

**HET 100^{ste} ADVIES VAN DE
HAAGSE JONGERENAMBASSADEURS**

JONGERENPARTICIPATIE

2015



Geschreven door 125Procent en de Haagse Jongerenambassadeurs

© Haagse Jongerenambassadeurs 2015



100^{ste} ADVIES HAAGSE JONGERENAMBASSADEURS

VOORWOORD

De Haagse Jongerenambassadeurs bestaan tien jaar. In deze tien jaar hebben in totaal 64 jongerenambassadeurs deelgenomen aan het project. Tijdens het 10 jarig jubileumfeest hebben de huidige Haagse Jongerenambassadeurs, samen met voormalige Haagse Jongerenambassadeurs de kennis en ervaring van de afgelopen jaren verzameld en hun 100^{ste} advies ontwikkeld.

De Haagse Jongerenambassadeurs vervullen een brugfunctie tussen de gemeente Den Haag en de Haagse jongeren. De Haagse Jongerenambassadeurs brengen adviezen uit aan de gemeente om de kloof tussen de gemeente en de jeugd te verkleinen. In de afgelopen 10 jaar hebben zij vele adviezen gegeven. Hieruit bleek dat veel organisaties en projecten tegen dezelfde problemen aanliepen bij het laten participeren van jongeren, zij hebben vaak moeite om jongeren te benaderen en participatie te stimuleren en jongeren vervolgens aan hen te binden. Daarom dit 100^{ste} advies voor iedereen die nu, of in de toekomst jongeren optimaal wil laten participeren.

De Haagse Jongerenambassadeurs bedanken de gemeente Den Haag dat zij al tien jaar lang worden ondersteund door de gemeente en bedanken iedereen die heeft meegewerkt aan dit 100^{ste} advies. Speciale dank gaat uit naar de Bossche Jongerenambassadeurs en de begeleiders van 125Procent.

VERANTWOORDING

Jongeren barsten vaak van talent en goede wil. Jongeren willen dingen leren, serieus genomen worden, plezier hebben, met leeftijdsgenoten interessante dingen doen en een bijdrage leveren aan de maatschappij. Het actief betrekken van jeugd is zowel een uitdaging als een vaardigheid waar je verschillende tools voor kunt gebruiken. Met dit advies, welke zoveel mogelijk is geschreven als handleiding, bieden de Haagse Jongerenambassadeurs een hulpmiddel voor het betrekken van jongeren bij duurzame participatie.

Het allerbelangrijkste als je jongeren benadert, is dat je hun als specialist behandelt. Zij weten wat ze willen en bij een juiste afspiegeling van de achterban weten ze ook wat hun achterban wil. Neem jongeren serieus en praat met hen in plaats van óver hen. Hierin moet je als organisatie of projectleider de jongeren in ondersteunen door de juiste kaders te scheppen, regels op te stellen (liefst samen met de jongeren), hen leren te communiceren met beleidsmakers en hen te belonen waardoor ze gestimuleerd worden te participeren. Deze handleiding geeft handvatten hoe je dit het beste kunt aanpakken.

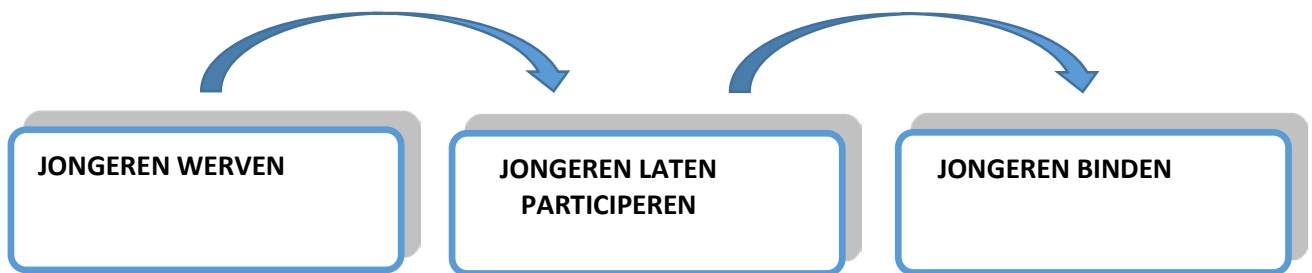
ADVIES

Het advies van de Haagse Jongerenambassadeurs is om jongerenparticipatie beter en vaker in te zetten. Dit kan op verschillende manieren:

1. Dit advies en de checklists gebruiken voor uw organisatie of project;
2. Dit advies lezen voorafgaande aan het een adviesgesprek met de Haagse Jongerenambassadeurs;
3. Anderen informeren over het advies en hen aanzetten tot gebruik hiervan;
4. Blijf dit advies toepassen, het liefst structureel.

SAMENVATTING

Dit advies bevat informatie, handreikingen en voorbeelden waarmee stap voor stap een participatietraject kan worden doorlopen. Het advies jongerenparticipatie is opgedeeld in 3 fasen: jongeren werven, jongeren laten participeren en jongeren binden. Elke fase bevat een checklist.



Bij het werven van jongeren is het belangrijkste advies om met een kleine groep te starten, die je vervolgens inzet om de rest van jongeren te werven. Denk bij de werving ook vast na over de reden waarom jongeren zouden willen deelnemen, houd het laagdrempelig om deel te nemen, wees origineel en opvallend in je promotie en zoek samenwerkingspartners.

Bij jongerenparticipatie moet je jongeren serieus nemen, terwijl ze toch ook gewoon jong mogen blijven. Creëer vertrouwen, geef hen een gevoel van eigenaarschap en geef terugkoppeling op wat er gebeurt met hun ideeën. Daarnaast blijft het belangrijk over de reden waarom ze deelnemen: what's in it for them?

Om jongeren te boeien en te binden, zodat ze lang betrokken blijven, moet er een goede begeleider op de groep zitten. De groep de juiste samenstelling hebben en de sfeer moet goed zijn. Houd het ook interessant voor de jongeren en houdt de communicatie open en transparant.

CHECKLISTS

In elk hoofdstuk zijn checklists opgenomen. Zij dienen ter ondersteuning bij het werven, participeren en binden. Niet alle stappen zijn bij ieder project of organisatie van toepassing. Sommige punten zullen bij elke checklist terugkomen, omdat het werven, participeren en binden van jongeren nauw met elkaar samenhangt. 'What's in it for them' en 'jongeren serieus nemen' zijn bijvoorbeeld in meerdere fasen een belangrijk punt.

FASE 1: JONGEREN WERVEN

De werving van jongeren is een belangrijk voorwaarde voor het laten slagen van jongerenparticipatie. Dit is tegelijk ook één van de moeilijkste en wordt vaak overschat. Een goed wervingsplan is daarom erg belangrijk.

Voordat je onderzoek gaat doen naar de doelgroep die je wilt bereiken en hoe je deze gaat benaderen, raden wij het aan om eerst een x-aantal jongeren als vrijwilliger te werven die jou hierbij kunnen helpen. Deze groep jongeren kennen jouw doelgroep, zij zijn de doelgroep en daarom kunnen zij je voorzien van waardevolle adviezen om de groep uit te breiden.

Zet de eerste jongeren die deel (willen) nemen direct in als ambassadeurs om de volgende jongeren te werven en blijf ze continu inzetten voor communicatie met de achterban. Jongeren uit de doelgroep die zelf laten weten dat het leuk is, kunnen een grote marketingwaarde hebben.

De jongeren die zich bij jouw project of organisatie (willen) aansluiten doen dit wellicht niet voor niets. Als je dat weet, is het belangrijk om je als organisatie af te vragen wat jij de jongeren te bieden hebt oftewel 'What's in it for them?' Hierdoor kun je hen laten zien wat zij er zelf aan hebben om voor jouw organisatie aan de slag te gaan.

Luister naar de ideeën van jongeren, ga met ze in gesprek en gebruik daadwerkelijk iets van hun ideeën. Laat de jongeren daarom meedenken en meebeslissen over onder andere de marketingmiddelen, de boodschap en combinatie van middelen en geef hiervoor kaders aan.

Werk niet incidenteel, maar structureel. Organiseer de werving m.b.v. een plan en wijs één of meerdere verantwoordelijke mensen aan.

Zo zijn er verschillende wervingsstrategieën die gehanteerd kunnen worden:

- Organiseer interessante activiteiten voor jongeren en laat ze zo kennis maken met de organisatie, (andere jonge) collega's en de sfeer.
- Vraag jongeren eerst voor korte klussen, voordat je ze een commitment laat maken voor de lange termijn.
- Vraag deelnemers van activiteiten om een keer te helpen, of geef ze langzaam steeds meer verantwoordelijkheid.
- Noem het geen vrijwilligerswerk. Dit is voor jongeren een stoffige term. Vervang dit door termen als begeleider, coach, of bijvoorbeeld ambassadeur.
- Probeer andere jongeren in te zetten om jouw doelgroep te bereiken.
- Het is zinvol om gebruik te maken van de lokale media die zich op jongeren richten en probeer met leuke of interessante activiteiten in de media te komen.

CHECKLIST JONGEREN WERVEN

WAAR ZIT JE DOELGROEP?

- Doe research naar de door jou gekozen doelgroep.
- Stem (promotie)middelen af op media en locaties.
- Bereik jouw doelgroep waar zij (het meest) actief zijn.

WHAT'S IN IT FOR THEM

- Geef aan wat het ze kan opleveren: CV opbouwen, netwerk, carrièremogelijkheden, bekendheid, media aandacht, inspiratiebron voor anderen zijn, sociale contacten etc.
- Organiseer interessante activiteiten voor jongeren en laat ze zo kennis maken met de organisatie, (andere jonge) collega's en de sfeer. Vraag ze voor korte klussen.
- Geef de jongeren een belangrijke functie, zoals ambassadeur zijn.

CONTACT OPNEMEN MOET LAAGDREMPELIG ZIJN

- Let op de 'Tone of voice' van het bericht, de manier waarop je het bericht laat overkomen op jouw doelgroep.
- Diverse marketingtools inzetten op plaatsen waar jouw doelgroep actief is, denk aan: Facebook, Instagram, flyers, YouTube.
- Ken de in's en out's van de communicatiemiddelen en hoe je deze moet inzetten.
- Wees jezelf als organisatie/instantie; puurheid.
- Aan de hand van type evenement een strategie van benadering uitwerken.
- De boodschap moet kort en krachtig zijn, jongeren hebben soms een korte spanningsboog.
- Vraag deelnemers van activiteiten om een keer te helpen, probeer ze langzaam meer te betrekken en verantwoordelijkheid te geven.

GEEF HET GEVOEL VAN BETROKKENHEID

- Voorkom het gebruik van massacommunicatie.
- Opzet van het bericht; 'Geachte meneer/mevrouw' creëert afstand. Zorg voor een persoonlijke benadering.
- Betrek je doelgroep bij het uitdenken, co-creatie!

WEES ORGINEEL EN OPVALLEND

- Origineel: gebruik humor en nieuwe media.
- Opvallend: herkenbaar/iets dat terugkeert/in verschillende situaties dezelfde boodschap verkondigen.
- Het is zinvol om gebruik te maken van de lokale media. Dit zorgt voor naamsbekendheid. Door veel met leuke of interessante activiteiten in de media te komen, krijgt jouw organisatie een dynamisch imago wat de werving ten goede komt.

STAP UIT JE EIGEN COMFORTZONE

- Probeer in het referentiekader van jouw (jongeren)doelgroep te komen.
- Probeer je in te leven hoe je was toen jij jong was, maar verplaats dit wel naar het hier en nu.

GEEF GEVOEL VAN HERKENNING

- Jongeren willen wel de herkenning vanuit hun 'type', maar willen niet altijd zo benoemd worden (spanningsboog tussen ergens bij horen en een individu zijn).

ZOEK SAMENWERKINGSPARTNERS

- Je kan voor jouw project of organisatie jongeren inzetten die ook al bij een andere organisatie actief zijn.
- Probeer via verschillende kanalen jouw doelgroep bereiken.
- Probeer andere jongeren in te zetten om jouw doelgroep te bereiken. Dit is nog altijd de meest succesvolle manier van werven.

FASE 2: JONGEREN LATEN PARTICIPEREN

De volgende stap is jongeren laten participeren. Hoe zorg je ervoor dat jongeren zich betrokken voelen en dat ze actief gaan meedenken, meebeslissen en meedoen?

CHECKLIST JONGEREN LATEN PARTICIPEREN

WHAT'S IN IT FOR THEM

- Kruip in de belevingswereld van de jongeren.
- Geef ze het gevoel dat ze gewaardeerd worden.
- Geef aan wat het ze kan opleveren: CV opbouwen, netwerk, carrièremogelijkheden, bekendheid, media aandacht etc.

NEEM JONGEREN SERIEUS

- Jongeren zijn in deze situatie de experts.
- Sta open voor de input van jongeren.
- Luister goed naar ze.
- Voel je niet verheven.
- Probeer op gelijke gronden te gaan staan.
- Zet ze in bij een taak waar ze zich gewaardeerd voelen, maak geen misbruik van hun vrijwillige inzet.
- Laat jongeren in hun waarde.
- Noem wat ze doen nooit vrijwilligerswerk. Dit is voor jongeren een stoffige term. Vervang dit door termen als begeleider, coach, ambassadeur, e.d.

GEEF DUIDELIJKE KADERS

- Geef duidelijke kaders, maar laat ze wel alles zeggen.

JONGEREN MOGEN GEWOON JONG BLIJVEN

- Zet ze in hun kracht en plaats ze niet te veel in een volwassen rol.
- Ze mogen alles zeggen wat ze willen en wat zij belangrijk vinden.
- Probeer ze te stimuleren, niks is fout (bij wijze van spreken).
- Naast de serieuze zaken leuke dingen met elkaar gaan doen. Tip: laat iedereen altijd pauze houden en stimuleer ze om misschien even gek te doen in de pauze.

CREEËR VERTROUWEN

- Kom vaker langs.
- Kom afspraken na.
- Geef de jongeren veel waardering.

GEEF JONGEREN HET GEVOEL VAN EIGENAARSCHAP

- Geef ze het gevoel dat ze controle hebben en zeggenschap.
- Laat ze meedenken maar blijf zelf de controle houden.

GEEF TERUGKOPPELING

- Laat zien dat ze van toegevoegde waarde zijn.
- Laten weten wat er met hun input gebeurt.
- Leg ook uit wanneer er niets mee gebeurt en waarom.
- Altijd nakomen wat je belooft.
- Regelmatig op de hoogte houden.
- Notulen bijhouden en doorsturen.

FASE 3

In de laatste fase, wordt er inzicht gegeven op de vraag: 'Hoe zorg je ervoor dat jongeren blijven, terugkomen of vaker komen?'

CHECKLIST JONGEREN BINDEN

WHAT'S IN IT FOR THEM?

- Blijf individuele coachingsgesprekken hebben.
- Geef veel persoonlijke begeleiding.
- Zorg dat jongeren iets leren.
- Zorg voor media aandacht.
- Kom je eerdere beloftes na.
- Sociale contacten.
- Geef ze het gevoel dat ze iets bijdragen in de maatschappij.

HELDERHEID

- Maak duidelijke doelen en afspraken, liefst samen met de jongeren.
- Waar doen we het voor?
- Wat is ieder z'n rol?
- Wat zijn de regels?

EEN GOEDE BEGELEIDER

- Zorg dat je 'one of the guys' (maar doe niet té populair) bent en tegelijkertijd 'in control' blijft.
- Iedereen gelijk behandelen.
- Jezelf niet beter voordoen dan de jongeren die je begeleidt.
- Met passie je werk doen.
- Talenten ontdekken van de jongeren en ze helpen deze te ontwikkelen.
- Stel regels op in samenwerking met de jongeren en handhaaf ze daarna.
- Altijd aanwezig zijn en het goede voorbeeld geven met hard werken, op tijd zijn, inzet, etc.
- De taal van de jongeren begrijpen (niet persé spreken).
- Notuleer om alle touwtjes in handen te houden: geef in de notulen aan wie wat heeft gedaan en welke successen door wie zijn behaald, etc.
- Wees consequent, maar heb begrip voor uitzonderingssituaties.
- Onthoud dat jij het waarschijnlijk vanuit je werk doet en de jongeren hun vrijetijd opofferen voor jouw project.

TERUGKOPPELING

- Laten weten wat er met hun input gebeurt.
- Leg ook uit wanneer er niets mee gebeurt en waarom.
- Altijd nakomen wat je belooft.
- Regelmatig op de hoogte houden.
- Notulen bijhouden en doorsturen.
- Laten weten wanneer je gebruik maakt van het advies van de jongeren en wat het resultaat is.

DE GROEP

- Zorg voor een diverse groep.
- Neem de tijd om ook leuke dingen te doen.
- Successen delen met elkaar.
- Zorg dat je een gezamenlijk doel hebt, maar weet ook van iedereen hun persoonlijk doel.
- Zorg dat men elkaar onderling helpt.

SFEER

- Enthousiasme.
- Positieve vibe.
- Opbouwende manier van met elkaar omgaan.
- Zorg voor een veilige en vertrouwde omgeving.
- Maak het gezellig met elkaar.
- Heb respect voor elkaar, jij als begeleider en de jongeren onderling.
- Zorg ervoor dat de jongeren zichzelf kunnen zijn.

INTERESSANT

- Eigen visitekaartjes.
- Trainingen.
- Zorg voor goede catering.
- Groepsuitjes.