à drie uur voor de bijeenkomst zelf.

CONTEXT
Overal inzetbaar

CATEGORIE
Ondervraging

DOEL
Verzamelen van informatie, mening en ideeën van een bepaalde doelgroep over een bepaald onderwerp met behulp van een (digitale) vragenlijst. Vooral raadplegen.

DOELGROEP
Alle jongeren die kunnen lezen en schrijven.

Enquête

Een enquête is een manier om breed te inventariseren hoe een doelgroep denkt over een bepaald onderwerp. Dit kan via een papieren enquête, maar het kan ook digitaal. Verspreiding van een enquête kan via scholen, opleidingen, sportverenigingen, per post, et cetera. Samenwerking met scholen zorgt ervoor dat veel jongeren de enquête invullen tijdens schooltijd. Bij een dergelijke samenwerking kan de enquête aan een bepaald vak of project gekoppeld worden dat aansluit bij het onderwerp van de enquête. De digitale enquête kan (ook) verspreid worden via groepen van sociale media als Hyves, Facebook of andere digitale platforms waar jongeren te bereiken zijn.

Praktijkvoorbeeld Enquête

In heel veel projecten wordt gebruik gemaakt van enquêtes. Stichting Alexander en het Verwey-Jonker Instituut hebben gezamenlijk de Kwaliteitsmeter Jongerenparticipatie Gemeenten ontwikkeld. De Kwaliteitsmeter van Be Involved bestaat uit twee online enquêtes: één voor de gemeente zelf en één voor jongeren. De Kwaliteitsmeter laat gemeenten zien hoe het staat met de inspraak en invloed van jongeren op het gemeentelijke beleid. Hoeveel jongeren zijn actief betrokken bij het beleid? Wat is de kwaliteit van hun inspraak? Op welke gemeentelijke beleidsterreinen zijn jongeren vooral actief? Waar bestaat hun invloed zoal uit? Meer informatie: www.be-involved.nl

Waarom deze methode?

- Het is een manier om een grote groep jongeren te raadplegen over een bepaald onderwerp tegen relatief lage kosten.
- De enquête kan behalve voor het raadplegen van jongeren ook gebruikt worden om jongeren te identificeren die benaderd willen worden om over een onderwerp door te denken of ermee aan de slag te gaan.

Resultaat

- Een overzicht van ideeën en meningen die jongeren hebben over een bepaald onderwerp.
- Eventueel een overzicht van jongeren die benaderd willen worden om mee te denken of actief met zaken aan de slag te gaan.

Indicatie inspanning

De vereiste inspanning is sterk afhankelijk van de lengte van de enquête en het gewenste aantal respondenten. Houd rekening met de volgende aspecten.

- Vragenlijst ontwerpen:
 - bedenk duidelijke en goede vragen die echt over het onderwerp gaan
 - test de vragenlijst om te kijken of de vragen duidelijk zijn, er geen fouten in de enquête zitten en de geschatte tijdsduur voor het invullen klopt
 - voor het ontwerpen van een digitale vragenlijst zijn verschillende programma's beschikbaar
 - maak een duidelijke brief met informatie over het onderwerp van de vragenlijst, de reden hiervoor, et cetera, voor jongeren (of docenten wanneer je de vragenlijst verspreidt via scholen).
- Vragenlijsten verspreiden: Via scholen, sportverenigingen, post, et cetera of digitaal. Verloot eventueel een prijs onder jongeren die de vragenlijst invullen of voeg een kleinigheidje bij om hen aan te moedigen de vragenlijst in te vullen.
- Vragenlijsten verwerken: Inspanning afhankelijk van het aantal verspreide vragenlijsten en de respons.



CONTEXT
Overall inzetbaar

CATEGORIE
Ondervraging, sociale media

DOEL
Voorlichting of vanuit het perspectief
van jongeren een situatie in beeld
brengen

DOELGROEP
Voor alle jongeren

Praktijkvoorbeeld (YouTube) Film

Jongeren die ervaring hebben opgedaan met de Eigen Kracht Centrale (EK-c), hebben een voorlichtingsfilm gemaakt voor andere jongeren. Zij hebben onder begeleiding zelf het scenario bedacht en meegedaan aan alle facetten van het opnemen van een film. In de film wordt duidelijk hoe een Eigen Kracht Conferentie eruit ziet en worden de verhalen van twee ervaringsdeskundige jongeren verteld.

Op deze manier worden ervaringen van kinderen en jongeren die eerder zelf aan EK-c's hebben meegedaan, ingezet en zichtbaar gemaakt. De verwachting is dat dit in belangrijke mate ondersteunend en stimulerend kan zijn voor de voorbereiding van de doelgroep. De positieve effecten van peer research en peer education ondersteunen deze verwachting. Hieruit blijkt dat onderzoek en voorlichting door leeftijdsgenoten de kennisoverdracht voor de doelgroep herkenbaar en persoonlijk relevant maken.

In een WijkTalentenTeam in Haarlemmermeer hebben jongeren van interviews met senioren zelf animatie-filmpjes gemaakt.

(YouTube) Film

7

Visueel materiaal dat als doel heeft voorlichting te geven over een bepaald thema. Naast voorlichting door middel van een film kan er in een participatietraject ook samen met jongeren een film gemaakt worden, bijvoorbeeld met als doel andere jongeren of volwassenen te informeren over hun perspectief op de situatie. Jongeren worden eerst geraadpleegd over een thema. Het doel en de randvoorwaarden van de film worden besproken. Vervolgens gaan jongeren zelf aan de slag met een script, acteren, filmen en eventueel monteren.

Waarom deze methode?

Film is een aansprekend middel om iets over te brengen. Aansprekende beelden over persoonlijke ervaringen blijven vaak goed hangen bij de kijker. Als jongeren open en eerlijk hun verhaal vertellen, kan dit als inspiratie dienen voor andere jongeren.

Resultaat

- Visueel materiaal dat bijvoorbeeld als voorlichtingsmateriaal verspreid kan worden.
- Een leuke en leerzame ervaring voor jongeren.

Indicatie inspanning

De vereiste inspanning is sterk afhankelijk van de kwaliteit, de lengte en het doel van de film. Echter, het maken van een film samen met jongeren vereist veel inspanning. In ieder geval kost het, naast voorbereidingstijd, minimaal twee draaidagen voor een film van circa 15 minuten.

Het monteren van de film kan uitbesteed worden aan een professionele filmmonteur.

- Voorbereidingen:
 - eventueel voorbereidend onderzoek doen (panels met jongeren)
 - werving van jongeren
 - scenario schrijven
 - draaiboek maken
 - nadenken over setdressing
 - workshop acteren voor jongeren
 - inhuren professionele filmploeg/ondersteunende professionals zoals grimeur, regisseur, producent, cameraman, geluidsman, lichtman, setdresser.

CONTEXT
Instelling/organisatie

CATEGORIE
Onderzoek/advies

DOEL
In dialoog gaan met jongeren en
collectief informatie verzamelen.
Speciaal ontwikkeld voor vrijwilligerswerk met als doel vrijwilligerswerk voor jongeren aantrekkelijker en toegankelijker te maken.

DOELGROEP
Jonge vrijwilligers in de leeftijd van
14-24 jaar; een team bestaat uit drie
jongeren met ieder een eigen rol.

Praktijkvoorbeeld Flying Teams

Een Flying Team - drie jonge vrijwilligers in de leeftijd 14 tot 24 jaar - is in gemeente Best getraind en gecoacht om het bestuur en de commissies van een sportvereniging (lokale vrijwilligersorganisatie) te stimuleren om meer jongeren te betrekken bij hun organisatie. Een team bestond uit een gespreksleider, een verslaglegger en een 'luis in de pels'. Het Flying Team kwam tweemaal bij de sportvereniging op bezoek: de consultatiebijeenkomsten. De consultaties werden begeleid door de jongeren zelf en hebben geleid tot versterking van jongerenparticipatie binnen de vereniging. De eerste con-

sultatie was gericht op kennismaking, wederzijdse oriëntatie en het geven van huiswerkopdrachten aan de sportvereniging. De tweede consultatie was 'het adviesgesprek', gericht op het bespreken van het huiswerk, het concretiseren van een plan van aanpak van de sportvereniging, het bespreken van concrete tips en adviezen en een evaluatie/nabespreking.

In de gemeente Haarlem is een soortgelijk traject uitgevoerd, maar dan gericht op kunst- en cultuurstellingen.

Flying Teams

8

Dit is een participatieve werkwijze waarbij jongeren vrijwilligersorganisaties adviseren. Want wie kunnen beter vertellen wat jongeren willen dan zij zelf? Een Flying Team onderzoekt bij vrijwilligersorganisaties de succes- en faalfactoren voor het betrekken en behouden van jonge vrijwilligers. Het team biedt de ontvangende organisatie een 'spiegel', door intensieve ontmoeting tussen jonge en volwassen vrijwilligers en via dialoog en discussie over ideeën en plannen om jongeren bij lokale organisaties te betrekken en te behouden.

Waarom deze methode?

- Geschikt voor vrijwilligersorganisaties.
- Inzet van ervaringsdeskundigen: jongeren kennen de beperkingen en de problemen die er spelen.
- Het stimuleert eigen initiatief van jongeren.

Resultaat

- Versterken van jongerenparticipatie binnen de vrijwilligersorganisatie.
- Organisaties leren door en met een Flying Team hoe ze aantrekkelijk kunnen zijn en blijven voor jongeren.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: circa vier maanden.

De volgende activiteiten dienen uitgevoerd en begeleid te worden.

- Overleg met gemeente en bijvoorbeeld het jongerenwerk.
- Bijeenkomst intermediairen vrijwilligersorganisaties.
- Selectie van vrijwilligersorganisaties.
- Panelgesprek met jongeren.
- Selectie van Flying Teams.
- Training Flying Teams.
- Begeleiding van de consulten.
- Rapportage en Presentatie.

CONTEXT
Instelling/organisatie

CATEGORIE
Onderzoek/advies

DOEL
In dialoog gaan met jongeren om samen met hen de leefomgeving in kaart te brengen.

DOELGROEP
Jongeren vanaf 12 jaar. Het is toegankelijk voor alle jongeren, zowel doeners als denkers. Jongereninspectieteams zijn vooral bekend uit de jeugdzorg, maar zijn ook in andere sectoren inzetbaar. De methode kan ingezet worden bij elke instelling of organisatie die jongeren bij haar beleid wil betrekken.

Inspectieteam

Jongeren in een Inspectieteam brengen zelf meningen, ervaringen en wensen van jongeren in kaart én beoordelen het gevoerde beleid. Het team presenteert zijn bevindingen tijdens een bijeenkomst met andere jongeren aan bestuurders, ambtenaren en/of vertegenwoordigers van instellingen. Dialoog staat hierin centraal: met elkaar in gesprek gaan over hoe het nu gaat en wat er beter kan.

Praktijkvoorbeeld Inspectieteam

In Zwolle is een InspectieTeam met allochtone meiden opgezet om meiden met verschillende culturele achtergronden de mogelijkheid te geven om het jeugdbeleid van de gemeente te beoordelen. Bijzondere aandacht gaat uit naar de manier waarop allochtone meiden worden (en willen worden) betrokken bij het gemeentelijke jeugdbeleid.

De deelnemers brengen de wensen en ideeën van allochtone meiden en het gemeentelijke jeugdbeleid in kaart en vergelijken deze met elkaar. Waar de plannen van de gemeente of het aanbod van andere instellingen niet aansluiten bij de wensen en ideeën van allochtone meiden, geven de leden

van het InspectieTeam allochtone meiden aanbevelingen voor verbetering. De activiteiten bestaan onder andere uit:

- de voorbereiding en het trainen voor de taken van het InspectieTeam
- het maken van vragenlijsten voor een groepsdiscussie met andere allochtone meiden uit gemeente Zwolle, vertegenwoordigers van de gemeente en andere instellingen in de gemeente
- het plannen van de groepsdiscussies
- het bespreken van de voortgang van het afnemen van de vragenlijsten
- het bespreken van de resultaten van de vragenlijsten

Waarom deze methode?

- Het is een aantrekkelijke aanpak om veel jongeren te betrekken bij beleid.
- Het is een leuke manier om binnen korte tijd eerlijke informatie te verzamelen over de meningen en perspectieven van jongeren.
- Het is een afgebakend en overzichtelijk traject voor jongeren waarin ze veel kunnen leren en veel verantwoordelijkheid krijgen.
- Er gebeurt veel wat zichtbaar is in de wijk, gemeente of instelling en de onderwerpen worden op een voor jongeren aantrekkelijke manier aan de orde gesteld.
- Voor beleidsmakers en -uitvoerders biedt dit een goede mogelijkheid om jongeren vragen voor te leggen en met hen in dialoog te gaan. Beslissingen die op basis van de adviezen van jongeren worden genomen, kunnen rekenen op draagvlak onder jongeren.

- *het plannen van de presentatie van de conclusie en aanbevelingen van het InspectieTeam tijdens een eindfeest.*

Stichting Alexander heeft behalve het Inspectie-team allochtone meiden verschillende andere Inspectieteams begeleid en ondersteund in jeugdzorginstellingen zoals Spirit, Pactum en Tender.

In de gemeente Haarlem is een soortgelijk traject uitgevoerd, maar dan gericht op kunst- en cultuurinstellingen.

Resultaat

- Inzicht in meningen, ervaringen en wensen van lokale jongeren over het gevoerde beleid.
- Als de methodiek overgedragen is aan jongerenwerkers of cliëntfunctionarissen, kan de instelling de methodiek van de Jongereninspectieteams zelfstandig inzetten. Dit draagt bij aan het optimaliseren van de rol van jongerenwerkers of cliëntfunctionarissen als intermediairs tussen jongeren en relevante beleidsmakers.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: circa drie maanden. Volg en begeleid de volgende stappen.
 - Stap 1: draagvlak creëren binnen instelling organisatie
 - Stap 2: werven van deelnemers voor het team
 - Stap 3: startbijeenkomst, bespreken doelen en uitdiepen thema's met Inspectieteam
 - Stap 4: ontwikkelen onderzoeksinstrument
 - Stap 5: training onderzoeksvaardigheden
 - Stap 6: de inspectie
 - Stap 7: analyse, rapportage en acties voor verbeteringen formuleren.
- Overige kosten:
 - locatie en catering van bijeenkomsten
 - vrijwilligersvergoeding en (reis)kosten van deelnemers
 - kantoorbenodigdheden (pennen, stiften, flip-overs en post-its voor discussie).

CONTEXT
Wijk, instelling/organisatie,
gemeente

CATEGORIE
Onderzoek/advies

DOEL
Jongeren raadplegen en in dialoog
gaan met jongeren om hun leefomge-
ving te verbeteren.

DOELGROEP
Jongeren vanaf 12 jaar. Het is wense-
lijk om in het team een aantal tieners
(12-15 jaar) en een aantal jongeren
(16-23 jaar) te hebben. Er is een rol
voor verbaal vaardige jongeren die
graag in de schijnwerpers staan, maar
ook voor jongeren die liever op de
achtergrond actief zijn.

Praktijkvoorbeeld JOAT

De gemeente Best wil graag zicht krijgen op de wensen en behoeften van jongeren op het gebied van pedagogische hulpverlening en informatieverstrekking. Daarnaast wil de gemeente Best participatie bij het Centrum Jeugd en Gezin stimuleren, zowel in de ontwikkelfase als bij implementatie en uitvoering. Er wordt een team van acht jongeren geworven om deel te nemen aan het JOAT. Het JOAT probeert na trainingen en met begeleiding van professionals een antwoord te geven op de vragen van de gemeente. In de gemeente Haarlem is een soortgelijk traject uitgevoerd, maar dan gericht op kunst- en cultuurinstellingen.

Jongeren Onderzoeks- en Advies Team (JOAT)

Het JOAT doet participatief onderzoek onder medejongeren. Het team vraagt andere jongeren naar hun wensen, ideeën, meningen en verwachtingen. Dat kan op verschillende manieren: in interviewvorm, met een camera, door het opzetten van een internetpoll, et cetera. De jongeren verwerken samen met professionals de resultaten, en presenteren deze aan de opdrachtgever. De vorm van de presentatie bepalen de jongeren zelf, professionals bieden opties en ondersteuning. Het kan bijvoorbeeld door middel van een PowerPoint presentatie, een filmpje of een website.

10

Waarom deze methode?

- Jongeren zijn geïnteresseerd in hun omgeving, ze vinden het spannend en uitdagend om op pad te gaan met een vraag en willen daar hun mening over kwijt.
- Het geeft jongeren de mogelijkheid om hun recht op inspraak uit te oefenen.
- Het geeft een impuls aan een structurele verandering van de relatie tussen jongeren en volwassenen: meer gelijkwaardigheid.

Resultaat

- Het levert kennis en inzichten op over de leefwereld van jongeren die aansluiten bij het perspectief van jongeren zelf.
- Kennis en inzichten worden expliciet gegeneerd met verbetering als doel: verbetering van beleid en concrete verbetering van de situatie van jongeren.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: circa drie maanden.
- Begeleiding en ondersteuning van het JOAT.
- Overige kosten:
 - locatie en catering van bijeenkomsten
 - vrijwilligersvergoeding en (reis)kosten van deelnemers
 - kantoorbenodigdheden (pennen, stiften, flip-overs en post-its voor discussie)
 - film en video apparatuur.



CONTEXT
Wijk, instelling/organisatie,
gemeente

CATEGORIE
Onderzoek/advies

DOEL
In dialoog gaan met jongeren en
jongeren daadwerkelijk invloed
geven op een ontwikkelproces.

DOELGROEP
Jongeren vanaf 10 jaar.

Praktijkvoorbeeld Junior Creatie Team

In Amsterdam Osdorp bouwt de gemeente een nieuw jongerencentrum. Een Junior Creatie Team wordt ingezet om samen met professionals en architecten te komen tot het nieuwe centrum. In een eerste bijeenkomst worden de wensen en behoeften van jongeren in kaart gebracht. In een volgende bijeenkomst presenteert het architectenbureau een aantal conceptontwerpen. Het Junior Creatie Team geeft een mening en adviseert. In een laatste bijeenkomst wordt het definitieve ontwerp gekozen en gefinaliseerd. Vervolgens kan de bouw van het jongerencentrum starten.

Junior Creatie Team

De initiatiefnemer stelt een Junior Creatie Team samen dat samen met professionals actief deelneemt aan de ontwikkeling van een product of dienst. Het Junior Creatie Team levert zo een bijdrage aan nieuwe producten of diensten of aan de verbetering van de functionele eigenschappen daarvan. Het team kan bijvoorbeeld testen, meedenken en tips geven. Het team komt verschillende malen bij elkaar om uiteindelijk met ontwerpers 'iets' te creëren.

11

Waarom deze methode?

- Ontwikkelen van kennis met de doelgroep met als doel voordeel te creëren voor de jongeren én professionals.
- Ideeën worden rijker en waardevoller als de doelgroep erbij betrokken wordt.

Resultaat

- Een eindproduct of dienst afgestemd op de wensen van de doelgroep.
- Versterken van de dialoog: samenwerking tussen jongeren, professionals en ontwerpers.

Indicatie inspanning

De inspanning is sterk afhankelijk van het product of de dienst die ontwikkeld wordt.

- Diverse kosten:
 - locatie en catering van bijeenkomsten
 - vrijwilligersvergoeding en (reis)kosten van deelnemers
 - kantoorbenodigdheden (pennen, stiften, flip-overs en post-its voor discussie).

CONTEXT

Instelling/organisatie

CATEGORIE

Ondervraging, discussie

DOEL

Raadplegen en in dialoog gaan met kinderen op een speelse manier.

DOELGROEP

Kinderen vanaf circa 4 jaar.

Praktijkvoorbeeld Spel met kinderen

Professionals uit het kinder- en jongerenwerk ontwikkelen een bordspel met vragen over de activiteiteninvulling. Ze spelen het spel vier keer met vier kinderen. Tijdens de uitvoering schrijft een begeleider op wat de kinderen zeggen. De verzamelde feedback wordt besproken en er wordt een plan van aanpak geschreven voor de nieuwe activiteiten. De begeleiders kunnen de activiteiten zelf aanpassen aan de wensen van de kinderen en jongeren. Zaken waarvoor ze financiën nodig hebben, bespreken ze met het management.

Spel met kinderen

Bij het spelen van Levend ganzenbord geven kinderen en jongeren op speelse wijze antwoord op vragen over hun leefomgeving. Professionals ontwerpen een soort ganzenbord. De kinderen en jongeren gooien met een dobbelsteen en komen op een vlak terecht. Onder dit vlak zit een opdracht of een vraag over de leefomgeving of een onderwerp of thema. Deze moeten ze beantwoorden voordat ze verder mogen. Zo legt een groep van maximaal vier kinderen/jongeren dit parcours af. Antwoorden en uitspraken van de kinderen worden genotuleerd en verwerkt in een plan van aanpak.

12

Waarom deze methode?

- Geschikt om inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van de doelgroep.
- Geschikt voor verschillende doelgroepen. Specifiek voor kinderen onder de 12 jaar en sommige groepen jongeren die gebaat zijn bij methoden waarbij praten en spelen elkaar afwisselen.
- Op een leuke en stimulerende manier bezig zijn met de doelgroep.
- Geschikt voor verschillende onderwerpen.
- Kost relatief weinig tijd en is gemakkelijk te organiseren.

Resultaat

- Feedback van kinderen of jongeren over zaken die voor professionals van belang zijn.
- Betrokkenheid van en dialoog met kinderen en jongeren.
- Aanknopingspunten voor vervolgacties.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: circa twee maanden.
- Overige kosten:
 - materiaal (bord, kaarten, dobbelstenen), locatie, catering
 - bijeenkomst met management voor bespreken plan van aanpak.

Stappenplan

- Stap 1 Ontwerpen spel: bedenken opdrachten en vragen
- Stap 2 Ontwikkeling van het spel: met gekleurde vlakken, hilarische opdrachten, et cetera.
- Stap 3 Uitvoering van het spel met vier kinderen en jongeren
- Stap 4 Bespreken van de feedback
- Stap 5 Plan van aanpak opstellen
- Stap 6 Bespreken van het plan van aanpak met het management

CONTEXT

Wijk, instelling/organisatie,
gemeente

CATEGORIE

Discussie

DOEL

In dialoog gaan met jongeren.
Collectief, niet-anoniem verzamelen
van feedback van jongeren.

DOELGROEP

Een organisatie team van circa 10
jongeren en 5 professionals, circa
100 deelnemende jongeren. Het gaat
hier om jongeren die het leuk vinden
om zaken te regelen en te organise-
ren. Geschikt voor jongeren vanaf
circa 14 jaar.

Praktijkvoorbeeld manifestatie

In het kader van de Week tegen de drugs wordt in de gemeente Uithoorn een manifestatie in samenwerking met jongeren georganiseerd. Een quiz over drugs maakt hier deel van uit. Jongeren hebben de mogelijkheid om met de burgemeester te sms'en. Een stichting en de politie geven voorlichting en dialoog is mogelijk. De manifestatie wordt afgesloten met een feest. Iedereen is welkom op de manifestatie. De jongeren uit het projectteam zijn medeverantwoordelijk voor de verslaglegging van onderdelen van de manifestatie. Na afloop bespreken de jongeren de verslagen met de gemeente en stellen zij een advies op.

Manifestatie

Een team van jongeren en medewerkers organiseert een manifestatie. De jongeren bepalen zelf het programma van de manifestatie; zij bedenken vanuit hun eigen visie en ervaring waar jongeren behoefte aan hebben. Het team bedenkt diverse onderdelen voor de manifestatie en werkt deze uit. Bijvoorbeeld informatieworkshops, netwerkactiviteiten en debatgroepen. De jongeren en ondersteuners verdelen onderling de taken en werken via een aantal bijeenkomsten toe naar de manifestatie. Na afloop van de manifestatie worden de uitkomsten besproken en bedenkt de manifestatieprojectgroep adviezen.

13

Waarom deze methode?

- Het team werkt toe naar een tastbaar resultaat: een manifestatie.
- Het is een actieve werkvorm, waardoor het geschikt is voor verschillende doelgroepen.
- Een grote groep jongeren en buurtbewoners wordt bereikt doordat zij op de manifestatie komen.
- Jongeren leggen zelf de accenten.
- Toepasbaar voor verschillende onderwerpen.

Resultaat

- Een manifestatie waarop jongeren zich kunnen presenteren.
- Informatieoverdracht voor jongeren (in informatieve workshops).
- Feedback van jongeren (uit debatsessies).
- Jongerenparticipatie.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: drie maanden (twee maanden voorbereiding, een maand uitvoering, evaluatie en advisering).
- Overige kosten:
 - twee voorbereidende bijeenkomsten en een evaluatiebijeenkomst
 - draaiboek manifestatie
 - gastsprekers, debatleiders
 - aankleding manifestatie
 - publiciteit.

CONTEXT
School

CATEGORIE
Verbetertraject

DOEL
In dialoog gaan met mbo-studenten met het doel hen daadwerkelijk invloed te geven.

DOELGROEP
Mbo-scholieren. Ongeveer 6 tot 10 uitvoerende studenten en 20 tot 100 passieve studenten. Daarnaast worden docenten en directie betrokken.

Praktijkvoorbeeld MBO Verbeterkit

Een mbo-school gaat met de Verbeterkit aan de slag. De school richt een team van acht uitvoerende studenten op, begeleid door een docente en een directielid. De studenten interviewen andere studenten over wat er beter kan op school. Vervolgens kiezen ze een aantal verbeteronderwerpen. De studenten organiseren een leuke activiteit, bijvoorbeeld een Lagerhuisdebat. Ze bespreken de ideeën met de directie en samen bedenken ze hoe de voorstellen kunnen worden uitgevoerd.

Meer informatie: www.job-site.nl

MBO Verbeterkit

Mbo-scholen kunnen als methodiek de MBO Verbeterkit inzetten. Dit is een map vol activiteiten om een school te verbeteren. Met de MBO Verbeterkit bepalen leerlingen eerst welke zaken er op school aangepakt moeten worden, om vervolgens goede verbetervoorstellen te verzinnen. Die verbetervoorstellen bedenken leerlingen natuurlijk niet voor niets, ze moeten wel echt uitgevoerd worden. Daarom zitten er in de Verbeterkit allerlei tips voor leerlingen om de directie van een school te overtuigen van het nut van hun voorstellen.

Waarom deze methode?

- Realiseren van inspraak van mbo'ers in de kwaliteit en organisatie van hun school.
- De Verbeterkit sluit aan bij de beleavingswereld van studenten.
- De methode is activerend en creatief en biedt zowel voldoende houvast als keuzevrijheid.
- Geschikt om studentenparticipatie op een vernieuwende en effectieve manier in te vullen.

Resultaat

- Betrokken studenten.
- Vergroting competenties van studenten, docenten en directie.
- Grotere kwaliteit van het onderwijsaanbod.
- Concrete en praktische invulling van participatie en inspraak.
- Het project kan als onderdeel van een competentiegericht lesprogramma worden ingezet.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: ongeveer vier maanden.
- Zes tot tien uitvoerende studenten gemiddeld twee uur per week gedurende vier maanden.
- Twintig tot honderd studenten eenmalig één tot twee uur.
- Eén of twee begeleidende docenten gemiddeld een uur per week gedurende vier maanden.
- Eén of twee directieleden gemiddeld een uur per maand gedurende vier maanden.

14

CONTEXT
Overall inzetbaar

CATEGORIE
Discussie

DOEL
Raadplegen van jongeren, in dialoog gaan met jongeren. Op een collectieve, niet-anonieme manier feedback verzamelen van jongeren.

DOELGROEP
Panelgesprekken zijn geschikt voor jongeren vanaf 12 jaar. Iedereen kan meedoen aan een panelgesprek. Ook kinderen en licht verstandelijk beperkte jongeren, maar voor hen zijn er meer geschikte methodes te bedenken.

Praktijkvoorbeeld Panelgesprek

Een panelgesprek is één van de meest gebruikte methoden om jongeren te raadplegen. Een gemeenteambtenaar in Emmen wil graag weten hoe jongeren denken over het Centrum voor Jeugd en Gezin in de gemeente. De ambtenaar wil zowel gebruikers als potentiële gebruikers van het CJG spreken. Het voorstel is om de meningen van jongeren in kaart te brengen in vier panelgesprekken (eenmaal jongens gebruikers, eenmaal jongens potentieel, eenmaal meisjes gebruikers, eenmaal meisjes potentieel). Er wordt een leidraad gemaakt met thema's. Locatie en tijdstip worden bepaald. Vervolgens werft de gemeente jongeren

voor de gesprekken. Tijdens de panelgesprekken wisselen jongeren ervaringen uit en vertellen zij wat er in hun geval wel en niet goed ging en wat hun wensen en behoeften zijn. Ook dragen zij ideeën en tips aan voor hoe het beter zou kunnen. Het gesprek wordt opgenomen op geluidsband en wordt na afloop letterlijk uitgetypt. De data worden geanalyseerd en de belangrijkste verbeterpunten en tips worden weergegeven in een rapportage. De gemeente verspreidt de rapportage vervolgens onder jongeren, hulpverleners en belanghebbenden. Tijdens een speciale bijeenkomst voor betrokkenen wordt de rapportage uitvoerig besproken.

Panelgesprek

Een panelgesprek is een bijeenkomst met vier tot tien mensen uit de doelgroep. Onder leiding van een gespreksleider praat de groep over een bepaald onderwerp.

Waarom deze methode?

- Geschikt om inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van de doelgroep.
- Geschikt om verschillen tussen jongeren naar voren te brengen.
- Praktische methode om dieper liggende meningen van (een groep) jongeren te achterhalen.
- Kost relatief weinig tijd en is gemakkelijk te organiseren.

Resultaat

- Collectieve feedback over het betreffende onderwerp, aansluitend bij de leefwereld, wensen en behoeften van de doelgroep.
- Betrokkenheid van en dialoog met de doelgroep.
- Aanknopingspunten voor vervolgacties.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: uitgaande van de voorbereiding, uitvoering en analyse van twee panelgesprekken circa vier weken.
- Overige kosten:
 - locatie en catering voor het panelgesprek
 - vrijwilligersvergoeding en (reis)kosten deelnemers
 - kantoorbenodigdheden en opnameapparatuur.

15

CONTEXT

Overal inzetbaar

CATEGORIE

Onderzoek/advies

DOEL

Jongeren inschakelen om na te gaan wat er bij hun achterban (*peers*) leeft. Beter kunnen aansluiten bij de vragen en ideeën van deze groep.

DOELGROEP

Jongeren vanaf circa 12 jaar.

Praktijkvoorbeeld Peer to peer

Voor het onderzoek 'Jongeren en hun islam' organiseren jongeren zelf groepsgesprekken over wat voor hen 'moslim zijn in Nederland' betekent en welke steun zij hierbij zouden willen. Ze doen ook voorstellen om hun wensen te realiseren. Het onderzoek eindigt met aanbevelingen over wat jongeren, hun ouders en directe omgeving, de moskee, jeugdvoorzieningen, kerninstuties van de samenleving en overheden kunnen doen om moslimjongeren bij te staan in hun ontplooiing en positionering in Nederland.

Peer to peer

*Peer to peer vindt plaats binnen de eigen cultuur van jongeren: het zijn jongeren zelf die het initiatief nemen of zich laten inschakelen om te onderzoeken wat er breed binnen hun **peer**group of achterban leeft. Op deze manier is het mogelijk beleid of aanbod beter aan te laten sluiten bij de vragen en ideeën die leven bij groepen jongeren. Onder deze noemer vallen onder andere Peergroupraadpleging, peerresearch en Interviews met en door jongeren.*

Waarom deze methode?

- De methode is geschikt om toegang te krijgen tot de doelgroep vanuit het perspectief van deze doelgroep.
- Geen hiërarchische verschillen tussen ‘onderzoeker’ en doelgroep, dus laagdrempelig voor jongeren om echt te laten weten wat ze willen of denken.
- Het zet jongeren aan het denken over hun eigen situatie in relatie tot een bepaald onderwerp en de verwachtingen, problemen, ideeën en vragen die zij hierbij hebben.
- De methode maakt het mogelijk aan te sluiten bij de vragen, ideeën en verwachtingen van deze groep.

Resultaat

- Informatie over tevredenheid met bepaalde zaken en over ideeën of vragen die leven bij groepen jongeren.
- Ideeën voor verbetering van situatie.
- Empowerment van de jongeren die ingeschakeld worden door een appel op hun nieuwe rol, vaardigheden en kennis.

Indicatie inspanning

De vereiste inspanning is sterk afhankelijk van het doel en gewenste aantal respondenten. Houd in ieder geval rekening met een goede begeleiding en training van de jongeren.

16

CONTEXT

Wijk, instelling/organisatie, school

CATEGORIE

Ondervraging

DOEL

In dialoog gaan met jongeren en hen zelf een visueel product laten maken over een bepaalde situatie of leefomgeving.

DOELGROEP

Een persbureau is mogelijk vanaf circa 12 jaar. Het gaat hier om jongeren die in staat zijn zich verbaal goed te uiten. Uitvoering door 10-15 personen.

Persbureau

Een projectgroep gaat gezamenlijk een visueel product (bijvoorbeeld een krant, dvd of website) over een actueel onderwerp maken, bedoeld voor jongeren en professionals van bijvoorbeeld een school, wijk, jongerencentrum et cetera. De projectgroep bestaat uit circa 15 personen. In een startbijeenkomst stelt de groep vast wat er in de krant of op de dvd moet komen. In een krant kunnen dat bijvoorbeeld interviews zijn of verslagen van groeps gesprekken met wijkbewoners, leraren, gemeenteambtenaren, winkeliers; informatie over onder

Praktijkvoorbeeld Persbureau

De gemeente Uithoorn wil jongeren meer betrekken bij het jeugdbeleid. Ze nodigt daarom een aantal jongeren uit om op een actieve en leerzame wijze activiteiten, ontwikkelingen en voorzieningen uit de gemeente op het gebied van jeugdbeleid op een leuke manier onder de aandacht te brengen van alle jongeren. Het middel is een persbureau. De jongeren bedenken zelf wat er in de krant of op de dvd of website moet komen te staan en krijgen daarvoor een journalistentraining. Vervolgens gaan de jongeren professionals en andere jongeren

uit de gemeente interviewen. Jonge kinderen kunnen tekeningen en puzzels maken. Een aantal professionals wordt gevraagd een column te schrijven of een informatief artikel aan te leveren over een door de jongeren bepaald onderwerp. Het totaal aan kopij wordt verzameld en er komt een vormgever langs om met de jongeren de lay-out van de krant, dvd of website te bepalen. Het eindproduct wordt op een feestelijke manier gepresenteerd.

andere leefomstandigheden in de wijk; talenten van jongeren; bekendmaking van resultaten uit de jeugdmonitor. Het medium wordt geïllustreerd met humoristische stukjes, strips, foto's en citaten. Na het vaststellen van de vorm en inhoud worden taken verdeeld en vervolgens gaat iedereen zelfstandig of in teams aan de slag met de opdrachten. De stukjes worden gebundeld en gedrukt in een professionele krant of op een dvd of website geplaatst. Het eindproduct wordt gelanceerd op een speciale bijeenkomst, om vervolgens verspreid te worden binnen de doelgroep.

Waarom deze methode?

- Het is een actieve werkvorm waarin iedereen zijn ei kwijt kan, geschikt voor verschillende doelgroepen.
- Het levert informatie op over jongeren én het informeert jongeren over hun leefomgeving.
- Het bereikt een grote groep jongeren op een visuele en toegankelijke manier.

Resultaat

- Een tastbaar product in de vorm van een krant, dvd of website.
- Informatieve artikelen met jongerenfeedback (bijvoorbeeld interviews en verhalen).
- Aansluiting bij de doelgroep: informatie voor jongeren door jongeren.
- Betrokkenheid van de doelgroep.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: circa drie maanden voor totstandkoming en verspreiding van het product.
- Overige kosten:
 - organisatie, locatie en catering startbijeenkomst en tussentijdse bijeenkomst
 - vrijwilligersvergoeding en (reis)kostenvergoeding deelnemers
 - kantoorbenodigdheden (pennen, papier, tekenmateriaal, opnameapparatuur)
 - druk- en bezorgkosten krant, ontwikkelkosten dvd of website.

CONTEXT
Overall inzetbaar

CATEGORIE
Onderzoek/Advies, Belangenbehartiging en
Vertegenwoordiging

DOEL
Een raad fungeert als officieel adviesorgaan
waarin de doelgroep vertegenwoordigd is.
Een raad kan gevraagd en ongevraagd advies
uitbrengen over zaken die de leden en hun
achterban aangaan. Zij kunnen adviseren op
basis van eigen ervaringsdeskundigheid en/of
feedback verzamelen vanuit de doelgroep die
zij vertegenwoordigen. Ook controleren zij of
actiepunten worden nageleefd.

DOELGROEP
Jongeren vanaf circa 10 jaar.

Praktijkvoorbeelden Raad

Sinds 1997 heeft Rotterdam de Rotterdamse Jongerenraad (RJR). Deze raad vertegenwoordigt de jongeren van Rotterdam naar politiek en beleidsmakers. De twee belangrijkste zaken waar de RJR zich mee bezighoudt zijn adviezen, gevraagd en ongevraagd. Hiervoor wordt input gevraagd van jongeren buiten de raad. De andere taak betreft jongerenparticipatie, talentontwikkeling en verbinding, gericht op een positief jongerenbeleid. Jongeren kunnen zelf plannen indienen voor eigen projecten en evenementen.

www.rjr.nl

De gemeente Zaanstad heeft de AdviesRaaz. Raaz is een projectbureau bestaande uit een intermediair jongerenwerker en twee cultuurscouts. Zij krijgen van de gemeente Zaanstad een budget om jongerenparticipatie binnen de gemeente vorm te geven. De AdviesRaaz is hier een onderdeel van. Jongeren nemen vaak aan de AdviesRaaz deel vanuit een maatschappelijke stage, maar kunnen dit ook los van de stage doen. De AdviesRaaz adviseert de gemeente gevraagd en ongevraagd over onderwerpen die de gemeente aandraagt of over onderwerpen die de jongeren zelf belangrijk vinden.

www.zaanstad.nl - www.raaz.nu

Raad

Een raad bestaat uit een vertegenwoordiging van jongeren of cliënten (bijvoorbeeld in de jeugd- of gezondheidszorg). Deze raden worden opgericht voor jongeren of cliënten en vormen officiële adviesorganen naar gemeente, overheid of hulpverlening- en zorgorganisaties. Zij vormen een aanspreekpunt voor andere jongeren of cliënten en geven deze groep een stem. Ze kunnen gevraagd en ongevraagd adviezen geven over onderwerpen die hen aangaan.

Waarom deze methode?

- Het is een continu feedbacksysteem.
- De raad geeft zelf feedback vanuit eigen ervaringsdeskundigheid.
- De raad beslist mee over te verzamelen feedback van andere jongeren of cliënten.
- Relevante feedback wordt verzameld.
- Wensen en behoeften van de doelgroep worden meegenomen in beleid.
- De raad controleert naleving van actiepunten die voortkomen uit verzamelde feedback.

Resultaat

- Feedback vanuit eigen ervaringsdeskundigheid van betreffende groep.
- Jongeren- of cliëntenparticipatie.
- Advisering en kwaliteitsbewaking.

Indicatie inspanning

- Continu proces.
- Vertegenwoordiging van vier tot tien jongeren/cliënten.

18



CONTEXT
Overal inzetbaar

CATEGORIE
Ondervraging

DOEL
Een persoon geeft zijn of haar mening
en wensen weer met betrekking tot een
bepaald onderwerp.

DOELGROEP
Jongeren vanaf circa 8 jaar.

Praktijkvoorbeeld Interviews

***Diepte-interviews:** Er zijn diepte-interviews gehouden met jongeren uit verschillende grote steden die schulden hebben of hebben gehad.*

De werving hiervoor nam veel tijd in beslag. Het bleek van groot belang om eerst een vertrouwelijke sfeer te creëren alvorens te starten met het interview. Sommige jongeren die mee hebben gedaan aan het onderzoek, hebben zelf, na een training, ook andere jongeren in hun omgeving geïnterviewd. Dit leverde veel informatie op.

***Straatinterviews:** Voor de ontwikkeling van een natuurspeeltuin in Amsterdam zijn in verschillende stadsdelen straatinterviews gehouden. Zo zijn de behoeften en wensen van mensen in kaart gebracht. In stadsdelen die verder van de beoogde locatie aflagen, ging het bijvoorbeeld over de bereikbaarheid en de faciliteiten. In de buurt van de speeltuin hadden bewoners vooral wensen over de inrichting van de speeltuin.*

Interviews

Een interview is een kwalitatieve onderzoeksmethode. De geïnterviewde wordt gevraagd om zijn of haar mening en ervaringen met betrekking tot een bepaald onderwerp te delen met de onderzoeker. Hierbij is een neutrale en luisterende houding van de interviewer van groot belang. Hoe lang een interview duurt, is afhankelijk van het onderwerp, het aantal vragen, de spanningsboog van de respondent en de kundigheid van de interviewer. Een diepte-interview duurt ongeveer anderhalf á twee uur. Straatinterviews zijn korte interviews. Vaak worden ze ingezet wanneer de onderzoeker op zoek is naar een heersend beeld over een wat luchtiger onderwerp, bijvoorbeeld de inrichting van een openbare ruimte.

Waarom deze methode?

- Tijdens een diepte-interview is het mogelijk om diep op zaken in te gaan en aandacht te besteden aan de persoonlijke wensen, visie en motivatie van de respondent.
- Uit een kort interview, bijvoorbeeld een straatinterview, kan relatief snel een indruk verkregen worden over een luchtig onderwerp.

Resultaat

- Kwalitatieve data, uitgebreide informatie over een onderwerp.

Indicatie inspanning

- Eén diepte-interview + letterlijke uitwerking: een dag.
- Straatinterview + niet letterlijke uitwerking: een half uur per interview.
- Voorbereiding:
 - vragenlijst maken
 - respondenten werven
 - opnameapparatuur in orde maken.

CONTEXT

Overal inzetbaar

CATEGORIE

Informereren en opleiden

DOEL

Kennis en inzichten over een vooraf bepaald thema delen.

DOELGROEP

Voor jongeren vanaf circa 12 jaar.
Geschikt voor verschillende partijen die belang hebben bij kennisvermeerdering over een bepaald thema.

**Praktijkvoorbeeld Themabijeenkomst**

In een klein dorp in Noord-Holland wordt een themabijeenkomst gehouden met als onderwerp 'alcoholpreventie voor jongeren'. Verschillende deskundigen en belanghebbenden, onder wie ook jongeren, gaan in gesprek over de ervaringen en kennis die een ieder over het thema meebrengt. Na afloop hebben de aanwezigen meer inzicht in en kennis van de materie en doen hier hun voordeel mee.

Themabijeenkomst

Het accent ligt op het delen van kennis en inzichten om deze zodoende te vergroten. De werkwijze lijkt op andere methodes, zoals een dialoogbijeenkomst of een verbeterbijeenkomst. Echter, het uitgangspunt is hier de kennis over een bepaald thema.

Waarom deze methode?

- Alle bij het thema betrokken spelers delen hun kennis, waarbij een beroep wordt gedaan op hun eigen ervaringen en inzichten, mogelijkheden en deskundigheden.
- Participatie: jongeren, ambtenaren en jongerenwerkers en/of andere professionals hebben een gelijkwaardige inbreng.

Resultaat

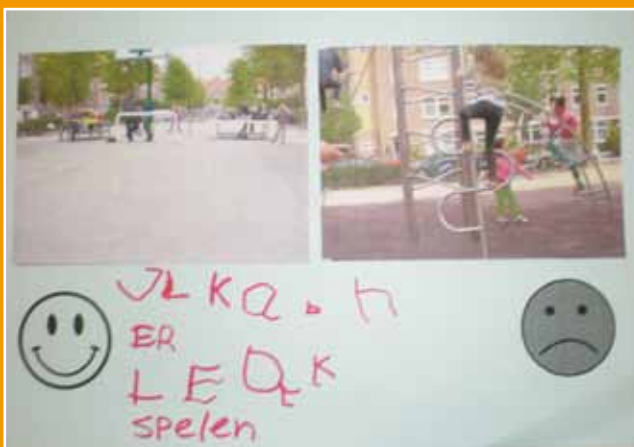
- Kennis genereren.
- Aanvullen van bestaande kennis.
- Nieuwe inzichten verwerven door het delen van kennis.
- Inzicht verwerven in kennis/houding ten aanzien van een thema.

Indicatie inspanning

De inspanning is sterk afhankelijk van de grootte van de bijeenkomst. Houd er rekening mee dat er veel tijd gaat zitten in het werven van deelnemers en het regelen van sprekers.

- Benodigdheden:
 - locatie en catering
 - vrijwilligersvergoeding en (reis)kosten van deelnemers
 - eventueel beamer en laptop voor presentatie
 - kantoorbenodigdheden (pennen, stiften, flip-overs en post-its).

20



CONTEXT
Overal inzetbaar

CATEGORIE
Verbetertraject

DOEL
In dialoog gaan met jongeren en hen daadwerkelijk invloed geven. Samen met jongeren oplossingen bedenken voor concrete situaties en problemen.

DOELGROEP
Geschikt voor jongeren van 8 jaar en ouder. Ook geschikt voor jongeren die verbaal minder sterk zijn.



Praktijkvoorbeeld Verbeterfoto's

Een hangplek voldoet niet aan de wensen van jongeren. Ze maken foto's van de hangplek en van specifieke elementen die niet voldoen. Tevens maken de jongeren foto's van wenselijke situaties (bijvoorbeeld in andere wijken). In een bijeenkomst met professionals lichten de jongeren het fotomateriaal toe en bedenkt de groep wat er nodig is om deze problemen op te lossen. Het beeldmateriaal maakt direct aan professionals zichtbaar waar jongeren mee kampen. In een slotbijeenkomst wordt een concreet plan opgesteld met een taakverdeling. Door de aanwezigheid van alle betrokkenen ligt er na afloop een plan op tafel waar iedereen enthousiast over is en waar de gemeente mee aan de slag kan.

Verbeterfoto's

De methodiek Verbeterfoto's wordt ingezet in een bestaande, concrete situatie die verbetering behoeft. Jongeren, ambtenaren en jongerenwerkers of andere professionals komen in een werkgroep samen om een bestaand probleem op te lossen. Van deze groep is minimaal de helft jongere. De werkgroep komt drie keer bijeen. In de eerste bijeenkomst maken deelnemers foto's van alles wat voor verbetering vatbaar is en hoe jongeren het graag zouden zien. In de tweede bijeenkomst bespreekt de groep wat er nodig is om de problemen op te lossen. De derde bijeenkomst resulteert in een zo concreet mogelijk plan, het liefst met een taakverdeling. Waar mogelijk wordt de oplossing gezamenlijk uitgevoerd.

Waarom deze methode?

- De bij het probleem betrokken spelers lossen het probleem gezamenlijk op, waarbij een beroep wordt gedaan op hun eigen ervaringen en inzichten, mogelijkheden en deskundigheden.
- Participatie: jongeren, ambtenaren en jongerenwerkers en/of andere professionals hebben een gelijkwaardige inbreng.

Resultaat

- Een oplossing voor een concreet probleem of verbetering van een concrete situatie.
- Betrokkenheid van en dialoog met de doelgroep.
- Aanknopingspunten voor vervolgacties.

Indicatie inspanning

De inspanning is sterk afhankelijk van het aantal deelnemers. Houd rekening met de volgende aspecten.

- Doorlooptijd: circa vier weken.
- personele kosten: circa acht dagdelen (uitgaande van twee begeleiders en drie bijeenkomsten).
- Overige kosten:
 - locatie en catering van drie bijeenkomsten
 - vrijwilligersvergoeding en (reis)kosten van deelnemers
 - kantoorbenodigdheden (pennen, stiften, flip-overs en post-its voor discussie)
 - eventueel beamer en laptop voor presentatie.

21

CONTEXT
Overal inzetbaar

CATEGORIE
Verbetertraject

DOEL
In dialoog gaan (tweerichtingsverkeer) met jongeren en hen daadwerkelijk invloed geven. Samen met jongeren oplossingen bedenken voor concrete situaties en problemen.

DOELGROEP
Ongeveer 10 tot 12 deelnemers: jongeren, ambtenaren en jongerenwerkers en/of andere professionals waarvan minimaal de helft jongere is. Geschikt voor jongeren van 12 jaar en ouder.

Praktijkvoorbeeld Verbetergroep

Een jongerencentrum is dringend toe aan een opknapbeurt; nieuwe meubels, frisse kleuren op de muur. De instelling besluit de opknapbeurt nu eens samen met jongeren aan te pakken, in plaats van dat medewerkers deze taak op zich nemen. De methodiek Verbetergroep is hier uitstekend geschikt voor. In de eerste bijeenkomst bespreken jongeren, jongerenwerkers en de directie wat het probleem is met de huidige inrichting (niet gezellig, oud, vies, te weinig zitplekken, et cetera). In een tweede bijeenkomst bedenkt de groep wat er nodig is om deze problemen op te lossen. In de slotbijeenkomst maakt de groep een concreet plan met een taakverdeling. Doordat de betrokkenen het plan samen hebben bedacht, is iedereen er enthousiast over. De directie keurt het plan goed en de jongerenwerkers en jongeren gaan het vervolgens gezamenlijk uitvoeren. Ze storten zich na afloop van de verbetersessies vol enthousiasme op het opknappen van het jongerencentrum. Er wordt gesausd, gewinkeld voor nieuwe meubels, schoongemaakt en ingericht. Na de opknapbeurt wordt er een groot feest gegeven voor de jongeren, leiding en directie.

Verbetergroep

Een Verbetergroep is een werkgroep van jongeren, ambtenaren, jongerenwerkers of andere professionals die samenwerken om een bestaand probleem op te lossen. Van deze groep is minimaal de helft jongere. De Verbetergroep komt drie keer bijeen. In de eerste bijeenkomst gaan deelnemers op zoek naar de oorzaken van het probleem. Ze kunnen bijvoorbeeld foto's van de situatie (zie methode Verbeterfoto's). In de tweede bijeenkomst bespreekt de werkgroep wat er nodig is om de problemen op te lossen. De derde bijeenkomst resulteert in een zo concreet mogelijk plan, het liefst met taakverdeling. Waar mogelijk wordt de oplossing gezamenlijk uitgevoerd.

Waarom deze methode?

- De bij het probleem betrokken spelers lossen het probleem gezamenlijk op, waarbij een beroep wordt gedaan op hun eigen ervaringen en inzichten, mogelijkheden en deskundigheden.
- Participatie: jongeren, ambtenaren en jongerenwerkers en/of andere professionals hebben een gelijkwaardige inbreng.

Resultaat

- Een oplossing voor een concreet probleem of verbetering van een concrete situatie.
- Betrokkenheid van en dialoog met de doelgroep.
- Aanknopingspunten voor vervolgacties.

Indicatie inspanning

Inspanning en kosten zijn afhankelijk van het aantal deelnemers. Houd rekening met de volgende aspecten.

- Doorlooptijd: circa vier weken.
- Personele kosten: circa acht dagdelen (uitgaande van twee begeleiders en drie bijeenkomsten).
- Overige kosten:
 - locatie en catering van drie bijeenkomsten
 - vrijwilligersvergoeding en (reis)kosten van deelnemers.
 - kantoorbenodigdheden (pennen, stiften, flip-overs en post-its voor discussie).
 - eventueel beamer en laptop voor presentatie.

CONTEXT
School

CATEGORIE
Onderzoek/advies

DOEL
In dialoog gaan met leerlingen
in het voortgezet onderwijs en
hen daadwerkelijk invloed geven.
Collectief en niet-anoniem feedback
van scholieren verzamelen.

DOELGROEP
Jongeren in het voortgezet onder-
wijs. Ongeveer 6 tot 10 uitvoerende
studenten en 20 tot 100 passieve stu-
denten. Daarnaast worden docenten
en directie betrokken.

Praktijkvoorbeeld Vraag het de leerling

Een havovwo-school start met het project Vraag het de leerling. De school richt een team op van acht een docent en een directielid begeleiden het team. De scholieren kiezen en bedenken thema's. Vervolgens kiezen en bedenken ze een werkvorm om de thema's te onderzoeken. Ze zorgen voor draagvlak binnen de school en zetten een website op. Na afloop van het project worden de gegevens geanalyseerd, waarvan een rapportage verschijnt. Het team presenteert de eindresultaten aan directie, docenten en leerlingen.

Vraag het de leerling

Een team van leerlingen onderzoekt de kwaliteit van de eigen school en geeft aanbevelingen voor verbeteringen. De leerlingen kiezen zelf de thema's die ze onderzoeken, bijvoorbeeld de sfeer op school, de leraren of het gebouw. Het Leerlingenteam onderzoekt deze thema's met een werkvorm naar keuze. Ze kunnen bijvoorbeeld panelgesprekken organiseren of een enquête maken en verspreiden. Het Leerlingenteam is zelf regisseur en uitvoerder van het project. Een docent begeleidt het Leerlingenteam. De resultaten van het onderzoek en de aanbevelingen worden gepresenteerd op een door het Leerlingenteam gemaakte website.

Waarom deze methode?

- Realiseren van inspraak van scholieren in de kwaliteit en organisatie van hun school.
- Stimuleren van eigen initiatief en inspraak van leerlingen.
- Een praktische methode waarmee docenten stapsgewijs leerlingenparticipatie kunnen vormgeven.
- De directie van de school geeft een serieuze reactie en gaat samen met de leerlingen aan de slag met de aanbevelingen.

Resultaat

- Stelt leerlingen en schoolleiding in staat om erachter te komen wat er op hun school leeft onder leerlingen en welke verbeterpunten zij hebben.
- Versterkt onderlinge discussie en communicatie op school.
- Versterkt de capaciteiten van leerlingen

en schoolteam op het gebied van inspraak, onderzoek, organisatievermogen, presentatievaardigheden en website bouwen.

- Geeft de school een goede publiciteitsmogelijkheid.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: vier maanden.
- De tijdsinvestering van de leerlingen en de begeleidende docent hangt af van hoe groot de leerlingen het project maken. Twee tot vier uur in de week voor zowel begeleidend docent als leerlingen is realistisch.
- Vraag het de leerling is niet een eenmalig project, het komt jaarlijks terug. Na het eerste jaar kan dezelfde of een andere groep leerlingen het traject opnieuw doorlopen. Zo kan de school in de gaten blijven houden wat er speelt onder de leerlingen en wat er moet worden verbeterd.

CONTEXT
Overal inzetbaar

CATEGORIE
Eigen initiatief

DOEL
Jongeren uitdagen om over een bepaald onderwerp na te denken en met een goed voorstel te komen. Jongeren een stem geven, gebruik maken van hun creativiteit, ideeën genereren, hen stimuleren tot nadenken en betrekken bij belangrijke onderwerpen.

DOELGROEP
Jongeren vanaf circa 10 jaar.

Praktijkvoorbeeld Wedstrijd

In Utrecht vindt jaarlijks een wedstrijd plaats voor kinderraden van de verschillende wijken. De raad uit de winnende wijk krijgt een bedrag om het plan uit te voeren (in 2011 was dat € 20.000). Voorbeelden van plannen die hieruit zijn voortgekomen: een kindermuseum, een chillroom waar kinderen kunnen chillen, dansen, graffitispuiten en zelf smoothy's maken, een meidenontmoetingsplek, een kindercafé, et cetera.

Cumulus Welzijn, www.cumuluswelzijn.nl

Wedstrijd

Het uitschrijven van een wedstrijd stimuleert jongeren om na te denken over een bepaald onderwerp dat zij belangrijk vinden. Als methodiek kan een wedstrijd ingezet worden voor een breed scala aan thema's en doelgroepen. Denk aan wedstrijden over het inrichten van speelruimte, plannen om de wijk te verbeteren, maar ook over belangrijke thema's, zoals duurzaamheid. Een wedstrijd is geschikt om ideeën te genereren, maar zet jongeren ook aan tot nadenken over belangrijke onderwerpen. Er zijn verschillende varianten mogelijk. Een prijs uitreiken voor de meest originele ideeën werkt stimulerend. Andere opties zijn een winnend voorstel (eventueel in aangepaste versie) uitvoeren of de winnaar een (virtueel) budget geven om het idee zelf uit te voeren.

Waarom deze methode?

- Jongeren stimuleren tot nadenken over belangrijke onderwerpen.
- Jongeren betrekken bij onderwerp en aanzetten tot participatie.
- Ideeën van de doelgroep achterhalen.

Resultaat

- Empowerment en participatie.
- Out-of-the-box ideeën.
- Inzicht in ideeën van de doelgroep over een bepaald onderwerp.
- Mogelijkheid om aan te zetten tot participatie.

Indicatie inspanning

Inspanning en kosten zijn sterk afhankelijk van de grootte en het doel van de wedstrijd. Houd rekening met de volgende aspecten.

- Het verzinnen van een goed en prikkelend onderwerp voor de wedstrijd en een aantrekkelijke prijs.
- Bekendheid geven aan de wedstrijd: via scholen, sportverenigingen, (lokale) media, internet, sociale media, et cetera.
- Samenstellen van een (deskundige) jury, mogelijk met een bekend persoon om aandacht te genereren.
- Beoordeling van de ingestuurde voorstellen.
- Feestelijke uitreiking:
 - hapjes en drankjes
 - fotograaf/(lokale) media
 - goede locatie
 - belangrijk persoon om de prijs uit te reiken.

CONTEXT
Wijk

CATEGORIE
Verbetertraject

DOEL
Jongeren raadplegen en in dialoog met hen gaan (tweerichtingsverkeer) over de wijk, met het doel de leef-omgeving te verbeteren. Collectief informatie verzamelen over de wijk of buurt.

DOELGROEP
Geschikt voor iedereen, ook voor kinderen. Een groep van ongeveer 5 tot 10 deelnemers.

Praktijkvoorbeeld Wijkschouw

In een wijk in Deventer is veel overlast van jongeren en de verkeersveiligheid laat te wensen over. Het jongerenwerk organiseert een wijkschouw met jongeren die overlast veroorzaken. Hen wordt gevraagd om op een avond te laten zien wat zij van hun wijk vinden. Er vindt ook een wijkschouw plaats met volwassenen. Beide doelgroepen komen aan het woord en de thema's overlast en verkeersveiligheid staan centraal. De groepen gaan samen op zoek naar concrete oplossingen.

Wijkschouw

Een professional (van bijvoorbeeld de gemeente, het jongerenwerk, een woningcorporatie) maakt met een groep jongeren een wandeling door de wijk. Tijdens de wandeling laten jongeren de goede aspecten en verbeterpunten van de wijk zien. Er komen thema's als de straat, verkeersveiligheid, pleinen, sportveldjes, criminaliteit, winkels, et cetera aan de orde. Tijdens de wijkschouw kan gebruik gemaakt worden van foto- en videoapparatuur en vragenformulieren. Jongeren vertellen hoe en waar zij de wijk graag verbeterd zien. De opgedane kennis en het foto- en videomateriaal vormen input voor de wijkverbeterplannen.

Waarom deze methode?

- Vergt relatief gezien weinig inspanning van organisator en jongeren.
- Geeft direct concrete aanwijzingen voor verbeteringen in de wijk.
- Professionals krijgen inzicht in wijk en buurt en in hoe jongeren hun leefomgeving ervaren.

Resultaat

- Inzicht in sterktes en zwaktes van een wijk of buurt vanuit het perspectief van jongeren.
- Concrete aanwijzingen voor verbetering van de wijk.
- Inzicht in hoe leefbaarheid op wijk- en buurt-niveau wordt ervaren.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: twee weken, een week voorbereiding, werving en opstellen van checklist en een week uitvoering.
- Overige kosten:
 - eventueel vragenformulieren, foto- en videoapparatuur.

WijkTalentenTeam[©]

CONTEXT

Wijk, gemeente

CATEGORIE

Eigen initiatief, verbetertraject

DOEL

In dialoog gaan (tweerichtingsverkeer) en jongeren daadwerkelijk invloed geven. Samen met jongeren en andere wijkbewoners de leefbaarheid van een wijk vergroten.

DOELGROEP

Jongeren, wijkbewoners van andere generaties, ambtenaren, jongerenwerkers en/of andere professionals. Ongeveer 10 tot 12 deelnemers. Geschikt voor jongeren van 12 jaar en ouder.

Praktijkvoorbeeld WijkTalentenTeam

Stichting Alexander heeft in samenwerking met diverse betrokkenen in tien verschillende Nederlandse wijken het WijkTalentenTeam ontwikkeld en uitgevoerd.

Het gaat om wijken in de gemeente Amsterdam, Tilburg, Leeuwarden, Enschede, Zeist, Haarlemmermeer, Deventer, Helmond, Hogeveen en Utrecht.

In elke gemeente is er met een team van jongeren gewerkt om de leefbaarheid van de wijk te vergroten. Elke gemeente geeft haar eigen lokale kleur aan het WijkTalentenTeam. Zo is er bijvoorbeeld aandacht geschonken aan sport, kunst & cultuur, de maatschappelijke stage, oud & nieuw of de natuur.

Meer informatie: www.wijktalententeam.nl.

WijkTalentenTeam is een wijkverbeteringsproject gericht op jongeren. Jongeren in de leeftijd van 12 tot 23 jaar worden gestimuleerd om de leefbaarheid in hun eigen wijk te verhogen. De aanpak van WijkTalentenTeam is intergenerationeel. Dit houdt in dat jongeren samen met andere wijkbewoners aan de slag gaan en samenwerken om het welzijn in de buurt te verhogen. Vrijwillige inzet vanuit oprechte betrokkenheid en talentontwikkeling: doen wat je echt wilt en waar je goed in bent, dat zijn de centrale thema's in deze aanpak. De methode WijkTalentenTeam is door Stichting Alexander ontwikkeld en wordt altijd aangepast aan de lokale praktijk. Met behulp van een stappenplan (onderzoek, plan van aanpak, uitvoering activiteiten, evaluatie, doorpakken) resulteert de inzet van een WijkTalentenTeam in een werkzame, overdraagbare, positieve strategie die jongeren en andere wijkbewoners kunnen toepassen om het eigen leefklimaat en de kwaliteit van leven te verbeteren.

Waarom deze methode?

- Eigen initiatief van jongeren en talentontwikkeling wordt gestimuleerd.
- Focus op het versterken van de positie van jongeren in de eigen wijk.
- Vrijwilligers inzet staat centraal.
- Direct actie en resultaat.
- Intergenerationele aanpak: het stimuleren van een interactieve dialoog en samenwerking tussen verschillende generaties wijkbewoners.
- Overige kosten:
 - locatie en catering van bijeenkomsten
 - vrijwilligersvergoeding en (reis)kosten van deelnemers
 - kantoorbenodigdheden (pennen, stiften, flip-overs en post-its voor discussie)
 - middelen voor het uitvoeren van activiteiten.

Resultaat

- Uitvoering van activiteit(en) ter verbetering van de leefomgeving in de wijk.
- Komen tot werkzame, positieve strategieën die jongeren en andere wijkbewoners kunnen inzetten om hun leefklimaat te verbeteren.
- Inspelen op wensen en behoeften van wijkbewoners.
- Betrokkenheid van en dialoog met de doelgroep.
- Aanknopingspunten voor vervolgacties.

Indicatie inspanning

- Doorlooptijd: circa vier maanden. Voorbereiding, draagvlak creëren, team werven, onderzoek uitvoeren, actieplan, activiteiten, evaluatie en vervolgstappen formuleren.

Stappenplan

- Stap 1: Jongeren onderzoeken hun leefomgeving waarmee er zicht komt op wat goed gaat in de wijk en waar verbeteringen wenselijk zijn.
- Stap 2: Jongeren vormen met wijkbewoners een WijkTalentenTeam dat een plan van aanpak maakt voor activiteiten die bijdragen aan de leefbaarheid in de wijk.
- Stap 3: Het plan wordt uitgevoerd zodra middelen en inzet rond zijn.
- Stap 4: Het WijkTalentenTeam evalueert de uitvoering van het plan en presenteert de resultaten.
- Stap 5: Het WijkTalentenTeam formuleert vervolgstappen voor vergroting van de leefbaarheid in de wijk en de borging daarvan.

CONTEXT

Overal inzetbaar

CATEGORIE

Informereren en opleiden

DOEL

Jongeren via workshop tools en kennis aanreiken om actief na te denken over een bepaald onderwerp en hier ideeën over te vormen. Jongeren aanzetten tot actieve vormen van participatie, bijvoorbeeld het zelfstandig opzetten van projecten.

DOELGROEP

Jongeren vanaf circa 12 jaar.

Praktijkvoorbeeld Workshop

Stichting Alexander geeft workshops over verschillende thema's op universiteiten, scholen, bedrijven en binnen instellingen en gemeentes.

Workshop

Een workshop kan ingezet worden om jongeren te betrekken bij een bepaald onderwerp. Ze krijgen daarin kennis en tools aangereikt die hen aanzetten om erover na te denken en ermee aan de slag te gaan. De workshop is niet alleen bedoeld voor kennisoverdracht, er is ook ruimte voor interactieve samenwerking. Er zijn veel verschillende werkvormen mogelijk. Een workshop vraagt om een actieve houding van de deelnemers.

Waarom deze methode?

- Deze methode maakt het mogelijk om ideeën te genereren over een onderwerp naar keuze. De jongeren kunnen bijvoorbeeld voor ruimtelijke ordening een schetssessie organiseren of een maquette bouwen
- Een workshop kan ook ingezet worden om jongeren stapsgewijs te laten nadenken en meewerken aan de ontwikkeling en uitvoering van een plan over een relevant onderwerp.

Resultaat

- Jongeren ontwikkelen bepaalde vaardigheden en kennis en raken betrokken bij een onderwerp door erover na te denken of er zelfs een plan voor te ontwikkelen.
- Inzicht in ideeën en wensen van jongeren.

Indicatie inspanning

- Ontwikkelen van de workshop: zelf doen is een mogelijkheid, maar er zijn ook organisaties die workshops aanbieden. De keuze is onder meer afhankelijk van het beschikbare budget. Een andere optie is een groep jongeren zelf een workshop laten ontwikkelen.
- Werven van jongeren via scholen, sportverenigingen, al betrokken jongeren, ouders, (lokale) media, sociale media, et cetera.

CONTEXT

Instelling, organisatie

CATEGORIE

Discussie, sociale media

DOEL

Laagdrempelige dialoog tussen jongeren onderling en tussen jongeren en professionals of ambtenaren. Inzicht krijgen in de beleving van of het draagvlak voor een bepaald onderwerp en de betrokkenheid van jongeren bij beleid vergroten.

DOELGROEP

Jongeren vanaf circa 12 jaar.

Praktijkvoorbeeld Chatsessie

Een voorbeeld van de inzet van een chatsessie als methode is een onderzoek vanuit Nederland naar kinderrechten en betrokkenheid van jongeren bij beleid op Saba, St. Eustatius en Bonaire. Door middel van een chatsessie wilden de onderzoekers erachter komen wat jongeren op de drie eilanden weten over kinderrechten en of jongeren ook betrokken worden bij beleid dat hierop gericht is. De chatsessie is hier gegoten in de vorm van een focusgroep. Per sessie zijn 12 jongeren geworven om bij uitval nog op een goed aantal van acht jongeren uit te komen. De chat-focusgroep is zo lang herhaald tot er geen nieuwe gezichtspunten of kennis meer naar voren kwamen.

Chatsessie

Een chatsessie via internet of sociale media is een goedkope methode om laagdrempelig en op afstand over een bepaald onderwerp in dialoog te gaan met de doelgroep.

Waarom deze methode?

- Het is een goedkope manier om een specifieke doelgroep te bereiken en inzicht te krijgen in hun meningen en ideeën over bepaalde onderwerpen.
- Het is een manier om een dialoog te creëren tussen jongeren onderling (bijvoorbeeld in de vorm van focusgroepen) of tussen jongeren en professionals of ambtenaren.
- De methode kan ingezet worden om dialoog te creëren, zelfs als de fysieke afstand tussen jongeren en professionals/ambtenaren groot is. Het is ook een manier om snel informatie te verkrijgen van een doelgroep, bijvoorbeeld door jongeren tijdens een vak op school een kwartier te laten deelnemen aan een chatsessie.
- Informatie wordt digitaal verzameld en is dus gemakkelijk te verwerken.
- De methode sluit aan bij de leefwereld van de huidige generaties jongeren.

Resultaat

- Overzicht van ideeën en meningen die jongeren hebben over een bepaald onderwerp.
- Vergroten van betrokkenheid bij specifiek beleid.
- Het creëren van een dialoog waarin verschillende uitgangspunten belicht kunnen worden.

Indicatie inspanning

- Werven van jongeren voor chatsessie: dit onderdeel is van groot belang voor het daadwerkelijk slagen van de chatsessie. Het aantal jongeren dat meedoet, moet voldoende zijn om een goed beeld te krijgen van de situatie. Hierbij kan afhankelijk van het onderwerp gebruik gemaakt worden van sociale media als Hyves, en Facebook, scholen, sportverenigingen, jongerenorganisaties, (lokale) media, ouders, al betrokken jongeren, et cetera.
- Trainen van de persoon die de chatsessie gaat begeleiden.
- Plannen van de sessie + uitzoeken medium voor chatsessie (bijvoorbeeld MSN).

CONTEXT
Gemeente

CATEGORIE
Onderzoek/advies, Belangenbehartiging en
vertegenwoordiging

DOEL
Jongeren als Jongerenambassadeurs laten
meedenken over en inspraak geven in een
onderwerp dat hen oprecht interesseert.

DOELGROEP
Jongeren van 15-25 jaar die zich vanuit
interesse willen inzetten voor een bepaald
onderwerp (portefeuille), bijvoorbeeld sport,
ondernemen of onderwijs. Het gaat dus niet
om jongeren die politiek geïnteresseerd zijn,
maar om jongeren die een bepaald onderwerp
interessant vinden.

Jongerenambassadeurs

Een groep Jongerenambassadeurs bestaat uit ongeveer 15 tot 18 jongeren (concept van Youth and the City). Jongeren kunnen solliciteren op een portefeuille. Zij worden niet aangenomen op grond van politieke interesse, maar juist vanwege hun affiniteit met het onderwerp van de portefeuille. Dit zorgt voor een divers samengestelde groep. Jongeren worden gekoppeld aan een beleidsambtenaar op dit onderwerp. Deze ambtenaar neemt de jongere mee naar congressen, praat hem of haar bij over het beleid, overlegt met hem of haar en laat de jongere meedenken. De Jongerenambassadeurs kunnen zowel gevraagd als ongevraagd advies geven, met een vast aantal adviezen per jaar (volgens afspraak met de gemeente). De groep kan gevraagd worden om een groot advies uit te brengen, waarbij de achterban breed geraadpleegd wordt, of om een klein advies uit te brengen met een brainstorm in de groep in aanwezigheid van een beleidsambtenaar. De Jongerenambassadeurs vergaderen elke week. Ze moeten minimaal drie van de vier vergaderingen aanwezig zijn. Persoonlijke ontwikkeling van de jongeren is een belangrijk onderdeel. Ze worden individueel en als groep begeleid, waarbij persoonlijke coaching een onderdeel is van de individuele begeleiding. Deze individuele coaching sluit aan op de wensen en motivatie van de jongeren en kan breed ingezet worden: van begeleiden op vaardigheden tot coaching bij sollicitaties.

Waarom deze methode?

- Met deze methode mobiliseert de gemeente een betrokken en divers samengestelde groep van jongeren die meedenken over beleid dat hen aangaat en interesseert.
- De gemeente kan deze jongeren ook inzetten voor grotere en kleinere adviezen over hoe zij in haar beleid kan aansluiten op deze doelgroep.

Resultaat

- Inspraak en meedenken vanuit jongeren over beleid dat hen aangaat.
- Inzicht in de behoeften van de brede achterban van deze jongeren.
- De deelnemende Jongerenambassadeurs zijn geïnteresseerd in een bepaald onderwerp.

Vervolg op volgende pagina >

Praktijkvoorbeeld Jongerenambassadeurs

Youth and the City is een onafhankelijke organisatie die voor de gemeente Den Haag de Jongerenambassadeurs heeft opgezet en dit inmiddels ook voor andere gemeenten heeft gedaan. In Den Haag bestaan de Jongerenambassadeurs nu sinds 2006. Men volgt hier de methodiek zoals eerder beschreven. Het is volgens de projectleider van Youth and the City essentieel dat gemeenten jongeren al betrekken bij de koersbepaling en niet pas bij een koerswijziging. Uiteindelijk leidt dit tot betere aansluiting van het beleid op de jongerendoelgroep. Dit scheelt gemeenten tijd en geld. De Haagse Jongerenambassadeurs hebben bijvoorbeeld voor een advies over onderwijs 500 enquêtes afgenomen onder jongeren in Den Haag. Ze hebben daarmee een duidelijk beeld gekregen van de wensen en behoeften van jongeren in de gemeente aanzien van onderwijs. Een ander voorbeeld is de vertegenwoordiging van jongeren op inspraakavonden. Jongeren zijn over het algemeen slecht vertegenwoordigd op deze avonden. Door middel van video-opnamen en straatinterviews hebben de Jongerenambassadeurs ervoor gezorgd dat andere jongeren toch vertegenwoordigd waren bij een belangrijke inspraakavond.

Om jongeren betrokken te houden, is het belangrijk dat er niet alleen maar vergaderd wordt, maar juist dat de Jongerenambassadeurs ook de leuke kanten van het ambassadeurschap zien. Bijvoorbeeld gastheer en gastvrouw zijn bij een nationaal jongerenevenement, radio-optredens, congressen, et cetera. Ook duidelijke kaders en randvoorwaarden zijn volgens Youth and the City belangrijk. De Jongerenambassadeurs hoeven niet alles zelf te doen. Dat ze jong zijn en een achterban hebben, maakt hen immers geen expert op het gebied van financiën of andere zaken. Als de randvoorwaarden in orde zijn, kunnen de Jongerenambassadeurs meedenken over gemeentelijk beleid.

Contactinformatie:

*Youth and the City, www.youthandthecity.nl
Haagse Jongerenambassadeurs,
www.haagsejongerenambassadeurs.nl
Jongerenambassadeurs Zoetermeer,
www.jazoetermeer.nl*

Contactpersoon:

Alan Bredenhorst, Alan@YouthAndTheCity.nl

Zo ontstaat er een gevarieerde groep waarin jongeren hun talenten kunnen ontdekken, maar waaraan zij zich ook kunnen optrekken. Jongeren worden in heel veel zaken meegenomen en er is veel onderlinge ondersteuning (peer to peer).

Indicatie inspanning

- Voorbereiding: met een externe uitvoeringsorganisatie kost het een beleidsambtenaar ongeveer vier uur per week. Een externe projectleider is met het voorbereiden van vergaderingen, het opzetten van het project en de individuele begeleiding circa tien uur per week kwijt. De Jongerenambassadeurs hebben een aanlooptijd van ongeveer half jaar nodig. Eventueel kan het ook goedkoper of intern gedaan worden, maar er is continuïteit en structuur nodig om het goed neer te zetten.

- Uitvoering: met een externe uitvoeringsorganisatie kost het een beleidsambtenaar vier uur per week en een projectleider tien uur per week.
- Natraject: niet van toepassing. Jongerenambassadeurs is een methodiek die lange tijd loopt.
- Kosten:
 - vergoeding van reiskosten jongeren
 - PR
 - uren voor de begeleiding van jongeren door externe organisatie of intern
 - incidentele zaken.

CONTEXT
Gemeente

CATEGORIE
Discussie, ondervraging, onderzoek/
advies

DOEL
Jongeren actief laten participeren in
beleidsvorming, zodat een gemeente
beter inspeelt op de behoeften van
jongeren.

DOELGROEP
Jongeren van 15 tot 23 jaar.

This is App!

De gemeente laat jongeren zelf verwoorden via welke methode zij willen participeren. In Appingedam wordt de voorkeur gegeven aan een combinatie van de volgende methoden van jongerenparticipatie.

- 1. Live contact tussen de gemeente en jongeren op school.*
- 2. De jongeren vullen op school een enquête van de gemeente in.*
- 3. Een jongerenraad vertegenwoordigt de mening van alle jongeren in vergaderingen met een vertegenwoordiger van de gemeenteraad.*

Via deze combinatie van jongerenparticipatiemethoden kan de gemeente gebruik maken van de ervaringsdeskundigheid van de jongeren. De jongeren weten zelf immers het beste aan welke voorzieningen zij behoefte hebben. Op die manier kan de gemeente in de beleidsvorming inspelen op de wensen en behoeften van jongeren.

Praktijkvoorbeeld This is App!

De methode This is App! is voortgekomen uit een onderzoek dat uitgevoerd is in 2011. In de tussentijd heeft er een aantal personele wisselingen plaatsgevonden bij de gemeente. De methode is nu startklaar om in Appingedam ingezet te worden.

*Contactinformatie: CMO Groningen, Dorine Sibbes,
050 5770101 of Gemeente Appingedam.*

Waarom deze methode?

- Je laat jongeren zelf verwoorden via welke methode zij willen participeren.
- Jongeren krijgen alle kans om op verschillende manieren hun stem te laten horen.
- Alle jongeren worden geïnformeerd en om een mening gevraagd.
- Via benadering op school ontstaat vertrouwen en door informatie-uitwisseling ontstaat er meer begrip en binding tussen de gemeente en de jongeren.

Resultaat

- De gemeente treedt live in contact met jongeren op school door hen een enquête in te laten vullen op school en door een jongerenraad op te zetten. Het contact tussen de gemeente en de jongeren verhoogt zowel het draagvlak voor beleid (live contact en enquête) als de kwaliteit van het beleid (jongerenraad).
- Jongeren zien dat ze invloed hebben op beleid.

Indicatie inspanning

In Appingedam zijn ze ongeveer een half jaar bezig geweest met de voorbereiding van This is App! Het idee is om duurzame participatie te realiseren. Daarom is het van belang dat een vertegenwoordiger van de gemeente in samenwerking met de Algemene Stichting Welzijn Appingedam de uitwerking op zich gaat nemen. De volgende taken kunnen verdeeld worden.

- Begeleiden live contact tussen gemeente en jongeren op school.
- Ontwerpen van de enquête, deze afnemen en de data analyseren, in samenwerking met de jongerenraad.
- Begeleiden jongerenraad.
- Terugkoppeling aan de jongeren.
- Monitoren van de voortgang van jongerenparticipatie.

CONTEXT

Wijk, instelling/organisatie, gemeente, school

CATEGORIE

Advies, verbetertraject, eigen initiatief, sociale media

DOEL

Het realiseren van eigen passie (doel) van jongeren door middel van een eigen op te bouwen netwerk en een digitaal signaleringssysteem.

DOELGROEP

Jongeren (12-23 jaar) en volwassenen (23 jaar en ouder)

Pitchies

Pitchies kan voor veel verschillende projecten en trajecten ingezet worden. Het is een methode om jongeren op een praktische manier te ondersteunen bij het uitvoeren van projecten. In een Pitchiestraject staat de jongere centraal. Hij of zij wordt daarom ook projectleider genoemd in het project. Het eigen netwerk van de jongeren wordt gebruikt om het doel van het project te realiseren. De jongeren gaan zelf het traject aansturen en coördineren

Praktijkvoorbeeld Pitchies

Pitchies is in eerste instantie ontstaan om vroegtijdig schoolverlaters op een goede manier verder te helpen. Nu wordt het onder andere ingezet in interventietrajecten, arbeidstoeleiding (naar werk wat echt past), wijkcentra, gemeenten, jeugdzorg, justitiële inrichtingen, -en hulpverlenende instellingen. Het jongerenwerk in Deventer werkt met Pitchies. Jongeren initieerden daar projecten als: het realiseren van twee pannakooien, breakdancematten, een hiphopfeest en No-Limit (uitgaansavond voor jongeren met een beperking). Het Studio Project is ook een goed voorbeeld. In dit project zijn twee jongeren centraal gesteld als projectleider. De studio was oud en vervallen en de apparatuur vol-

deed niet meer. Zowel een verbouwing als nieuwe apparatuur was een wens. Het Pitchiestraject is van start gegaan en er werd in mogelijkheden gedacht. Daarna is het netwerk van de jongeren benaderd om mee te denken en te werken. Dit heeft geresulteerd in een complete verbouwing en het opknappen van de geluidsstudio en in nieuwe apparatuur. De twee projectleiders van het studioproject zijn beheerder geworden van de studio en geven elke week raplessen aan de jongere kinderen uit de wijk.

Contactinformatie: Pitchies, Wilfred en Christina Lintsen, 0570-760334, www.pitchies.com.

door co-creatie (methode) en een elektronisch systeem (tool). In de co-creatiesessies worden de doelen en mogelijkheden van het traject besproken. Er wordt gedacht in mogelijkheden in plaats van in onmogelijkheden. Vervolgens wordt er gekeken naar wat gemakkelijk haalbaar is, wat haalbaar is en wat moeilijk haalbaar is. Alles wat gemakkelijk haalbaar is, wordt als eerste omgezet in concrete acties die in het elektronische systeem ingevoerd worden. De andere acties komen later in het traject. De jongeren krijgen een inlogcode voor het systeem, gekoppeld aan e-mail, sms, Hyves, Facebook of Twitter (wat ze zelf willen). De jongeren bepalen zelf wanneer acties afgerond moeten worden en weten via het systeem precies bij welke acties zij betrokken zijn. Het elektronische systeem ondersteunt de methode vanaf de eerste co-creatiesessie tot aan het eind.

Waarom deze methode?

- Iedereen kan meedoen.
- Jongeren krijgen inzicht in processen.
- Jongeren worden in staat gesteld om hun eigen passies (doelen) te realiseren.
- Jongeren worden gestimuleerd om hun eigen netwerk in te zetten en uit te breiden.
- Het ondernemerschap en eigen initiatief van de jongere staan centraal (Elke stap moet zelf gezet worden).
- Resultaten zijn direct zichtbaar en dat bevordert het enthousiasme van deelnemers.

Resultaat

- Realisatie van eigen passie (doel) van jongeren.
- Tijdsparing van trajecten/projecten en een goede doorloop van het project.
- Op korte termijn bedenken en uitvoeren van concrete acties.
- Uitbreiding en opbouw van netwerk van jongeren.

Indicatie inspanning

- Gemiddelde doorlooptijd: circa drie maanden.
- Inschakeling van coaches van Pitchies.
- Aanwezigheid tijdens co-creatiesessies.
- Bereikbaarheid is 24/7 voor elke jongere in een Pitchiestraject.

CONTEXT
Gemeente, wijk

CATEGORIE
Verbetertraject, eigen initiatief

DOEL

Het directe doel van Talenthouse is: jongeren benaderen als actieve en participatieve personen die talenten hebben. Dit doet RadarAdvies door een zodanige werkomgeving en werkcultuur te organiseren waarin jongeren in staat worden gesteld, geprikkeld en uitgedaagd hun eigen vraag, en talenten te ontdekken, ontwikkelen en te openbaren. Uitgangspunt is dat RadarAdvies coach is en jongeren zelf uitvoeren. RadarAdvies neemt niet over.

DOELGROEP

De doelgroep bestaat uit alle jongeren (jongens en meiden) van 12 tot 23 jaar. De nadruk ligt op jongeren van 12 tot 15 jaar, omdat men verwacht dat deze meer openstaan voor de beoogde nieuwe werkwijze dan oudere jongeren die al gewend zijn aan het oude.

Talenthouse

Een Talenthouse is een voorziening waar jongeren hun talenten ontwikkelen liefst in samenhang met de bewoners in de wijk en niet geïsoleerd vanuit ‘het eigen plek denken’. Een omgeving waar jongeren geprikkeld worden zelf activiteiten of projecten bedenken, zelf een plan maken, zelf uitvoeren en zelf evalueren. De methodiek Talenthouse geeft richtlijnen om een omslag te maken in de manier waarop jongerenwerkers jongeren benaderen. Uitgangspunt is een positieve visie op de aanwezigheid van jongeren in het publieke domein. Jongeren moeten in dat domein de gelegenheid krijgen om hun grenzen te ver-

Praktijkvoorbeeld Talenthouse

RadarAdvies heeft de methodiek onder andere in de Rotterdamse deelgemeente IJsselmonde ingezet volgens onderstaand stappenplan.

Fase 0: jongerenwerkers en andere veldpartijen worden getraind in de visie en werkwijze Talenthouse (kanteling denken en doen). De training is een traject van 1 jaar met een basistraining en on the job momenten.

Meer informatie: www.radaradvies.nl

leggen, hun kwaliteiten op positieve wijze te ontwikkelen en dit te doen in relatie tot de omgeving en de samenleving.

De Talentencyclus vindt plaats in (of vanuit) locaties die jongeren bezoeken of waar jongeren ook gebruik van kunnen maken en waar ook een deel van de coalitiepartners gehuisvest kan zijn en waar ook activiteiten door en voor anderen dan jongeren plaatsvinden. Deze locatie wordt ook beschreven als een 'Talenthouse': een huis waar jongeren, als producent, hun eigen talenten ontdekken en ontwikkelen in relatie met de wijkpartners.

Waarom deze methode?

- Competentieontwikkeling en activering van jongeren staan centraal.
- Jongeren proberen activiteiten uit en ontdekken eigen talenten en kwaliteiten.
- Jongeren ontplooiën zich als medeverantwoordelijke burgers.

Resultaat

- Een goede voorziening waar verschillende jongrengroepen en bewoners welkom zijn.
- Jongeren ontwikkelen hun kwaliteiten.
- Jongeren leren actief te participeren in de maatschappij.
- De dominante hangcultuur wordt doorbroken.
- Jongerenwerkers in een andere rol: van uitvoerder en belangenbehartiger naar coach en talentonderzoeker.

Indicatie inspanning

- Traject kanteling van een oude naar een nieuwe en talentgericht werkwijze.
- Doorlooptijd: circa drie maanden voor de voorbereiding. Het trainingstraject van jongerenwerkers duurt ongeveer een jaar.

Colofon

Auteurs

Stichting Alexander: Jody Bauer en Leo Rutjes
Verwey-Jonker Instituut: Renske van der Gaag en Jodi Mak

Met medewerking van

Wilfred en Christina Lintsen, Pitchies; Han Paulides, RadarAdvies;
Dorine Sibbes, CMO Groningen; Alan Bredenhorst, Youth and the City.

De Toolkit Jeugdparticipatie (publicatie en website) is mede mogelijk gemaakt door:

ZonMw, Programma Vrijwillige inzet voor en door jeugd en gezin.



Ontwerp: Ontwerppartners (www.ontwerppartners.nl)
Drukwerk: OCC dehoog mediapartners
Oplage: 1.000

© Stichting Alexander en Verwey-Jonker Instituut, 2012
ISBN/EAN: 978-90-8903-022-1



Welke methode kun je nu het beste inzetten als je jongeren wilt raadplegen of eigen initiatief van jongeren wilt stimuleren? En welke methode is geschikt om een participatietraject met jongeren in een wijk of school vorm te geven?

Deze Toolkit Jeugdparticipatie helpt u op weg en geeft antwoord op deze vragen. Laat u stapsgewijs informeren, inspireren en motiveren om aan de slag te gaan met jongerenparticipatie.

De Toolkit Jeugdparticipatie is onderdeel van Be Involved. Be Involved is de verzamelnaam van verschillende instrumenten ter bevordering van jeugdparticipatie in gemeenten, zie www.be-involved.nl. Het is een initiatief en product van Stichting Alexander en het Verwey-Jonker Instituut.

www.toolkit-jeugdparticipatie.nl

