



Hedendaagse methoden en hulpmiddelen voor betrokke nheid van de gemeenschap

Gids

Hedendaagse methoden en instrumenten voor gemeenschapsbetrokkenheid

Gids

Burgers aan de macht (Anna Kyriacou)

IAISIS (Elli Nikolakopoulou)

LogoPsyCom (Grytė Kuliešiūtė-Pirlot, Laura Nieto Cuervo)

ZID (Giulia Frezza, Karolina Spaic)

Inhoudsopgave

Inleiding	4
1. Wat is maatschappelijke betrokkenheid	5
2. Actieplan voor uw maatschappelijke betrokkenheid.....	14
STAP 1: Bepaal het doel	14
2.1.1 Analyse van de context - Vaststelling van de behoeften.....	15
2.1.2 Keuze van uw doel.....	25
2.1.3 Identificatie van de doelgroepen	27
2.1.4 Wenselijke resultaten, ambities.....	29
STAP 2: Verdeling van de rollen.....	32
2.2.1 Benoem de middelen/mensen die nodig zijn om uw plan uit te voeren	33
2.2.2 Bepaling van de gebruikers en begunstigen van de activiteiten	39
2.2.3 Determineer de projectadviseurs, de medewerkers aan de beheersprocessen, de besluitvormers en de uitvoerders.	41
STAP 3: Hoe identificeert en bereikt u uw stakeholders?	47
2.3.1 Identificatie van de huidige en/of potentiële belanghebbenden	47
2.3.2 Identificatie van de communicatiemiddelen die deze belanghebbenden/groepen gebruiken en wat zij daarbij eventueel missen	51
2.3.3 Bepaal wat in de bestaande acties moet worden verbeterd en/of beslis welke acties moeten worden bevorderd.	51
2.3.4 Plan om ervoor te zorgen dat de doelstellingen voor alle betrokken belanghebbenden worden bereikt.....	53
STAP 4: Evaluatie van de acties en verdere activiteiten	57
2.4.1 Een instrument ontwikkelen om de acties en effecten van het project te volgen ...	58
2.4.2 Beoordeling van verdere acties en mogelijke verbeteringen	61
Voorbeelden Analyse.....	64

EUROTHON - Europese Hackathon: ideeën van jongeren over een toekomstg Europa vormgeven (ERASMUS+-project)	64
YOUth workers PROMoting MEntal health (YOUPROME)	67
STUN - Netwerk voor sociaal tijdelijk gebruik	72
Samen groeien (Erasmus+ programma)	77
ACTin'YouTH (Interculturele communiCaTie voor sociale INclusie van Jongeren via Theaterworkshops)	80
Ontwikkeling van een SNSI (ned.: Kleine Sociale Wijk Infrastructuur)	83
Youth Power (UNDP Cyprus)	87
YOUROTRIP (KA3 - Een rondreis voor jongeren ter ondersteuning van beleidshervormingen)	90
Youthtainability (Jeugdbestendigheid)	94
GoDigital: Digitale hulpmiddelen om stress en burn-out te voorkomen	99
FATE: Future Academy op tournee in Europa	106
Bridging the world- Een brug slaan over de wereld	112
CONCLUSIES	117
BIBLIOGRAFIE	118
BIJLAGE.....	124

Inleiding

Om de sociale afscheiding van jongeren en hun geringe deelname aan het burgerlijke en politieke leven aan te pakken, moeten mensen zich meer inzetten in hun gemeenschap, de waarden van vrijwilligerswerk en actief burgerschap waarderen, de voordelen ervan inzien en zich richten op een positieve ontwikkeling van jongeren. En de sleutelrol ligt hier bij jongerenorganisaties, die heel vaak de verantwoordelijkheid op zich nemen om deze doelstellingen uit te voeren en de dialoog met de jeugd open te houden. Dit vereist veel middelen (zowel menselijke als financiële) en het vermogen om het spoor niet bijster te raken in een meer dan ooit snel veranderende jonge generatie. Om deze moeilijke processen te vergemakkelijken, beoogt het [UComE-project](#) jeugdorganisaties en jeugdwerkers moderne instrumenten aan te reiken die hen helpen de jeugd terug te brengen naar hun gemeenschap, via "actief burgerschap" en "leren in de gemeenschap". Het wil ook een cultuur van betrokkenheid bij de gemeenschap, positieve jeugdontwikkeling en innovatie onder jongeren helpen ontwikkelen.

Deze gids vormt een inleiding tot de theorieën en concepten van *community engagement*, maar dan vanuit een jongerenperspectief, en helpt je zo om je projectideeën praktisch neer te zetten en uit te werken tot een actieplan voor community engagement van jongeren. Daarbij leer je eerst het doel, de reikwijdte, de doelstellingen en het niveau/de diepte van het engagementproces te bepalen, door ook de verwachte resultaten te bepalen. Het bevat ook informatie over de rol van de verschillende actoren die in uw project aanwezig zijn: Gebruikers en begunstigden van de activiteiten, projectadviseurs, degenen die bijdragen aan beheersprocessen, besluitvormers en de uitvoerders. Deze leidraad behandelt de belangrijkste aspecten van jongerenbetrokkenheid, zodat deze kan worden toegepast in zowel kleinschalige als grootschalige gemeenschapsprojecten voor jongeren.

De leidraad helpt u om de verschillende belangen van belanghebbenden in overweging te nemen, waaronder lokale bewoners, belangengemeenschappen (etnische, raciale, religieuze en culturele groepen) webgebaseerde en virtuele groepen. Het analyseert ook de manieren waarop verschillende groepen reeds vertegenwoordigd zijn binnen de gemeenschap, door u ook in staat te stellen de al bestaande vormen van communicatie en lacunes op verschillende niveaus (zoals digitalisering, communicatie, informatie- en kennislacunes en omissies) op te sporen. In het kort analyseert het de kwaliteitsnormen voor een succesvolle community participatie.

1. Wat is maatschappelijke betrokkenheid

Tegenwoordig leven we in een zeer snelle omgeving met een overweldigende hoeveelheid informatie die ons omringt. Wij beschikken over alle middelen en instrumenten om deze gemakkelijk te bereiken en te raadplegen, 24/24 u. Dit heeft onvermijdelijk gevolgen voor ons sociale leven, onze keuzes, onze voorkeuren en zelfs onze kansen (vooral als wij geen toegang hebben tot de informatie). De informatiestroom bevordert ook de totstandkoming van een dialoog die leidt tot probleemoplossingen, compromissen en specifieke acties. Zonder kennis en informatie zouden veel belangrijke beslissingen niet kunnen worden genomen, ook al worden ze op individueel of gemeenschapsniveau genomen. Dit alles maakt informatie tot een enorm krachtig instrument dat onze dagelijkse routines aanzienlijk beïnvloedt. Het is ook belangrijk te begrijpen dat dit in beide richtingen werkt - het delen van informatie tussen de verschillende bronnen creëert een nog sterker en groter effect en maakt wederzijds begrip tussen de verschillende partijen mogelijk. Maar een van de moeilijkste dilemma's waarmee communicatiedeskundigen worden geconfronteerd is: hoe kunnen we mensen helpen zich met die informatie bezig te houden? Het antwoord is echter niet zo eenvoudig - er zijn veel factoren van belang voor de betrokkenheid van verschillende groepen mensen, maar één ding blijft duidelijk: om mensen erbij te kunnen betrekken moeten we weten hoe we moeten communiceren (ATSDR, 2011).



Community betrokkenheid is in principe gebaseerd op communicatie –een macht die een impact heeft op veel verschillende factoren. De samenleving heeft de kracht van communicatie op verschillende manieren gebruikt - van de kracht van nepnieuws en samenzweringstheorieën die enorme gemeenschappen verenigd voor één doel verzamelen (zoals een QAnon samenzweringstheorie in de Verenigde Staten) tot sterke politieke beslissingen die worden genomen (Brexit). De manier waarop we communiceren en de informatie die we uit vrije (of zonder het te weten) verstrekken hebben bepaalde effecten en bereiken specifieke doelgroepen of gemeenschappen. Dit impliceert een zeer eenvoudige conclusie - pak het probleem aan dat

belangrijk is voor de gemeenschap en het is zeer waarschijnlijk dat u niet alleen hun aandacht trekt, maar hen ook bij uw zaak kunt betrekken (ATSDR, 2011).

Beginselen van betrokkenheid bij de gemeenschap

Over het algemeen noemen we maatschappelijke betrokkenheid een proces, dialoog, relatie, partnerschap of een andere actieve interactie en uitwisseling van standpunten en ideeën of acties. Het doel is om een aantal positieve veranderingen in de samenleving of een deel van de samenleving - gemeenschap - te bewerkstelligen (ATSDR, 2011). Dit proces omvat meestal een partij die over de middelen beschikt om de verandering door te voeren (personeel, infrastructuur, financiële middelen, enz.) en een partij die een specifieke groep individuen bevat, verenigd door een gemeenschappelijk doel, geografische beperkingen, sociale status, enz. Ook al variëren de definities van community participatie, afhankelijk van de doelgroep en het einddoel, het principe blijft hetzelfde. Het bevat verschillende niveaus of soorten van betrokkenheid. Je moet ervoor zorgen dat de manier die je kiest om in te zetten geschikt is voor de gemeenschap waarmee je werkt en het doel dat je voor ogen hebt, aangezien iedere aanpak verschillend is.


Zoals u kunt zien in het spectrum van publieke participatie op de volgende pagina (u kunt ook meer in detail lezen over het spectrum in STAP 3 van de gids, blz 61), zijn er vijf verschillende niveaus van gemeenschapsbetrokkenheid, die elk een sterke impact hebben op het besluitvormingsproces en op de beslissing zelf. De niveaus helpen ook om te bepalen in welk stadium u zich momenteel bevindt, door uw relatie met de gemeenschap te herzien. Elk stadium van betrokkenheid biedt verschillende middelen en levert verschillende resultaten op voor de gemeenschap en ook voor uw organisatie - daarom is het bepalen van het participatiedoel in het proces erg belangrijk.

Als u streeft naar de hoogst mogelijke betrokkenheid bij uw gemeenschap is het nuttig het doel geleidelijk te benaderen door verschillende niveaus te doorlopen. Het zou een grote uitdaging zijn om meteen naar empowerment te springen als u geen band hebt gecreëerd met de gemeenschap waarmee u werkt. Bilateraal vertrouwen, net zoals het vertrouwen van uw gemeenschap in uw organisatie, is in dit geval essentieel.

IAP2 Spectrum van Publieke Participatie



IAP2's Spectrum van Publieke Participatie is ontworpen om te helpen bij de selectie van het participatieniveau, dat de rol van het publiek in elk participatieproces definieert. Het Spectrum wordt internationaal gebruikt en is te vinden in publiekparticipatieplannen over de hele wereld.

		TOENEMENDE IMPACT OP HET BESLUIT 				
		INFORMEREN	RAADPLEGEN	BETREKKEN	SAMENWERKEN	MACHTIGEN
DOEL VAN INSPRAAK	Om het publiek te voorzien van evenwichtige en objectieve informatie om hen te helpen het probleem, alternatieven, kansen en/of oplossingen te begrijpen.	Om publieke feedback te krijgen over analyses, alternatieven en/of beslissingen.	Om tijdens het hele proces rechtstreeks met het publiek samen te werken om ervoor te zorgen dat de zorgen en aspiraties van het publiek consequent worden begrepen en overwogen.	Om samen te werken met het publiek in elk aspect van de beslissing, inclusief de ontwikkeling van alternatieven en de identificatie van de voorkeursoplossing.	Om de uiteindelijke besluitvorming in handen van het publiek te leggen.	
BELOFTE AAN HET PUBLIEK	We houden u op de hoogte.	We houden u op de hoogte, luisteren naar en erkennen zorgen en ambities, en geven feedback over hoe publieke inbreng het besluit heeft beïnvloed.	We werken met u samen zodat uw zorgen en ambities direct worden weerspiegeld in de ontwikkelde alternatieven en we geven feedback over hoe de publieke inbreng het besluit heeft beïnvloed.	Wij rekenen op u voor advies en innovatie bij het formuleren van oplossingen en nemen uw adviezen en aanbevelingen zoveel mogelijk mee in de beslissingen.	We zullen implementeren wat u besluit.	

© IAP2 International Federation 2018. All rights reserved. 20181112_v1

Vertrouwen in de communicatie met uw gemeenschap

Zonder het vertrouwen van uw gemeenschap is uw organisatie of project is gedoemd om te mislukken. Vertrouwen is niet alleen essentieel om een zinvolle betrokkenheid te creëren, maar vormt ook een basis voor uw werk. We kunnen het ook een fundament noemen waarop u al uw verdere acties zult bouwen.

Het opbouwen van vertrouwen is sterk verbonden met de verschillende niveaus van betrokkenheid bij de gemeenschap en het kennen van de gemeenschap waarmee je werkt (we hebben het in het volgende hoofdstuk over het werken met jongeren). Om het opbouwen van vertrouwen in uw organisatie te vergemakkelijken kunt u werken aan enkele belangrijke aspecten (Jeffery, 2009).

Vertrouwen in de gemeenschap - recht om te handelen. Uw organisatie moet weten dat je allereerst de basis moet leggen voor het verdere werk met de gemeenschap. Iedereen moet weten waar je naartoe gaat. Je kunt het ook publiekelijk tegen jongeren zeggen - het laat zien dat ze ertoe doen.



Overleg met de gemeenschap. Zelfs als je nog geen vaste relatie met de gemeenschap hebt, zal dit je niet alleen helpen om direct contact te maken, maar ook om te laten zien dat je naar hun behoeften luistert.



Face to face. Organiseer een aantal persoonlijke ontmoetingen met jongeren om de problemen of hun ideeën te bespreken. Dit is erg belangrijk in onshuidige virtuele tijdperk.



Houd ze op de hoogte. Betrokkenheid van de gemeenschap vereist veel inspanning, dus als je hun vertrouwen wilt opbouwen, zorg er dan voor dat de mensen niet alleen nu, maar altijd belangrijk voor je zijn - ook voor uw toekomstige projecten. Nieuwsbrieven, e-mails, sociale media behoren tot de meest toegankelijke tools om dat te doen.



Wees georganiseerd en betrouwbaar. Regelmatig vergaderingen plannen bouwt vertrouwen op, dus zorg ervoor dat je een schema instelt en dat je de vergaderingen niet houdt wanneer het jou uitkomt, maar wanneer het haalbaar is voor uw gemeenschap - uiteindelijk wil je zoveel mogelijk leden van de gemeenschap bereiken.



Intern opvolgen. Het kan moeilijk zijn om alles in de gaten te houden, dus zorg ervoor dat je iemand hebt die de voortgang van je organisatie kan volgen. Die er zal zijn om naar jongeren te luisteren en kritieke kwesties intern aan te kaarten.



Wees informeel. Communiceer met uw gemeenschap buiten de ‘officiële’ vergaderingen.



Praat hun taal. Gebruik inhoud die ze begrijpen en relevant vinden, vermijd specifieke en ‘zware’ taal.



Kleine dingen zijn belangrijk. Pak niet alleen grote, maar ook kleine problemen aan. Soms is het plukken van het laaghangend fruit een betere oplossing.



Toon de voortgang. Laat je gemeenschap weten dat hun bijdrage een impact heeft op je werk. Benadruk de prestaties en stel toekomstige doelen.



Door deze stappen te volgen, kunt u geleidelijk vertrouwen opbouwen binnen uw gemeenschap, zich effectiever inzetten en nuttige informatie verzamelen over de mensen met wie u werkt - zowel als individu als als gemeenschap. Daarnaast moet u ook enig vooronderzoek doen voordat u zich in het participatie proces stort.

Jongeren betrekken

De jeugd is een zeer gevoelig publiek om mee te werken, daarom is het nog belangrijker om de communicatie met hen te beheersen. Door de jeugd te sensibiliseren en te betrekken bij verschillende maatschappelijke vraagstukken, vergroten we hun deelname aan de democratie, de economie, de culturele processen en de vormgeving van de toekomstige samenleving. Betrokkenheid helpt ook bij de vorming van hun zelfbeeld als actief lid van een samenleving, die het recht heeft gehoord te worden.

Een van de meest levendige voorbeelden van betrokkenheid van jongeren bij publieke kwesties is die van Greta Thunberg –de Zweedse milieuactiviste, die erin geslaagd is een grote beweging rond haar te creëren, ook al was ze pas 15 toen ze met haar protesten begon. Ze werd gehoord in de Verenigde Naties ([2018 VN conferentie over klimaatverandering](#)), World Economic Forum ([in Davos 2019](#)) en door politici in Europa en de VS. Haar activisme creëerde een enorme beweging rond

klimaatverandering die vooral de jeugd treft. Thunberg is erin geslaagd om zich met gelijkgestemde mensen in te zetten voor een zaak die er voor een groot deel van de samenleving toe doet en had als doel de beleidsmakers te beïnvloeden om voor die zaak te vechten.

Dit voorbeeld bewijst ook dat het enorm belangrijk is om ons bij de dialoog met de jeugd te richten op de huidige realiteit en de prioriteiten die de jeugd zelf naar voren heeft gebracht. Als Europeanen moeten wij ons richten op de realiteit die het dichtst bij ons staat door te bepalen wat de jeugd daadwerkelijk nodig heeft. Hoewel er ook veel manieren zijn om de behoeften van de jeugd op lokaal niveau te monitoren, is het zeer nuttig om het volledige beeld in Europa te bekijken. De EU-strategie voor jongeren 2019-2027, die momenteel van kracht is, biedt een geweldig overzicht van de realiteit van de jeugd in heel Europa, aangezien zij is ontwikkeld door nauwe samenwerking met Europese jongeren uit verschillende landen (en niet alleen lidstaten) en zich richt op 11 doelstellingen. Dit zijn de prioritaire gebieden die volgens de Europese jeugd het belangrijkste zijn om het volledige potentieel van de jonge generatie te verwezenlijken.



Deze prioriteitsgebieden zijn gevarieerd en breed, maar ze helpen wel om concrete problemen aan te pakken. Concentratie op een van de doelstellingen (of een specifiek aspect daarvan) in het jeugdwerk zou niet alleen helpen om de Europese tendensen te volgen, maar ook om de meest geschikte manier van werken te vinden voor het geval je net begint met je betrokkenheid bij jongeren, en je een bepaalde richting moet bepalen, afhankelijk van de achtergrond van het publiek waarmee je werkt en de verschillende contexten.

Belang van de verschillende contexten –voorbeelden per land

Hoewel de jongerengemeenschap over de hele wereld vergelijkbaar gedrag vertoont en meestal vergelijkbare problemen doormaakt, speelt ook hier de achtergrond een essentiële rol. Werken met jongeren, zowel in een nationale als in een internationale context, vereist voldoende kennis van de achtergrond van de jongeren.

Gelukkig of in sommige gevallen helaas, krijgt het jeugdbeleid van een land een dominante rol in de manier waarop jongeren zich ontwikkelen en in de gemeenschap participeren. Jeugdbeleid kan jongerenwerkers sturen om initiatieven te ontwikkelen die gericht zijn op het welzijn van jongeren of helpen bij het opsporen van gebieden die verbetering behoeven. Ook al geeft het beleid aanwijzingen, het kadert het jeugdwerk niet volledig. Ze geven eerder ideeën en aanwijzingen voor de prioriteiten van het land of manieren om toegang te krijgen tot fondsen voor je projecten en initiatieven. Laten we verschillende voorbeelden uit de EU bekijken.

België

Aangezien België drie verschillende entiteiten op zijn grondgebied telt, die elk recht hebben op verschillende wetgeving, is er ook niet één gemeenschappelijke aanpak van het jeugdbeleid. Het beleid dat op verschillende communautaire niveaus wordt uitgestippeld, kan ook gericht zijn op verschillende leeftijdsgroepen (de jeugdorganisaties ("organisations de jeunesse") - jonger dan 30 jaar, de naschoolse opvang ("écoles de devoirs") - kinderen tussen 6 en 18 jaar (15 jaar om beurzen te krijgen), enz.)

Ook al is elke gemeenschap afzonderlijk verantwoordelijk voor het jeugdbeleid, we kunnen stellen dat de algemene doelstelling in België het stimuleren van actief burgerschap en democratie is. Jeugdinitiatieven en activiteiten rond thema's die de jeugd het meest aangaan, krijgen bijzondere aandacht.

Cyprus

De jeugdstrategie (van kracht tot 2022) in Cyprus beoogt alle jongeren van het eiland gelijke kansen te bieden op het gebied van empowerment, zodat zij hun volledige potentieel in alle aspecten van hun leven kunnen bereiken en hun talenten kunnen ontwikkelen.

Het omvat 8 thematische gebieden:

1. Onderwijs & opleiding
2. Werkgelegenheid & ondernemerschap
3. Gezondheid en welzijn
4. Deelname
5. Vrijwilligersactiviteiten
6. Sociale integratie
7. Jeugd en de wereld
8. Creativiteit en cultuur

Griekenland

Het Algemeen Secretariaat voor Beroepsonderwijs, Opleiding, Levenslang Leren en Jeugd (GSVETLL&Y), dat deel uitmaakt van het Griekse Ministerie van Onderwijs en Religieuze Zaken, is de officiële instantie die het jeugdbeleid in Griekenland uitstippelt.

Het GSVETLL&Y beoogt de planning, coördinatie, controle en evaluatie van het beleid op de respectieve gebieden. Daarnaast volgt GSVETLL&Y een nieuw model van jeugdbelangenbehartiging, het

- bevordert het actieve burgerschap van jongeren op lokaal niveau door hun samenwerking met gemeenten te stimuleren
- begeleidt jongerenorganisaties via EU-programma's
- bevordert hun deelname aan de EU-Jongerendialoog, vrijwilligerswerk en jeugdwerk.

In Griekenland heeft het ministerie van Onderwijs in januari 2022 een nationale jeugdstrategie uitgebracht, die te vinden is in het strategisch plan voor beroepsopleiding, een leven lang leren en jeugd 2022-2024 (YouthWiki, 2022).

Nederland

Volgens de Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC; <http://www.hbsc.org>), die elke vier jaar het welzijn, het gezondheidsgedrag en de sociale context van jongeren onderzoekt, had Nederland in 2017/2018 een van de hoogste beoordeling scores van gezondheid en geluk onder jongeren wereldwijd.

[Het Nederlands Jeugdinstituut](#) is een nationaal informatiecentrum met als missie het leven van jongeren, hun ouders en andere zorgverleners te verbeteren door actuele kennis te verzamelen, uit te breiden, toe te lichten en te verspreiden. Het Nederlandse systeem heeft vijf hoofdpunten:

1. Decentralisatie van de jeugdzorg
2. Verantwoordelijkheden op lokaal niveau
3. Regelgeving
4. Bevoegde ministeries
5. Sociale integratie

De jeugd speelt daarbij zelf een essentiële rol. Om sociale integratie en jongerenparticipatie te stimuleren, wordt nu van jongeren verwacht dat zij zelf het initiatief nemen. Jongerenwerkers moeten jongeren stimuleren de regie over hun eigen leven te nemen. Gemeenten hebben in december 2020 58,5 miljoen euro ontvangen voor projecten voor jongeren, met name voor kwetsbare jongeren, waaronder risicojongeren, in achterstandswijken.

Afgezien van het beleid is het ook essentieel om rekening te houden met de respectieve omgevingsfactoren, zoals de sociale context en de culturele verschillen.

Werken met migrantenjongeren uit Afrika kan bijvoorbeeld een uitdaging zijn in een Europese context. Vergelijkbare uitdagingen kunnen gelden als je werkt met verschillende jeugdgroepen uit verschillende Europese landen. Je kunt bijvoorbeeld moeilijkheden ondervinden in landen als België, waar in verschillende regio's drie officiële talen worden gesproken.

Weten "wat wat is" wordt een prioriteit voordat u aan concrete werkzaamheden begint. Dit voorkomt niet alleen dat u fouten maakt in uw werk, maar bereidt u ook voor op toekomstige uitdagingen.

2. Actieplan voor uw maatschappelijke betrokkenheid

STAP 1: Bepaal het doel

Dit is de eerste stap van het Actieplan voor uw Community Engagement: "Stap 1: Stel het doel vast". In de volgende paragrafen leert u hoe belangrijk het is om de behoeften van jongeren te identificeren en hoe u met hen in contact kunt komen. Paragraaf 2.1.1. richt zich op de analyse van de context van jongeren, waaronder ontwikkelingsprocessen, generatiekenmerken en sociaal-demografische verschillen die jongeren kenmerken. Aan het eind illustreren we vier methoden om jongeren te betrekken en te motiveren: brainstorming, debat, vragenlijst en evenement. Paragraaf

2.1.2 is gewijd aan de keuze van uw doel. Paragraaf 2.1.3 helpt bij het bepalen van uw doelgroep. De afsluitende paragraaf van stap 1 van het actieplan, 2.1.4, bespreekt de gewenste resultaten en eindigt met zes tips voor het starten van jongerenwerk.

Participatie is een steeds belangrijker punt geworden op de agenda van overheden en organisaties. En dat is een goede zaak als de doelgroep (in dit geval de jeugd) ook inspraak krijgt in de zaken die hen aangaan. Wat jongeren betreft, zien we op dit punt vooruitgang. Jongerenraden zijn in opkomst, steeds meer gemeenten willen jongeren laten deelnemen aan het stadsleven en aan andere overheidsinstellingen en organisaties waarin een beroep wordt gedaan op jongeren om mee te denken en mee te doen. Jongeren kunnen met verschillende middelen, waaronder brainstorming, vragenlijsten en andere activiteiten, deel uitmaken van dergelijke informatie-, communicatie- en besluitvormingsprocessen. Bovendien zijn er ook meer creatieve methoden waarmee jongeren hun ideeën op gedenkwaardige wijze tot uitdrukking kunnen brengen en tegelijkertijd kunnen onderzoeken hoe zij deze kunnen delen, onderzoeken en ontwikkelen.

2.1.1 Analyse van de context - Vaststelling van de behoeften

Om de behoeften van een doelgroep zoals jongeren in kaart te brengen, kun je deze vanuit drie aspecten observeren (ZID, project 'Kies & Durf', 2018-2019):

1. Ontwikkelingsprocessen
2. Generatiekenmerken, en
3. Socio-demografische verschillen.

Door over deze aspecten te leren, kun je de doelgroep en de bijbehorende behoeften beter begrijpen. U kunt er op verschillende manieren achter komen. De literatuur over dit onderwerp doornemen is een uitstekende plek om te beginnen. U kunt een eenvoudige gids over dit onderwerp lezen van [de Purdue University](#). Maar misschien hebt u meer informatie nodig die nog niet is gepubliceerd. Daarom kunt u uw eigen onderzoek starten. Bijvoorbeeld via kwalitatief onderzoek zoals enquêtes, focusgroepen en andere activiteiten (Silverman, 2016). Bij focusgroeponderzoek (Miller & Glasser, 2016) breng je een kleine groep geselecteerde mensen bij elkaar om in een gecontroleerde setting vragen te beantwoorden. Je kiest je groep op basis van hun relevante demografische kenmerken. Alle vragen zijn bedoeld om licht te werpen op het onderwerp dat je onderzoekt.

Om u met het onderwerp vertrouwd te maken, geven wij in de volgende paragrafen een korte beschrijving van 1. Ontwikkelingsprocessen, 2. Generatiekenmerken en 3. Socio-demografische verschillen.

- 1. Ontwikkelingsprocessen** - Op fysiologisch niveau betekent jong zijn vandaag - net als twintig jaar geleden - het doorlopen van een reeks fasen in de psychologische, fysieke en neurobiologische

ontwikkeling. Daarom is inzicht in hoe deze processen werken tijdloos en waardevol voor het begrijpen van sommige algemene behoeften van jongeren. Om een goed geïnformeerd perspectief te hebben is het nuttig om aandacht te besteden aan dit niveau van behoeften van jongeren (Eccles & Gootman, 2002). Met andere woorden, als je geen kennis uit de eerste hand hebt, moet je je in hen kunnen verplaatsen.

Wanneer u zich bezighoudt met ontwikkelingskenmerken van de jeugd, heeft u te maken met de volgende vraag:

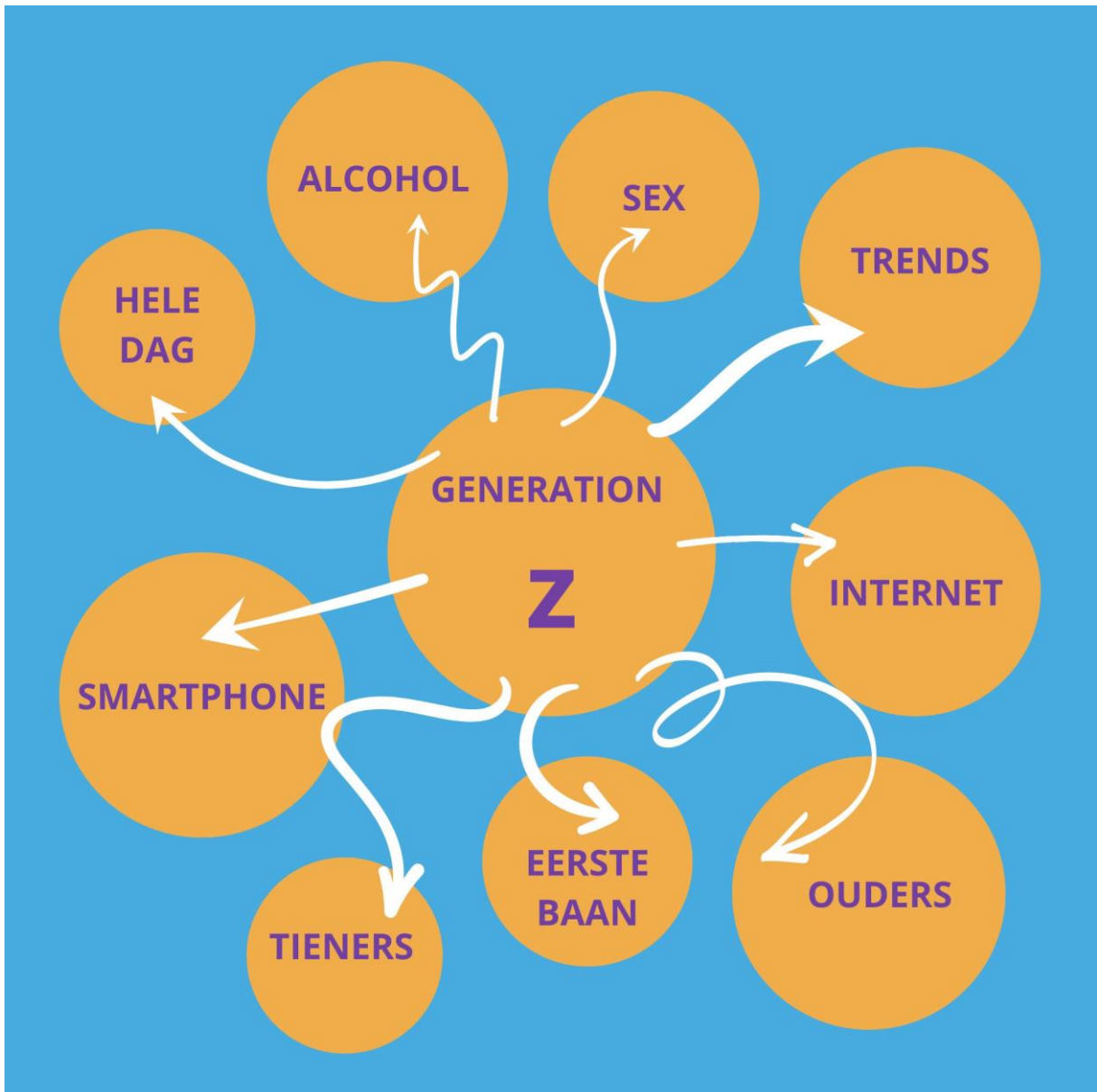
- Hoe is het om jong te zijn?

De homogeniteit van de behoeften tussen generaties op fysiologisch niveau geldt echter niet voor het sociaal-culturele niveau. De specifieke behoeften van jongeren die twintig jaar geleden jong waren, zijn niet dezelfde als die van jongeren nu. Daarom zou je moeten kijken naar de "generatiekenmerken" waarop specifieke generatiebehoeften van toepassing zijn. Merk op dat een generatie meestal verwijst naar al degenen die binnen een bepaalde periode (vaak meer dan tien jaar) zijn geboren. Generatie X zijn bijvoorbeeld degenen die geboren zijn tussen 1965 en 1980, Generatie Y, of Millennials, zijn degenen die geboren zijn tussen 1981 en 1996, Generatie Self, of Gen Z, zijn degenen die geboren zijn tussen 1997 en 2012 en Generatie Alpha zijn degenen die geboren zijn tussen begin 2010 en midden 2020 (Dimock, 2019).

2. Generatiekenmerken - de jonge generaties van vandaag - of we het nu hebben over de Generatie Zelf (Gen Z) of de Generatie Alpha (de jeugd van vandaag) - zijn in verschillende tijden opgegroeid. Aangezien deze jongeren tijdens hun vormingsjaren werden beïnvloed door verschillende sociale, culturele en historische trends, verschillen zij van vorige en toekomstige generaties (zie Jong zijn in Europa vandaag - demografische trends, Eurostat, 2020). Dit maakt hen uniek en soms moeilijk te begrijpen voor wie geen kennis uit de eerste hand heeft. In een studie in de VS werden bijvoorbeeld de gewoonten van adolescenten van 1976 tot 2016 vergeleken. Uit de studie bleek dat tieners zich de laatste jaren minder dan tieners in voorgaande jaren bezighouden met 'volwassen' activiteiten, zoals betaald werk krijgen, daten, seks hebben, alcohol drinken en uitgaan zonder ouders (Twenge & Park, 2019).

In wezen gaat het bij het overwegen van generatiekenmerken om de volgende vraag:

- Welke trends zijn relevant voor uw doelgroep?



Word Cloud over Gen Z. Enkele karakteriserende ideeën met betrekking tot Gen Z in vergelijking met eerdere jeugdgeneraties zoals genoemd in het artikel van Twenge en Park (2019).

3. Socio-demografische verschillen - Dit aspect is zeer belangrijk voor de manier waarop jongeren opgroeien en de waarden en mogelijkheden die zij thuis en in hun omgeving meekrijgen. U kunt nadenken over hoe verschillende generaties het internet voor verschillende doeleinden gebruiken (zoals e-mailen, online bankieren en sociale media, zie figuur 2). U kunt ook nadenken over hoe de Covid-19-pandemie jongeren heeft getroffen. De jongere generaties die door de Covid-19 pandemie zijn getroffen, hebben bijvoorbeeld niet naar school, de universiteit of recreatiecentra kunnen gaan om andere jongeren persoonlijk te ontmoeten. In plaats daarvan hebben zij lange tijd online lessen en sociale media gevolgd, hetgeen hun welzijn heeft aangetast (Gagné et al., 2022).

Wanneer het gaat om sociaal-demografische kenmerken van uw doelgroep, kunt u zich de volgende vraag stellen:

- Over wie heb je het precies?

Om u wegwijs te maken in enkele van de belangrijkste kwesties die in het jeugdwerk spelen, hebben wij in de volgende hoofdstukken vier hoofdthema's gekozen, die wij REMC hebben genoemd (in vertaling: ROMK)

1. Rol van de jongeren
2. Onderwijs
3. Media en cultuur
4. Klimaatverandering

Aan de hand van de REMC hoofdthema's kunt u de woordenschat van jonge generaties ontwikkelen. U kunt de REMC gebruiken als nuttige hulpmiddelen om de behoeften van jongeren in kaart te brengen en communicatiestrategieën te ontwikkelen om met hen in contact te komen.

De rol van jongeren

Je kunt beginnen met het in kaart brengen van de behoeften en motivaties van jongeren. Afhankelijk van wat je al weet, kan dit via gericht veldonderzoek en kwalitatief onderzoek (waaronder informantanalyse en focusgroepen; Silverman, 2016). Je kunt je gegevens verder kwantitatief onderbouwen. Als je bijvoorbeeld werkt met jongeren kun je hen segmenteren in verschillende groepen, bijvoorbeeld naar hun hobby's of levensstijl, leeftijd, etc.

Jongeren komen niet altijd zelf met de oplossing voor het probleem. Dat is jullie taak als jongerenwerkers. Jongeren daarentegen kunnen die oplossingen verbeteren en praktischer maken. Vergeet niet dat het venijn vaak in de details zit als het om succes gaat! Daarom spelen jongeren een cruciale rol in het hele proces van het in kaart brengen van de behoeften en mogelijke oplossingen van jongeren.

Jongeren kunnen nadenken over problemen en mogelijke oplossingen door hun eigen eisen en creatief denken toe te voegen. Als facilitator kun je dit doel bereiken door verschillende creatieve werkvormen en gesprekstechnieken in te zetten. Zo kunt u samen met jongeren haalbare ideeën vinden die voor hen relevant, maar ook belangrijk en haalbaar zijn.

Werkend op het gebied van jongerenwerk bij ZID, een culturele organisatie gevestigd in Nederland, realiseerden we ons dat hoewel de problemen die je aanpakt altijd gericht zijn op jongeren, de doelgroep van je onderzoeksaanpak groter moet zijn (ZID, project 'Kies & Durf', 2018-2019). Je kunt bijvoorbeeld uitgebreid onderzoek doen bij ouders en leerkrachten. Je moet immers degenen die jongeren beïnvloeden begrijpen en bereiken om de beste antwoorden te vinden, zoals gezonder gedrag en beter onderwijs.

De rol van het onderwijs

De meeste jongeren brengen een groot deel van hun tijd door op school. Tijdens de Covid-19 pandemie, met de lockdown, werd duidelijk hoe cruciaal persoonlijk onderwijs is. Jonge kinderen misten interacties met hun leeftijdsgenoten en leraren. Velen worstelden met thuisonderwijs via internet.

Onderwijs is een belangrijk onderdeel van de groei van jongeren. Een goede opleiding kan de kansen op een succesvolle toekomst vergroten (zie Hughes et al., 2016; OESO, 2019; OESO 2020). Bij het streven naar een beter inzicht in de behoeften van de jeugd met betrekking tot onderwijs kunt u de volgende vragen in gedachten houden:

- Hoe kunt u leerlingen helpen bij het maken van hun keuzes op het gebied van onderwijs?
- Hoe kunt u de informatie afstemmen op de behoeften van jongeren en hun ouders?
- Welke strategieën kunt u gebruiken om uw leerlingen bij de les te houden?

Via de vele initiatieven waaraan we bij ZID hebben gewerkt, waarvan de uitkomsten in dit boek worden gepresenteerd, hebben we deze en andere vraagstukken die samenhangen met onderwijs, opleiding en onderwijsinstellingen aangepakt (ZID, project 'Kies & Durf', 2018-2019). De samen met jongeren gevonden oplossingen hebben geleid tot een reeks inzichten en adviezen die we met u willen delen. Hieronder een overzicht van dat alles.

We believe it is critical that young people can make informed decisions throughout their educational careers. That they have access to easily understandable information, that their education meets their needs, that communication is crystal clear, and that they can act and make the right decisions for themselves. For this reason, education is one of the core areas of expertise for youth work.

De rol van de media en de cultuur

Media en cultuur zijn als zuurstof voor jongeren. Met andere woorden, ze kunnen niet zonder. Vooral via sociale media kunnen jongeren voortdurend contact onderhouden met hun leeftijdsgenoten. Hierdoor zijn de vorming en ontwikkeling van de identiteit van jongeren sterk afhankelijk van media en cultuur (Osgerby, 2020).

Individueel, nationaal en wereldwijd beïnvloeden door de media gecreëerde en verspreide culturele vormen het dagelijks leven van jongeren. Met behulp van media en cultuur ontdekken jongeren nieuwe ideeën, verschijningsvormen en mogelijkheden voor verandering en ontwikkeling. Deze instrumenten bieden jongeren een groter perspectief op de wereld in relatie tot hun persoonlijke ervaringen. Dit verschil kan inspirerend zijn, maar ook ontmoedigend voor hun eigenwaarde (Tiggemann et al., 2018). Er zitten dus ook nadelen aan de blootstelling van jongeren aan media en cultuur waar we in het jongerenwerk serieus rekening mee moeten houden.

Als je wilt onderzoeken hoe de identiteit van jongeren groeit en zich ontwikkelt, moet je nadenken over het soort vragen dat jongeren zichzelf stellen, zoals:

- Wie ben ik?
- Hoe verhoud ik me tot anderen?
- Wie wil ik zijn?

De rol van de klimaatverandering

De gevolgen van klimaatverandering en ecologische achteruitgang worden steeds zichtbaarder en hebben invloed op het heden en de toekomst van de hele wereldbevolking. Bij de behandeling van dit cruciale onderwerp kun je als jeugdwerkbegeleider beginnen met de vraag:

- Wat is het effect van klimaatverandering op jongeren?

Dit is een van de meest kritieke uitdagingen voor jongeren vandaag.

In dit opzicht zijn we bijna getuige van een paradox. Een groeiend aantal jongeren maakt zich steeds meer zorgen over de klimaatverandering, zoekt een gedragsperspectief en uit zich als gewetensvolle klanten, activisten of geëngageerde werknemers. Onder volwassenen daarentegen is er een aanzienlijk aantal dat, bij gebrek aan informatie of interesse, dat gevoel van urgentie niet voelt.

Organisaties van allerlei aard, van bedrijven tot overheden, NGO's en onderwijsinstellingen, zoeken uit noodzaak en idealistische motivatie naar manieren om de duurzame transitie te bevorderen. Zij hebben de creativiteit, vitaliteit en ideeën van de jonge generaties hard nodig om dit doel te

bereiken. Omdat jongeren het nog niet voor het zeggen hebben, wil het jongerenwerk hen ruimte bieden en actief betrekken bij het veranderingsproces.

Ten slotte zijn de volgende overwegingen bij de aanpak van het jeugdwerk nuttig om in gedachten te houden:

- Welke jongeren zijn het meest geschikt om het gewenste doel te bereiken?
- Hoe kun je met hen in gesprek gaan op een manier waardoor ze zich serieus genomen voelen?

We zullen vier methoden presenteren die we in onze projecten bij ZID hebben gebruikt om werk te maken van jongerenbetrokkenheid en om jongeren te motiveren (ZID, project 'Kies & Durf', 2018-2019):

1. Brainstormen 2. Debat 3. Vragenlijst 4. Evenement.

1. Brainstormen

Een dynamische manier om ideeën van jongeren naar boven te halen is door middel van brainstormen. Het doel van brainstormen is kwantiteit en niet (noodzakelijkerwijs) kwaliteit, daarom probeer je zoveel mogelijk ideeën te verzamelen. Daarom is het cruciaal om deelnemers vooraf te waarschuwen geen waardeoordeel te vellen over andermans idee. Alle ideeën zijn goed, geen enkel idee is fout of dwaas. Het gaat erom eerst ideeën te genereren, en ze pas later te bespreken en te beoordelen.



Figuur. Brainstormen. Een voorbeeld van groepsdiscussie. Bron: Clipart. Licentie: openbaar. <https://openclipart.org/detail/227550/students-group-work>

Waarom deze methode?

- Via deze methode kunnen creatieve en originele ideeën ontstaan. Het is een vrije manier om ideeën met elkaar uit te wisselen.
- Als je impulsief over een onderwerp nadenkt, kan er veel energie of enthousiasme vrijkomen, waardoor nieuwe en frisse ideeën naar boven komen.

Resultaat

- (Originele) ideeën over een bepaald onderwerp.
- Inzicht in de heersende opinie over een onderwerp.
- Een actiestrategie.

2. Debat

Een debat is een formele dialoog over een bepaald onderwerp waarbij (vaak) een moderator en een publiek betrokken zijn. Het idee van debatten gaat terug tot discussies over filosofie en politiek in het oude Griekenland. Hoewel debatten oorspronkelijk uit de politiek komen, worden ze nu ook veel gebruikt voor educatieve en recreatieve doeleinden. In een debat voeren mensen argumenten aan voor hun uiteenlopende of contrasterende ideeën. De belangrijkste onderwerpen worden kort ingeleid door een lid van de projectgroep en er wordt een voorstel gedaan. Jongeren en volwassenen moeten opstaan om te reageren; een presentator geeft hun het woord. Als u wilt, kunt u jongeren en volwassenen tegen elkaar laten strijden. U moet een tijd afspreken, bijvoorbeeld tien minuten per argument, en een wekker zetten zodat u een eindsignaal krijgt. Dit zorgt ervoor dat alle onderwerpen aan bod komen. Je kunt een wedstrijdcomponent inbouwen; het winnende voorstel van het werkplan krijgt bijvoorbeeld geld en kan worden uitgevoerd. Je kunt de populariteit van een stelling of oplossing meten aan de sterkte of lengte van het applaus.



Deze afbeelding is afkomstig van rechtenvrije beeldplatforms (canva en/of freepik) en is vrij te gebruiken zonder licentie.

Waarom deze methode?

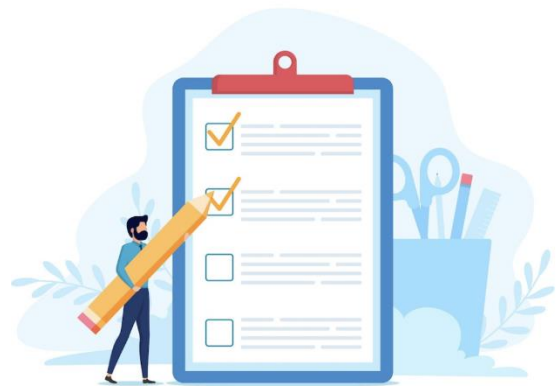
- Jongeren hebben inspraak en kunnen bijvoorbeeld invloed uitoefenen op het jeugdbeleid van lokale overheden.
- Het standpunt van jongeren kan nuttig zijn voor professionals en politieke instellingen.
- De gemeente en de instellingen die diensten aanbieden aan jongeren moeten zich bewust zijn van hun eisen.

Resultaat

- Jongeren ervaren dat ze een stem hebben en dat er veranderingen worden doorgevoerd.
- Jongeren en volwassenen maken afspraken over de aanpak van specifieke, voor jongeren relevante kwesties.

3. Vragenlijst

Enquêtes zijn technieken om gegevens te verzamelen en te verwerken. Een enquête omvat meestal een vragenlijst, een instrument om gegevens te verzamelen. Met behulp van een online of papieren vragenlijst kunt u inventariseren hoe uw doelgroep over een bepaald onderwerp denkt. Een vragenlijst kan worden verspreid via de post, scholen, opleidingsprogramma's, sportgroepen, enz. Een



samenwerking met scholen zal garanderen dat veel jongeren de vragenlijst tijdens de lessen invullen. Daarom kan de hele activiteit worden gekoppeld aan een onderwerp of project dat verband houdt met het onderwerp van de vragenlijst. De digitale enquête kan ook beschikbaar worden gesteld via jongerenvriendelijke sociale mediasites of andere digitale platforms, zoals Facebook, Instagram. Misschien wilt u een kleine vorm van compensatie opnemen voor deelname aan de enquête, zoals een cadeauloterij voor deelnemers (bijvoorbeeld een bonus om voor de winnaar een boek te kopen).

Waarom deze methode?

- De vragenlijst is een manier om tegen relatief lage kosten een grote groep jongeren te raadplegen over een bepaald onderwerp.

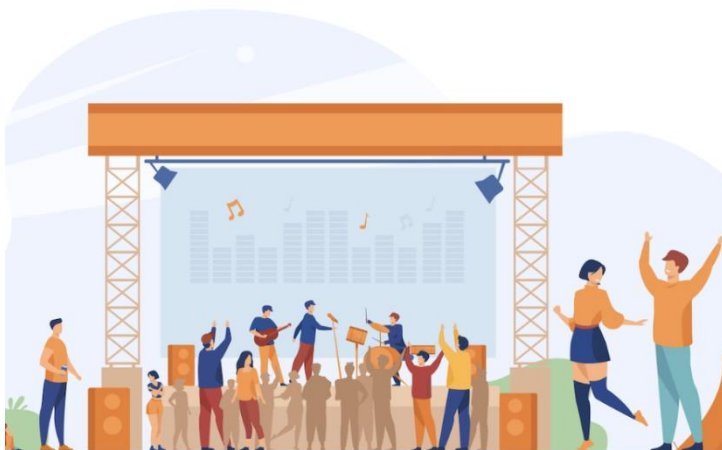
- Het kan worden gebruikt om jongeren te raadplegen en om gemotiveerde mensen te vinden om deel te nemen aan participerende activiteiten, na te denken over of te werken aan een bepaald onderwerp.

Resultaat

- Een samenvatting van ideeën en meningen van jongeren over een onderwerp.
- Mogelijk een overzicht van jonge individuen.
- Mogelijk een lijst van jonge mensen die bereikt willen worden om hun gedachten te delen of iets te doen met bepaalde kwesties.

4. Evenement

Een evenement is een sociale activiteit die door een team van jongeren en medewerkers samen wordt gepland. Het programma van het evenement wordt bepaald door de jongeren zelf, die het



ontwikkelen op basis van hun eigen ideeën en ervaringen met wat jongeren nodig hebben. Het team ontwikkelt en plant het programma en de activiteiten van het evenement. Bijvoorbeeld debatten, netwerkevenementen en informatieworkshops. De jongeren en hun medewerkers

verdelen de taken onder elkaar en komen regelmatig bijeen om naar het evenement toe te werken. Na het evenement worden de resultaten besproken en komt het projectteam van het evenement met advies.

Waarom deze methode?

- Het team creëert een tastbaar resultaat: het evenement.
- Het is van toepassing op verschillende onderwerpen.
- Omdat het actieve deelname vereist, is het geschikt voor verschillende doelgroepen.
- Een grote groep jongeren en bewoners wordt bereikt doordat zij het evenement bijwonen.
- De jongeren zelf starten en ontwikkelen het plan.

Resultaat

- Een evenement waar jongeren zichzelf kunnen presenteren en hun eigen activiteit kunnen delen.
- Kennisoverdracht aan jongeren (in voorlichtingsworkshops).
- Feedback van jongeren (in debatsessies).
- Inclusieve jongerenparticipatie.

2.1.2 Keuze van uw doel

Zodra je genoeg informatie hebt over de behoeften van de jongeren, wil je beginnen en met hen in gesprek gaan. In de volgende stap van het proces van verbinding met jongeren dat we bij ZID voorstellen, moet je beslissen wat de oorzaak, of het doel is waar je je op gaat richten (ZID, project 'Kies & Durf', 2018-2019). Er kunnen veel verschillende oorzaken of doelen in het jongerenwerk zijn waar je je op wilt richten. Je kunt je richten op het verbeteren van het onderwijs van jonge generaties. Je kunt je richten op het helpen van jongeren om genderverschillen beter te erkennen, hun gendervooroordelen aan te pakken en hun woordenschat te verbeteren door hun respectvolle taal te vergroten. Je kunt je richten op het helpen van jonge generaties bij stressmanagement en burn-out preventie.

Onthoud dat idealiter geen enkel doel belangrijker of beter is dan een ander. Maar in de praktijk is het, zoals elke marketingexpert u zal vertellen, van fundamenteel belang om het "juiste" doel te kiezen en ervoor te vechten. Eenvoudig gezegd is het juiste doel het doel dat het best past bij u, uw context, uw vakgebied en bij de werkelijke behoeften van uw (lokale) gemeenschap. Wij hebben in deze gids drie belangrijke stappen uiteengezet om u te helpen uw doel te vinden, we noemden ze SEZ:

1. Stel uw criteria vast.
2. Evalueer je bijdrage.
3. Zoek een strategie.

Om uiteindelijk te beslissen op welk doel u zich wilt richten, moet u **eerst** enkele criteria vaststellen die u zullen leiden. Deze criteria kunnen bijvoorbeeld zijn: de relevantie en gevoeligheid van het onderwerp zoals bepaald door een zorgvuldig onderzoek van de context, inclusief de behoefte aan een dergelijk initiatief in uw gemeenschap, de afwezigheid van vergelijkbare lopende programma's, wie er baat bij zouden hebben, enzovoort.

Ten tweede moet u ook nagaan welke unieke bijdrage u kunt leveren aan het doel dat u hebt gekozen. Dit betekent dat u zich de volgende vraag moet stellen:

-Waarom ben ik de juiste persoon om dit probleem op te lossen?

- Beschik ik over de nodige expertise om dit probleem aan te pakken?

Als u geen goede redenen kunt geven voor een positief antwoord op de eerste vraag of onvoldoende kennis hebt om een positief antwoord op de tweede vraag te geven, kunt u uw aanpak wellicht heroverwegen.

Ten derde kunt u bij het zoeken naar een algemene strategie bijvoorbeeld uw doel veranderen en u richten op een doel dat beter aansluit bij uw kennis en vaardigheden. Aan de andere kant kun je hetzelfde doel behouden en tegelijkertijd de nodige steun verwerven. Vergeet nooit dat hulp vragen OK is. Je zult altijd de hulp van anderen nodig hebben. Partners, medewerkers, consultants of adviseurs (zoals onderwijsspecialisten van regionale instellingen en Europese organisaties, bijvoorbeeld) kunnen u helpen uw doel volgens de juiste criteria te definiëren door de door u gekozen criteria te evalueren of nieuwe, relevantere criteria te ontwikkelen. Bovendien kunt u nuttige hulpmiddelen van de Europese Unie raadplegen, zoals verslagen van de [Europese barometer](#) en soortgelijke instrumenten. Door te spreken met professionals en andere adviseurs kunt u beoordelen of u de beste persoon bent om het project te leiden en of u over de essentiële instrumenten beschikt. Alle SEZ stappen zijn nodig om uw strategie optimaal uit te werken.

Wij geven u nu twee voorbeelden om de SEZ stappen concreter te maken.

Voorbeeld 1. Laten we ons voorstellen dat je een student bent en dat je besloten hebt je te richten op het doel om het onderwijs van jonge generaties in je lokale gemeenschap te verbeteren. Na de eerste stap van SEZ, (I), "Stel uw criteria vast", zou u moeten beginnen met vragen als de volgende:

- Wat is de behoefte aan een dergelijk initiatief in uw gemeenschap?

- Welke lopende projecten richten zich op hetzelfde doel?

- Wat ontbreekt er in de manier waarop de andere projecten hun doel hebben aangepakt?

Vervolgens wilt u al deze vragen gaan onderzoeken. U kunt bijvoorbeeld een onderzoek uitvoeren, door te zoeken naar beschikbare openbare gegevens, zoals officiële rapporten, of u kunt ook een enquêteonderzoek beginnen bij mensen die uw informanten kunnen worden. Aangezien u een student bent (**voorbeeld 1**), bent u al bekend met uw omgeving en gemeenschap; u bent op de hoogte van de middelen die voor jongeren beschikbaar zijn, zoals boeken, en u hebt wellicht ook gemakkelijk toegang tot informatie van uw leeftijdgenoten over hun eigen ervaringen. Daarom lijkt

het antwoord op stap (E), "Evalueer je bijdrage", het juiste spoor. De eerste fasen van uw plan zouden gebaseerd kunnen zijn op uw persoonlijke middelen, ervaring en vakgebied.

Nadat je hebt geleerd dat er in jouw gemeenschap een dringende behoefte bestaat om onderwijs voor jongeren te bevorderen, omdat zij niet voldoende toegang hebben tot middelen zoals boeken, moet je nog bedenken hoe je een echt verschil kunt maken bij het bereiken van dit doel. Daarom kun je in de volgende stap (Z), "Zoek een strategie", ervoor kiezen het doel aan te pakken door een echte of online locatie op te zetten waar jongeren vrijelijk boeken kunnen ruilen, of je kunt breder denken en een kleine bibliotheek beginnen, enz. Je hebt nu alle SEZ-stappen doorlopen en bent uitgerust met een succesvol plan.

Het tweede voorbeeld dat wij aanbieden, **voorbeeld 2**, is gebaseerd op reële ervaringen met het Europese *Erasmus+* project "Go Digital: Digital tools to prevent stress management and burnout" (GoD) (lees meer op pagina 116). Door rechtstreeks met jongerenwerkers te werken en door de aanbevelingen van de Europese Unie te volgen, heeft het project de volgende behoeften vastgesteld:

Noodzaak 1: Bepaal de vaardigheden die nodig zijn voor stressmanagement en burnoutpreventie

Noodzaak 2: Creëer een curriculum gebaseerd op de vaardigheden die nodig zijn voor stressbeheersing

Noodzaak 3. Creëer digitale training om jongeren te helpen beter met hun stress om te gaan en een burn-out te voorkomen.

Op basis van deze behoeften heeft de GoD **vier verschillende doelstellingen** vastgesteld:

1. Het uitvoeren van een herziening van het Europees kader van de vaardigheden die nodig zijn voor stressmanagement en burn-outpreventie
2. Het ontwerpen van het bijbehorende curriculum
3. Digitale training ontwikkelen om jongeren te helpen beter met hun stress om te gaan en burn-out te voorkomen
4. Ontwikkel een digitale tool om het functioneren van jongerenwerkers te ondersteunen.

Het kostte project GoD twintig maanden om een curriculum voor stressmanagement en software (een app) te ontwikkelen die jongeren traint hoe ze met stress kunnen omgaan en een burn-out kunnen voorkomen, zoals de apps die worden gebruikt voor gezondheids-/lichaamstraining.

2.1.3 Identificatie van de doelgroepen

U heeft nu uw doel bepaald; in **voorbeeld 1** hierboven is het doel het verbeteren van onderwijs voor jongeren in uw lokale gemeenschap; in **voorbeeld 2** is het doel het aanpakken van stressmanagement en burn-out preventie voor jongeren. De volgende stap is het vaststellen van de doelgroep of doelgroepen van uw gewenste interventie. Dit betekent dat u rekening houdt met de mensen die direct en indirect door uw interventie worden beïnvloed. Daarom kunt u zich afvragen: Hoe zal mijn interventie een specifieke doelgroep en de bijbehorende gemeenschap beïnvloeden?

De doelgroep(en) voor **Voorbeeld 1** en **Voorbeeld 2** zijn jongeren die behoren tot de generaties Millennials en Gen Z. De doelgroep in **Voorbeeld 1** bestaat waarschijnlijk uit studenten of jongeren die een opleiding volgen. Vervolgens kunt u specificeren wie uw doelgroep is: ten eerste jonge individuen die zijn ingeschreven op middelbare scholen, of universiteiten, of andere vormen van onderwijsinstellingen. Deze individuen omvatten leden van generatie Z of "Gen Z", "iGeneration", "Post-millennials", "Homeland Generation", dat zijn de mensen geboren tussen 1997 en 2012 en wier leeftijd tussen 9 en 24 jaar ligt. Daarnaast kunnen er ook mensen zijn van de vorige generatie, de Millennials, of 'Gen Y', 'Gen Me', 'Gen We', 'Echo Boomers', die geboren zijn tussen 1981 en 1996, en wier leeftijd tussen 25 en 40 jaar ligt (Dickon, 2019).

Om de doelgroep voor **voorbeeld 1** en **2** nauwkeuriger te definiëren, moet u, zoals wij in de vorige punten (2.1) hebben besproken, eerst hun behoeften vaststellen door u af te vragen: welke trends zijn relevant voor uw doelgroep? En u kunt dit doen door de "generatiekenmerken" van elke doelgroep in kaart te brengen. U kunt gebruik maken van bronnen zoals [Eurostat](#), het bureau voor de statistiek van de Europese Unie (zie ook Jong zijn in Europa vandaag - demografische trends, Eurostat, 2020), of kijken naar initiatieven zoals die welke [door de Europese Unie worden gefinancierd](#). Bovendien kunt u op zoek gaan naar de "sociaal-demografische verschillen" (de waarden en mogelijkheden in de opvoeding) tussen Gen Z en Gen Y. Houd daarom in gedachten: "Over wie heb je het precies?". Onderzoek de invloed van media en cultuur, of de impact van internet, op elke generatie bij het ontwikkelen van een strategie en de beste vorm van interventie voor die groep.

Bij het plannen van de interventie moet u bijvoorbeeld bedenken dat volgens recente analyses (voor een duidelijk, vereenvoudigd beeld, zie Kasasa, 2021) generatie Z degenen zijn wier voorkeur voor communicatie de smartphone is. Vergeet niet dat zij gemiddeld drie uur per dag hun smartphone gebruiken. Deze informatie zou van invloed moeten zijn op de interventie die u ontwerpt om hun opleiding te verbeteren of een burn-out te voorkomen: alle digitale hulpmiddelen, zoals applicaties, kunnen waardevol zijn om in uw plan op te nemen. Gen Y is ook gewend om mobiele apparaten te gebruiken. Bovendien kunt u overwegen dat zij een grote financiële instabiliteit ervaren en dat u

daarop kunt voortbouwen om een geschikte strategie te ontwikkelen om hen te helpen een betere toegang tot onderwijs te krijgen of om hen te helpen hun stress te beheersen en een burn-out te voorkomen.

2.1.4 Wenselijke resultaten, ambities

Wij willen beginnen met op te merken dat participatie een mensenrecht is. Daarom zou dit recht ook voor jongeren moeten gelden (zie artikel 12 van het VN-Verdrag inzake de [rechten van het kind](#) en het [actieprogramma van de Internationale Conferentie over bevolking en ontwikkeling van 1994](#)).

Ook al zijn zij degenen die het best hun eisen en de problemen waarmee zij geconfronteerd worden begrijpen, toch hebben jongeren zelden de mogelijkheid om actief deel te nemen aan sociaal-economische of politieke activiteiten. [De strategieën van het jongerenwerk](#) zijn gericht op de ondervertegenwoordiging van jongeren in institutionele en politieke activiteiten in het algemeen. De belangrijkste vraag die door deze acties wordt gesteld is:

Waarom worden jonge mannen en vrouwen vaak niet betrokken bij de planning of uitvoering van programma's voor jongeren?

Zoals vermeld in de [Europese jeugdstrategie voor sociale insluiting](#), zullen de positieve gevolgen waarschijnlijk groter en langduriger zijn naarmate jongeren meer worden aangemoedigd om deel te nemen aan processen, besluiten en activiteiten die hen aangaan en deze te evalueren. Het is van cruciaal belang praktische oplossingen te creëren die een succesvolle jongerenparticipatie mogelijk maken.

Op basis van de "Ladder van Participatie", die Roger Hart in 1992 ontwikkelde, werd jongerenparticipatie door de door jongeren geleide organisatie [CHOICE for Youth](#) and Sexuality en [YouAct](#) een Europees jongeren netwerk voor seksuele en reproductieve rechten beschreven met het model van de "[Bloem van Participatie](#)".

Het model "Bloem van de participatie" toont de verschillende vormen die participatie door jongeren kan aannemen. Tokenism, versiering en manipulatie staan aan het laagste eind van het model, omdat het minder betekenisvolle vormen van participatie zijn en geen verantwoordelijkheid voor jongeren inhouden. De bovenste drie niveaus van het model zijn "door volwassenen geïnitieerde gedeelde beslissing met jongeren", "door jongeren geïnitieerde en gestuurde acties" en "door jongeren geïnitieerde, gedeelde beslissingen met volwassenen". Deze vormen van participatie zijn het belangrijkste en vereisen een hoger niveau van verantwoordelijkheid voor de jongeren. Bij de aanpak van jeugdwerk zul je vooral deze laatste drie vormen van participatie in overweging nemen; ten eerste, waarbij de jeugd het initiatief neemt en de weg wijst; ten tweede, waarbij de jeugd het

initiatief neemt en samenwerkt met volwassenen; en ten derde, waarbij volwassenen het initiatief nemen en samenwerken met de jeugd.

Betekenisvolle betrokkenheid van jongeren is een contextgebonden begrip, zoals vele andere frisse concepten die deel uitmaken van de innovatie van sociale ondernemingen en organisaties. Dit impliceert dat er niet één authentieke vorm van participatie is die voor iedereen juist en legitiem is. Wanneer je de wereld van het jeugdwerk betreedt, is het cruciaal om te begrijpen hoe jongerenparticipatie door verschillende gemeenschappen verschillend wordt bekeken, hoe de definitie, het doel en de doelstelling ervan variëren, evenals de definitie en het doel die jij besluit te onderschrijven.

Denk aan gezondere jonge arbeidskrachten, studenten die betere beslissingen nemen voor de toekomst van ons allemaal, of meer jongeren die toegang hebben tot cultuur en musea bezoek. Voor elk van deze doelstellingen is het essentieel rekening te houden met de standpunten en belangen van jongeren. Dat kan via verschillende technieken, waaronder co-creatie en creativiteit.

In Nederland heeft [ZID theater](#) een vorm van maatschappelijke betrokkenheidstraining ontwikkeld met theater en performance door middel van creatieve participatietechnieken. Dit is een bijzondere manier om inclusieve betrokkenheid bij kinderen en jongeren te bevorderen en hun deelname aan de besluitvorming aan te moedigen. Door gebruik te maken van creatieve methoden kunnen kinderen en jongeren hun ideeën op gedenkwaardige wijze uitdrukken en onderzoeken hoe ze deze kunnen delen, onderzoeken en ontwikkelen. Het gebruik van creatieve kunsttraining is niet de enige focus van dit educatieve participatieve proces. De training richt zich op methoden en oefeningen die in verschillende contexten kunnen worden toegepast om de participatie van kinderen en jongeren aan te moedigen.

De betrokkenheid van jongeren verloopt echter niet altijd zoals gepland. Soms kiezen jongeren ervoor om niet deel te nemen, of duurt het erg lang voordat het hele team zich inzet en instemt met het participatieproces. Bij het plannen van uw jongerenwerk moet u er rekening mee houden dat jongerenparticipatie om verschillende redenen een uitdaging kan zijn. Hier zijn onze **zes tips** om jongerenparticipatie aan te moedigen.

Tip 1 - Goed luisteren

Neem de tijd om echt naar jongeren te luisteren. Jongeren delen vaak graag hun mening. Ze willen echter geloven dat de informatie die ze met u delen een verschil kan maken. Informeer jongeren altijd over uw plannen voor het gebruik van de informatie die zij met u hebben gedeeld, en laat hun

weten zodra u over aanvullende gegevens beschikt. Vergeet bovendien niet hen uit te leggen waarom sommige dingen mogelijk zijn en andere niet.

Tip 2 - Concrete doelstellingen

Jongeren geven voorrang aan resultaten. Dit vertaalt zich soms bij een volwassene in het idee dat ze ongeduldig zijn. Denk daarom, voordat u jongeren erbij betreft, na over wat u wilt dat ze doen. Denk na over de volgende vragen:

Wat wilt u met hen bespreken?

Wat is het doel?

Wat wilt u met deze actie bereiken?

Voor wie ontwikkel je het precies?

Wat gebeurt er daarna?

Het beantwoorden van dit soort vragen geeft duidelijke richtlijnen om met jongeren aan de slag te gaan.

Tip 3 - Betrokkenheid kan beter werken op projectbasis

Wij adviseren om met jongeren op projectbasis te werken, wat verband houdt met **Tip 2 - Concrete doelstellingen**. U kunt met hen aan meerdere projecten werken, maar zij moeten de mogelijkheid hebben om op elk moment te besluiten ermee te stoppen. Raak niet gefrustreerd, vaak is een drukke agenda op het werk, op school of bij een sportactiviteit de oorzaak van hun terugtrekking. Daarom is het bij projectwerk belangrijk om een concreet doel te hebben, maar ook om duidelijke data, schema's, tijden en locaties te hebben. Geef de jongeren verantwoordelijkheid en bespreek de organisatie vooraf. U kunt hen bijvoorbeeld vertellen dat u verwacht dat zij minstens drie van de vier evenementen bijwonen. Vertel hun "waarom" je hen daar wilt hebben. Zorg ervoor dat de toegewezen tijd voldoende is, kort, voor een nauwgezet resultaat. Haken jongeren af? U kunt hen nieuwe deelnemers laten voorstellen. De gemakkelijkste manier om jongeren te werven is via hen.

Tip 4 - Zorg voor gastvrije en veilige instellingen

Ongeacht hun leeftijd, maar vooral als ze jong zijn, moeten mensen zich op hun gemak voelen. Het creëren van een gastvrije en veilige omgeving is de beste manier om jongeren in staat te stellen zich uit te spreken en op hun eigen unieke manier bij te dragen aan het tot stand brengen van

verandering. In een veilige en ondersteunende omgeving moet iedereen zich vrij voelen om met elkaar om te gaan en van elkaar te leren. Leg zorgvuldig uit dat er in principe geen goede of foute antwoorden zijn en dat alle vragen en twijfels altijd worden geaccepteerd. Op die manier mag de deelname van jongeren niet worden beperkt door culturele vooroordelen zoals sociale normen met betrekking tot geslacht, klasse, sociale status, opleiding, enz. Enkele effectieve suggesties om dit te doen zijn het aanmoedigen van jongeren om nieuwe vaardigheden te leren en het uitbreiden van die vaardigheden met opleidingen, het creëren van gedeelde definities en een respectvolle taal, en het zorgen voor voortdurende monitoring van het hele creatieve proces.

Tip 5 - Wees eerlijk en duidelijk - zorg voor goede feedback

Maak uw doelstellingen voor jongeren duidelijk. Wat hoopt u te bereiken via jongerenbetrokkenheid? Vergeet niet dat het antwoord "ik weet het nog niet" ook een passend antwoord is. Als je laat zien dat je een concreet doel hebt, willen jongeren je graag helpen. Ken de duur van elke activiteit, vooral binnen instellingen zoals gemeenten. Jongeren eisen snelle resultaten en kunnen het moeilijk aanvaarden dat een instelling niet zo snel kan gaan als zij zouden willen. Maak daarom duidelijke plannen voor wanneer je nieuwe informatie zult krijgen en houd hen op de hoogte.

Tip 6 - Plezierfactor

Houd jongerenparticipatie leuk! Jongeren houden van ongedwongen interacties. Dat kan bijvoorbeeld tijdens een vergadering onder het genot van een lekkere pizza. En zorg ervoor dat er ook genoeg tijd overblijft voor informele gesprekken. Daarnaast werkt het gebruik van verschillende creatieve benaderingen ook heel effectief. Dit zorgt ervoor dat de activiteit leuk blijft, maar ook dat de uitkomsten concreter zijn dan alleen "Bla Bla Bla", om Greta Thunberg en een populaire uitspraak van de jonge generaties te citeren. Zo geef je de jeugd een nog actievere rol.

STAP 2: Verdeling van de rollen

In dit deel wordt ingegaan op de belangrijkste factoren die een rol spelen bij het betrekken van jongeren en het opzetten van een jongereninitiatief, -project of -organisatie. De onderwerpen die meer specifiek aan bod komen, hebben betrekking op 1) het bepalen van de middelen en mensen die nodig zijn voor de uitvoering van een project, 2) het bepalen van de gebruikers en begunstigen van

het project, 3) het bepalen van de projectadviseurs, de personen die bijdragen tot de beheersprocessen, de besluitvormers en de personen die het eindresultaat leveren.

2.2.1 Benoem de middelen/mensen die nodig zijn om uw plan uit te voeren

De toewijzing van middelen (geld, personeel, software, apparatuur) is een van de meest efficiënte manieren om het potentiële risico, dat de uitvoering van uw plan kan schaden, tot een minimum te beperken.

Bij het ontwerpen van een project moet u zich bewust zijn van de actoren die het plan zullen uitvoeren, daarom is het van het grootste belang het belangrijkste te bereiken resultaat vast te stellen. Een goed georganiseerd project bestaat uit een concreet doel dat zal worden bereikt met behulp van specifiek vastgestelde middelen. Aangezien elk project verschilt van de andere wat betreft de omvang en het probleem dat wordt aangepakt, zullen we enkele algemeen toegepaste strategieën geven voor de identificatie van de actoren die nodig zijn om uw project uit te voeren. Daarom is het mogelijk om partners of beleidsmakers bij uw project te betrekken, maar het is ook meer dan mogelijk om het project alleen of met de hulp van uw collega's en/of vrijwilligers uit te voeren. Om te begrijpen welk soort actoren je bij je project wilt betrekken, moet je goed nadenken over de reden voor deze mogelijke betrokkenheid. Elke actie en elke beslissing die u neemt moet een duidelijke impact hebben op uw onderneming.

Samenwerken met verenigingen

Het geval van samenwerking

Als u met andere actoren in zee wilt gaan, moet u in gedachten houden dat een partnerschap pas succesvol kan zijn als vastbesloten is om samen te werken; daarom is het essentieel om, voordat u de leden selecteert, na te gaan welke organisaties het project op een complementaire en voor beide partijen rendabele manier kunnen ondersteunen. Daartoe kunt u de potentiële partnerorganisaties benaderen en informatie verzamelen over hun activiteit en het gebied waarop zij meer actief zijn. Aangezien de samenwerking tussen de partners een belangrijke rol speelt in het totale projectproces, moet de selectie van partners zorgvuldig gebeuren en gebaseerd zijn op de objectieve capaciteiten en competenties van het personeel van de organisatie.

Enkele belangrijke gebieden waarmee rekening moet worden gehouden bij het zoeken naar partners/partnerorganisaties zijn:

- **Ervaring van de vereniging**

Dit betekent uiteraard niet dat minder ervaren organisaties moeten worden uitgesloten, maar dat zij moeten worden opgenomen in een partnerschap dat bestaat uit zowel ontwikkelde als zich nog ontwikkelende organisaties/instellingen. Bij de ontwikkeling van een project is elke bijdrage waardevol als deze plaatsvindt in het kader van een naadloze samenwerking. Daarnaast moet kennis door verschillende actoren worden gedeeld en geëvalueerd, aangezien dit de meest efficiënte manier is om de reeds bestaande informatie te verrijken. Meer ervaren organisaties hebben de nieuwe perspectieven en de motivatie van de recent opgerichte organisaties evenzeer nodig als nieuwkomers de "knowhow" van de reeds ervaren verenigingen.

- **Doelstelling van de organisatie**

De meeste organisaties/instanties houden zich bezig met een breed spectrum van activiteiten omdat zij zich richten op zaken die algemeen als essentieel worden beschouwd. Daartoe voorzien zij hun personeel van professionals met ervaring op verschillende gebieden. Deze multidisciplinaire aanpak zorgt voor een meer holistische maar tegelijkertijd wetenschappelijke aanpak van het onderzochte probleem. Aangezien het partnerschap per definitie multidimensionaal zal werken, moet de projectontwerper bepalen welke organisatie het meest geschikt is voor welke projectactiviteit en de rollen dienovereenkomstig verdelen.

- **Netwerk van de organisatie**

Tijdens de uitvoering van het project is het belangrijk om de projectresultaten te delen met een breder netwerk van verenigingen/instellingen/beleidsmakers, enz. Om zoveel mogelijk ontvangers te bereiken moet je toegang hebben tot het net van de partnerorganisaties, daarom is een ander belangrijk punt bij het opzetten van het partnerschap van het project om duidelijk te maken hoe de betrokken organisaties het verspreidingsproces van het project zullen ondersteunen. Het is aanbevolen om organisaties/verenigingen met verschillende culturele achtergronden bij het project te betrekken om een bredere verspreiding van de projectresultaten te bereiken.

Na afloop van het project is het partnerschap verantwoordelijk voor de follow-up van het project door de duurzaamheid ervan te bevorderen. Daarnaast is het raadzaam dat de partners hun samenwerking voortzetten door hun projectideeën op te schalen en volgende stappen te plannen in termen van projectontwerp. Om deze redenen is het noodzakelijk een partnerschap aan te gaan waarin iedereen zich op lange termijn inzet voor een gemeenschappelijk doel.

Het geval van niet samenwerken

Zoals wij reeds hebben vermeld, is de mogelijkheid om geen partnerschap op te zetten ook zeer groot, vooral als het gaat om organisaties in ontwikkeling, lokale initiatieven en/of initiatieven op basis van vrijwilligers. In dat geval wordt al het werk gedaan binnen de jongerenorganisatie (kan een groep jongerenwerkers zijn, of zelfs één persoon). De uitvoering van het project wordt nog haalbaarder als de jongerenorganisaties kennis en ervaring met elkaar uitwisselen, ook al werken ze afzonderlijk, het is altijd een goed idee om contact te houden met de respectievelijke jongereninitiatieven en elkaar te steunen, vooral in de beginfase van het opzetten van een organisatie.

Samenwerking met lokale autoriteiten en/of beleidsmakers

Jeugdbeleid is erop gericht de levensomstandigheden van jongeren te verbeteren, hun kansen te vergroten en hun gelijkwaardige deelname aan het economische, sociale en politieke kader te bevorderen (Jeugdbeleid, 2022).

Volgens de doelstellingen voor duurzame ontwikkeling kunnen lokale overheden individuen of instellingen zijn die werken aan de verwezenlijking van deze langetermijndoelstellingen. Volgens doelstelling nr. 11: In duurzame steden en gemeenschappen zijn lokale overheden verantwoordelijk voor het bevorderen van de ontwikkeling van inclusieve, veilige en veerkrachtige gemeenschappen. Daarom lijken lokale overheden, zoals gemeenten, zeer gretig om alle lokale initiatieven te ondersteunen en te bepleiten, die ongetwijfeld zullen bijdragen tot het creëren van impact op de gemeenschap. Natuurlijk verschillen de lokale autoriteiten in Europa van land tot land; in meer gedecentraliseerde delen hebben de lokale autoriteiten bijvoorbeeld meer beslissingsbevoegdheid dan in landen waar de beslissingsbevoegdheid meer gecentraliseerd is. Daarnaast is de mate van betrokkenheid van de gemeenten bij de uitvoering van het jeugdbeleid een bijkomende indicator van de diversiteit die tussen de Europese landen bestaat.

In ieder geval is het zeer vruchtbaar om de lokale autoriteiten om belangenbehartiging te vragen. Informeer hen grondig over uw visie en aarzel niet om verdere samenwerking met hen voor te stellen, uw bijdrage is waardevol, en gemeenten zijn vaak op zoek naar lokale initiatieven!

Meer informatie over het nationale jeugdbeleid van uw land vindt u hier:

<https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/countries>

Alvorens meer te weten te komen over hoe beleidsmakers bij het project kunnen worden betrokken, is het van het grootste belang te verduidelijken wat "beleid" is en wie degenen zijn die het maken. Zoals het Britse Ministerie voor Internationale Ontwikkeling (2005) stelt, wordt elk plan, elke actie of elk geheel van voorschriften die door de regering of door bedrijven en andere instanties worden

uitgevoerd om beslissingen te beïnvloeden en te bepalen, beleid genoemd. De laatste decennia is er een grote behoefte aan op onderzoek gebaseerd bewijsmateriaal in het beleid en daarom worden beleidsmakers geleidelijk actiever in verschillende fasen van de uitvoering van de respectieve projecten. Onderzoekers en projectontwerpers kunnen worden gekarakteriseerd als "goed geïnformeerde buitenstaanders" die complementair en indirect aan het beleidsvormingsproces optreden (Elliott & Popay, 2000).

Er zijn verschillende belangrijke kwesties die de projectontwerper moet overwegen en proberen te beantwoorden voordat hij beleidsmakers op het gebied van jeugdzaken probeert te bereiken:

- [Waarom is uw projectidee belangrijk voor beleidsmakers?](#)

Een van de kenmerken die een projectontwerper zou moeten hebben is het vermogen om actief te luisteren naar de behoeften van de beleidsmakers en hen te voorzien van producten die hun besluitvormingsproces zullen vergemakkelijken. Wat hier ook het vermelden waard is, is dat onderzoekers en projectontwerpers zich bewust moeten zijn van de potentiële impact van hun inspanningen en altijd moeten werken met respect voor de ethiek.

- [Wie moeten we precies aanspreken? Wie kan het verschil maken?](#)

Voor een optimaal resultaat is het van belang contact op te nemen met actoren (individuen of groepen) die invloed kunnen uitoefenen op de beleidsvorming. Deze actoren kunnen politici, ambtenaren, professionals, zakenmensen of internationale bestuursorganisaties zijn.

- [Hoe de beleidsmakers erbij te betrekken?](#)

Er zijn twee efficiënte manieren om beleidsmakers tijdens het traject van het project aan te spreken, die ook gecombineerd kunnen worden:

- A. Vergaderingen:** Deze kunnen plaatsvinden in de vorm van workshops om de actieve deelname van alle betrokken actoren (leden van verenigingen, organisaties en beleidsmakers) aan te moedigen.
- B. Beleidsbriefings:** Er zijn vele manieren om een beleidsbriefing te houden, zoals: briefing paper of verslag, briefingnota, onderzoeksbriefing, enz. Het is raadzaam om een kort document (2 A4'tjes) met referenties te maken, dat de belangrijkste gebieden van uw project en de beleidsimplicaties ervan samenvat.

Leden van de gemeenschap

Het betrekken van leden van de gemeenschap bij het project wordt niet alleen noodzakelijk geacht om een significant effect te creëren, maar ook om het idee en de beginselen van een participerende samenleving te bevorderen, waarbij de leden het potentieel hebben om bij te dragen aan een proces van verandering. Maar wat bedoelen we precies met leden van de gemeenschap? Dit kunnen leden zijn van lokale actiegroepen, lokale media, lokale jongerencentra, deskundigen, professionals in een sector van het project.

Tijdens het plannen van je project is het raadzaam om te beslissen wie de leden van de gemeenschap zijn die je wilt betrekken bij de activiteiten van je project. Het verdient ook de voorkeur om individuen/groepen van mensen te selecteren die ofwel geïnteresseerd zijn in het onderwerp van het project, ofwel experts zijn die hun kennis kunnen delen en kunnen bijdragen aan het onderzoek. Betrokkenheid van de gemeenschap is een dynamische procedure die meer omvat dan alleen de communicatie van informatie.

Wat van de betrokkenheid van dergelijke factoren wordt verwacht is een tweeledig resultaat: de ontwikkeling van zowel de deelnemende gemeenschapsleden als de organisatie die het project uitvoert. De traditionele ladder van betrokkenheid

Stadium	Relatie	Verloving
Bewustwording	Mensen weten van uw project	Informeert hen en laat hen zich aanmelden voor uw communicatiekanalen. Stuur ze brede berichten zodat ze de reikwijdte van het project begrijpen
Begrip en overweging	Mensen hebben een meer geavanceerde kennis en zijn actief op zoek naar de kwestie	Stuur meer geavanceerde informatie, nodig hen uit voor een evenement of een besloten discussiekanaal
Supporters	Mensen vertonen een eerste bereidheid van actieve ondersteuning	Zorg ervoor dat ze meer van uw berichten leuk vinden, markeer uw nieuws voor hen, moedig hen aan om een petitie te ondertekenen

Promotoren	Mensen delen uw inhoud actief of nemen passief deel aan	Moedig hen aan om deel te nemen aan evenementen, zoals een publiek debat of een mars,
------------	---	---

	sommige van uw activiteiten	om een petitie opnieuw te delen op hun eigen kanalen, om een kleine verantwoordelijkheid op zich te nemen.
Activisten	Mensen spelen een actieve rol in uw belangenbehartiging	Ze zijn zowel online als offline betrokken, kunnen kleine activiteiten zoals een stand op een beurs aan, kennen uw boodschap goed en kunnen meer mensen werven.
Leiders	Mensen nemen een leidende, strategische rol op zich	U kunt hen teamleidersrollen geven, of strategische rollen. Ze zijn actieve recruiters; ze kunnen nieuwe mensen opleiden

Tabel 2: De engagementladder uit de toolkit voor belangenbehartiging van het Europees Jeugdforum

Voor uw organisatie is het raadzaam een structuur te ontwikkelen die het mogelijk maakt dat leden van de gemeenschap op elk niveau van de ladder kunnen instappen. Hiervoor is het volgende van belang:

- Kom met een gedeelde visie
- Kom met op maat gemaakte functies die gemakkelijk kunnen worden verworven door mensen die zich op verschillende niveaus van de ladder bevinden
- Leden van de gemeenschap zullen alleen de ladder van de betrokkenheid beklimmen als zij het gevoel hebben dat zij ruimte hebben om hun zorgen te uiten.
- Het aanbieden van leer- en groeimechanismen zal gemeenschapsleden die op een bepaald niveau van de ladder waren blijven steken, motiveren om verder te gaan.

Enkele belangrijke gebieden waarmee rekening moet worden gehouden bij de samenwerking met de leden van de gemeenschap zijn de volgende:

- **Bepaal** de toegevoegde waarde van de deelname van de geselecteerde leden van de gemeenschap. Hoe zal uw project profiteren van de betrokkenheid van de gemeenschap? Hoe zal de gemeenschap profiteren van deelname aan uw project? Een concreet idee hebben van de verwachte resultaten van dergelijke acties (betrokkenheid van leden van de gemeenschap) zal de geloofwaardigheid van uw organisatie vergroten en de potentiële risico's die uw onderneming in gevaar kunnen brengen tot een minimum beperken.
- De motivatie van de leden van de gemeenschap om actief deel te nemen aan het project **in kaart brengen**. Hierdoor krijgt de projectontwerper een beter inzicht in de verwachtingen van de leden van de gemeenschap en kan hij de projectactiviteiten efficiënter plannen.

- **Spreek uw dank uit** voor de actieve deelname van de leden van de gemeenschap. Dit zal ertoe bijdragen dat uitval tijdens de looptijd van het project wordt voorkomen.

2.2.2 Bepaling van de gebruikers en begunstigen van de activiteiten

Bij elk project moet de ontwerper een duidelijk beeld hebben van de doelgroep die wordt aangesproken. Normaal gesproken bestaat de doelgroep van een project uit de Gebruikers en de Begunstigen.



Deze afbeelding is afkomstig van rechtenvrije beeldplatforms (pixabay en/of freepik) en is vrij te gebruiken zonder licentie.

Gebruikers of eindgebruikers: Dat zijn de mensen die uiteindelijk het product of de dienst ervaren die door je project wordt geleverd (directe doelgroep). Als u bijvoorbeeld een jongerenorganisatie bent die werkt aan een project met als doel de digitale geletterdheid onder jongerenwerkers te verbeteren, zijn de eindgebruikers de mensen die het product van uw project rechtstreeks zullen ontvangen, wat een bewustmakingscampagne, een training of zelfs een handboek over digitale geletterdheid kan zijn.

Begunstigen: De term verwijst naar mensen wier leven wordt verbeterd door het product of de dienst van het project (indirecte doelgroep). Op basis van het vorige voorbeeld kunnen de begunstigen de leeftijdsgenoten, familieleden of collega's van de eindgebruikers zijn, aangezien zij indirect zullen worden beïnvloed door de kennis die de eindgebruikers hebben verworven.

Het is niet raadzaam om overhaast een doelgroep te kiezen. Integendeel, een grondig onderzoek naar de behoeften, de mogelijkheden en de beschikbaarheid van de doelgroep is noodzakelijk.

Daarom is het zeer raadzaam om, alvorens een specifieke groep direct of indirect te benaderen, aandacht te besteden aan de volgende belangrijke gebieden:

- Maak een **evaluatie van de behoeften** om uw doelgroep zo nauwkeurig mogelijk te beschrijven. Zowel een zeer brede als een zeer smalle doelgroep moet worden vermeden, omdat het in beide gevallen moeilijk wordt voor de projectontwerper om een programma te maken dat op dergelijke bevolkingsgroepen van toepassing is. Het doel van de behoeftebeoordeling is niet alleen de problemen en de tekorten van de doelgroep op te sporen, maar ook hun sterke punten

en mogelijkheden. De volgende vragen zullen u helpen uw doelgroep voldoende te beschrijven:

- **Wie zijn de leden van de doelgroep? Wat is hun leeftijd?**

De demografische kenmerken zijn essentieel om de groep efficiënt aan te spreken. Wat het vorige voorbeeld betreft, is de doelgroep jongerenwerkers in de leeftijd van 18 tot 30 jaar met beperkte digitale vaardigheden.

- **Wat is hun sociale identiteit? Wat is hun opleiding/gezinssituatie/ economische situatie?**

In ons voorbeeld zijn de eindgebruikers mensen die een beroep uitoefenen, zodat zij een relatief stabiele economie hebben.

- **Zijn het autochtonen of migranten?**

Potentiële taalbarrières of interculturele verschillen moeten zorgvuldig worden overwogen bij het opzetten van uw interventie. In ons voorbeeld kunnen de jongerenwerkers Europese burgers zijn (zonder dat dit vereist is), met voldoende kennis van het Engels.

- **Wat is het ontwikkelingspotentieel van uw doelgroep?**

Houd in gedachten dat een succesvol project ook de reeds bestaande competenties van de doelgroep kan bevorderen en verbeteren, daarom zal een screening van hun capaciteiten ongetwijfeld de planning van projectactiviteiten vergemakkelijken. In ons voorbeeld kunnen jongerenwerkers de verworven vaardigheden benutten om te solliciteren naar een nieuwe baan, om hun kennis over te dragen aan hun studenten als ze in het onderwijs werken, of zelfs om zelf een project te leiden.

- **Welke talenten bezitten zij? Wat zijn hun competenties?**

In ons voorbeeld spreken de jongerenwerkers vloeiend Engels en zijn ze bereid te leren. Hun verdere bijdragen aan het project zullen worden vastgesteld naarmate het programma vordert.

- **Wat zijn hun verwachtingen?**

Het verzamelen van de verwachtingen van je potentiële doelgroep is cruciaal om de doelstellingen van je project beter te kunnen construeren. Aangezien je je tot een specifieke sociale groep richt, moet je een programma op maat maken dat aan de verwachtingen van de groep voldoet. In ons voorbeeld kunnen we focusgroepen maken of interviews houden met de jongerenwerkers van onze stad om hun verwachtingen in kaart te brengen en te categoriseren.

- b.** Zodra je de behoeftepeiling hebt uitgevoerd, moet je **de resultaten bekijken**. De onderzoeksresultaten geven aan op welke maatschappelijke behoeften en lacunes uw project zich moet richten.

Er zijn echter enkele **risicofactoren die** uw streven in gevaar kunnen brengen als er geen rekening mee wordt gehouden:

- Toegang tot de doelgroep:

De geselecteerde doelgroep moet gemakkelijk te bereiken zijn; daarom is het raadzaam een doelgroep te kiezen die groot genoeg is en niet incidenteel. Jongerenwerkers met weinig digitale vaardigheden zijn bijvoorbeeld een gemakkelijk te bereiken doelgroep.

- Representatief voorbeeld:

Bij het bepalen van uw doelgroep is het van belang mogelijke vertekeningen te vermijden. Het systematisch selecteren van specifieke leden van de algemene bevolking kan de externe geldigheid van je project in gevaar brengen. Als u bijvoorbeeld kiest voor jongerenwerkers die alleen uit het noorden van uw land komen, is deze steekproef misschien niet zo representatief als wanneer u deelnemers uit het hele land selecteert.

- Bestaande middelen:

Voordat je tot een conclusie komt, moet je evalueren of de middelen van het project (die in 2.2.1 zijn vastgesteld) de geschatte behoeften van de potentiële doelgroep kunnen dekken. Zo kun je onverwachte afwijkingen voorkomen.

c. Wat ga je aanbieden en aan wie?

Als volgende stap is het van het grootste belang te **verduidelijken wie de leden van de doelgroep zijn** die rechtstreeks worden aangesproken (eindgebruikers) en wie indirect worden aangesproken (begunstigden). Bij het aanspreken van de eindgebruikers moet de projectontwerper dan ook een passende communicatiecode en bijbehorende instrumenten en methoden ontwikkelen die voor de gebruikers naadloos te begrijpen zijn. Anderzijds zullen de begunstigden worden aangesproken via de eindgebruikers; daarom moet de projectontwerper zich bewust zijn van de behoeften en de bijzondere kenmerken van zowel de gebruikers als de begunstigden en proberen op indirecte wijze invloed uit te oefenen op de laatstgenoemden, aangezien zij alleen rechtstreeks contact zullen hebben met de eindgebruikers.

2.2.3 Determineer de projectadviseurs, de medewerkers aan de beheersprocessen, de besluitvormers en de uitvoerders.

Project adviseurs

De rol van de projectadviseur is om gedurende de looptijd van het project zijn deskundigheid en advies in te brengen, zodat de producten de verwachte kwaliteit bereiken. De begeleiding van de

projectadviseur is essentieel, omdat hij een sleutelrol speelt in veel organisatorische activiteiten van het project:

- Begeleiding en ondersteuning bij projectbeheerprocessen
- Advies over communicatiestrategie om mogelijke belanghebbenden/beleidsmakers/leden van de gemeenschap enz. te bereiken.
- Richtsnoeren voor de kwaliteitsbeoordelingsstrategie
- Advies over risicobeheerstrategie en -beperking
- Als externe waarnemer toezien op de algemene uitvoering van het project en zo nodig input leveren
- Toezicht houden op de projectactiviteiten om ervoor te zorgen dat de procedures en normen worden nageleefd

De projectadviseur werkt nauw samen met het team van projectontwerpers en streeft ernaar dat de beoogde resultaten van het project op tijd en volgens de overeengekomen specificaties worden opgeleverd. Projectadviseurs kunnen individuen zijn, deskundigen op het gebied van projectadvies en -beheer of organisaties die in de desbetreffende sector werkzaam zijn.

Waarom is het essentieel om met een projectadviseur te werken?

De feedback van de projectadviseurs moet worden beschouwd als een objectieve beoordeling van de resultaten en het proces van het project in het algemeen. De evaluatie van uw project vanuit een extern gezichtspunt kan er aanzienlijk toe bijdragen dat niet alleen de kwaliteit van uw onderneming, maar ook de impact ervan toeneemt.

In de context van jongerenorganisaties is het meer dan gebruikelijk dat de personeelsleden gelijkelijk meerdere rollen delen, bijvoorbeeld er is niet slechts één persoon die de rol van projectmanager of de rol van projectadviseur op zich neemt, maar het is meer een coöperatieve verdeling van taken en verantwoordelijkheden. Anderzijds is er ook het geval dat de jongerenorganisatie niet meer dan één jongerenwerker omvat die het project leidt en ook verantwoordelijk is voor alle respectieve activiteiten, zoals projectmanagement, uitvoering en verspreiding. Het is in uw voordeel om u bewust te zijn van de verschillende rollen die in een bedrijfsomgeving voorkomen, zodat u gemakkelijker de organisatieprincipes kunt overnemen die voor uw organisatie het beste werken.

Bijdragen aan managementprocessen

Het beheer van een project vereist voldoende organisatorische vaardigheden, aangezien er een groot aantal regelingen moet worden getroffen. Daarnaast bestaat projectbeheer uit vele andere pijlers, die even veeleisend zijn en nauwkeurig en verantwoordelijk moeten worden behandeld.

De belangrijkste taken van de projectmanagementprofessionals zijn de volgende:

- Coördinatie van de planning, het budget en de uitvoering van het project.
- Begeleiding en motivatie van de rest van het team.
- Contact houden en de samenwerking met de belanghebbenden van het project bevorderen.
- Beperking van potentiële risico's.
- Coördinatie van de vrijgave van het project.

Op basis van de belangrijkste verantwoordelijkheidsgebieden moet u zorgvuldig beslissen over de medewerkers aan het projectbeheer.

Het volgen van een projectbeheertechniek, die bestaat uit verschillende toegevoegde stappen naar de voltooiing van het project, kan zeer nuttig zijn. In vergelijking met de traditionele technieken lijkt een meer aanpasbare techniek (Agile projectmanagementmethode) beter toepasbaar in het kader van innovatieve en jongereninitiatieven, aangezien efficiënter wordt ingespeeld op de opkomende behoeften.

Traditionele projectmanagementtechniek	Nieuw projectbeheer Techniek
Initiatiefase	Visie fase
Planningsfase	Speculatie- en ontwerpfasen
Uitvoerende fase	Onderzoeks- en iteratiefase
Vrijgave fase	Aanpassingsfase
Afsluitende fase	Afsluitende fase die het begin wordt van een nieuwe envisioning fase

Tabel 3: Vergelijkend overzicht van traditioneel en agile projectmanagementmodel

Wat zijn de voordelen van de nieuwe techniek?

- **Flexibiliteit:** Het hebben van een plan en het bijhouden van de volgende activiteiten is van groot belang, maar het is even belangrijk dat men zich kan aanpassen aan de mogelijke komende wijzigingen. Het element van flexibiliteit moet tijdens het hele project aanwezig zijn.
- **Aanpassingsvermogen:** Zoals hierboven vermeld, aarzel niet om uw werkplan te reconstrueren en te herschikken in geval van nood. U bent de maker en de manager van uw project; dit geeft u

het voorrecht om beslissingen te nemen, dus handel verstandig en gebruik uw organisatorische vaardigheden ten voordele van uw onderneming.

- **Diversiteit van rollen:** Als je samenwerkt met andere jeugdwerkers, houd er dan rekening mee dat er rollen bestaan om overgenomen te worden. Het is natuurlijk niet verplicht om de taken scherp te onderscheiden, maar in de context van een grotere jongerenorganisatie is het wel nuttig om dat te doen. Zo voorkom je dat taken en verantwoordelijkheden elkaar overlappen, en bespaar je bovendien tijd en energie. Neem de tijd om de talenten van je teamleden in kaart te brengen en verdeel de rollen dienovereenkomstig, altijd in overeenstemming met hun persoonlijke belangen.
- **Betere bruikbaarheid en exploitatie van de producten van het project:** Zorg ervoor dat uw output efficiënt en effectief wordt benut door de groep waarop u zich richt. Aangezien u hard hebt gewerkt om van uw project een compleet product te maken, is het meer dan een compliment om te werken aan de goede overdraagbaarheid ervan. Verspreid je werk, houd bijeenkomsten (online of face to face) om je collega's, de gemeenschap, de lokale autoriteiten of de eindgebruikers te informeren over je product. Geef hun richtlijnen en suggesties over hoe de te leveren producten daadwerkelijk en actief te gebruiken.

Besluitvormers

Een andere sleutelrol in het kader van het ontwerpen en uitvoeren van een project is die van de besluitvormers. De besluitvormer krijgt de rol van leider van het team, die verantwoordelijk is voor het nemen van een bepaald besluit na afweging van de inbreng van de overige teamleden. De leiderschapskwaliteiten van de besluitvormer geven aan of het individu goede besluitvormingsvaardigheden verwerft. In de context van jongerenorganisaties worden de beslissingen echter genomen via vergaderingen waar de jongerenwerkers de voortgang van hun werk bespreken en afronden. Met andere woorden, hoewel het in bedrijfsomgevingen heel gebruikelijk en zelfs noodzakelijk is om één besluitvormer aan te wijzen, is dit in de context van het jeugdwerk niet vanzelfsprekend. Daarom zijn hier de vier basisstijlen van het besluitvormingsproces, die onderling uitwisselbaar zijn en gebruikt kunnen worden afhankelijk van de behoeften en de speciale kenmerken van elke situatie.

Richtlijn

Enkele van de onderscheidende kenmerken van de directieve, richtinggevende beslissers zijn het snelle en beslissende denkproces en de intense focus op de taken. Gewoonlijk zijn zij zeer selectief ten aanzien van de voorstellen van hun collega's, omdat deze meestal gebaseerd zijn op hun eigen

oordeel. Hun rationaliteit en precieze aanpak van elk probleem zijn de hoekstenen die de beslissers ideaal maken voor dringende en kortetermijnbeslissingen. Bijvoorbeeld, in het hypothetische scenario van het organiseren van een publieke campagne binnen een korte periode en een gebrek aan vrijwilligers voor een vrijwilligersworkshop, zou de verantwoordelijke jongerenwerker de taakgerichte stijl van besluitvorming moeten hanteren met als doel het verwachte resultaat zo efficiënt en tijdig mogelijk te bereiken.

Analytisch

Het belangrijkste kenmerk van dit type besluitvormingsproces is de tijdsinvestering in de procedure. Meer bepaald verzamelen zij gewoonlijk gegevens en bewijzen, alvorens tot een conclusie te komen. Ze zijn ook taakgericht, zoals de directieven, maar ze zullen niet overhaast beslissen. Bijvoorbeeld, in het denkbeeldige scenario van een project betreffende de verbetering van digitale vaardigheden bij jeugdwerkers, zou de analytische besluitvormingsstijl ideaal zijn bij het uitvoeren van de behoefteanalyse, dat wil zeggen in de beginfase van het project.

Conceptueel

Het verschil tussen conceptuele en de vorige twee types is dat de eerste meer sociaal gericht is, en ook meer geneigd is om risico's te nemen. Conceptuele beslissers investeren tijd in het bedenken van creatieve oplossingen, zij visualiseren het potentieel van hun beslissing en proberen zich voor te stellen welke uitkomst het meest winstgevend zou zijn. Zij zijn ideaal voor het nemen van beslissingen op lange termijn. Bijvoorbeeld, in het hypothetische scenario van het werken aan de verspreidings- en exploitatiestrategie van een publieksevenement, dat wordt georganiseerd door de jongerenorganisatie, zou de conceptuele beslissingsstijl de algemene activiteit aanzienlijk vergemakkelijken.

Gedrag

De focus van de gedragsbeslissers ligt meer op relaties dan op de taak. Daarnaast baseren gedragsbeslissers zich meestal op de informatie die zij van hun collega's verzamelen. Het besluitvormingsproces is voor hen een samenwerkingsprocedure, en zij besteden meestal aandacht aan het effect dat dit proces zal hebben op het niveau van de relaties tussen de teamleden. Om optimale resultaten te bereiken is het aan te bevelen dat besluitvormers gebruik maken van flexibele technieken, zodat zij zich kunnen aanpassen wanneer dat nodig is. Rigide zijn zal niet helpen om aan de behoeften van het project te voldoen; daarom zou het combineren van de eerder genoemde stijlen en het telkens kritisch kiezen welke de meest geschikte is, de meest professionele en doeltreffende strategie zijn.

Bezorgers

De eindproducten van het project worden onder de eindgebruikers verspreid door de bezorgers, die jongerenwerkers, opvoeders, trainers, leerkrachten, vrijwilligers enz. kunnen zijn. De selectie van de juiste bezorger is van het grootste belang voor de succesvolle implementatie van het project, aangezien het de laatste stap is van het totale proces. Bij de keuze van de begeleiders is het essentieel de volgende vragen te beantwoorden:

- Wie zijn de eindgebruikers?

De vaststelling van de eindgebruikers gebeurt reeds tijdens de planningsfase van het project, hoewel de beoordeling van de doelgroep van de eindgebruikers essentieel is voor de projectontwerper om in te schatten wie de meest geschikte personen zijn die de producten van het project voldoende zullen kunnen verspreiden.

- Hebben de eindgebruikers speciale behoeften?

De verspreiders moeten zich bewust zijn van eventuele bijzonderheden, zoals communicatiebarrières, zodat zij zich daarop kunnen voorbereiden.

- Wat is de inhoud van het projectproduct dat u wilt opleveren?

De selectie van verspreiders moet ook gebaseerd zijn op hun deskundigheid, aangezien het van cruciaal belang is dat de professional een holistische kijk heeft op het onderzochte vraagstuk om het aan de eindgebruikers te kunnen leveren.

- Wat zijn de zachte vaardigheden en de competenties waarover de 'overbrenger' moet beschikken om de projectproducten beter te verspreiden?

Zodra u deze vragen hebt beantwoord, is het gemakkelijker om het profiel van de overbrengers te bepalen.

Conclusie

Dit deel van de gids was vooral gericht op het vaststellen van de middelen die nodig zijn om een project efficiënt en effectief te laten verlopen. Ten tweede werd nagegaan hoe jongereninitiatieven hun organisatie kunnen structureren, vooral wat betreft het opzetten en verdelen van de rollen binnen de organisatie. Een ander belangrijk punt dat werd behandeld is de bepaling van de doelgroepen die tijdens het project worden bereikt. Aarzel niet om dieper te graven en je eigen

onderzoek te doen naar de verschillende maar ook fascinerende aspecten van het runnen van je eigen project.

Als je er naar uitkijkt om je gemeenschap positief te veranderen en je bent ook vastbesloten om impact te creëren, dan heb je alles wat je nodig hebt.

STAP 3: Hoe identificeert en bereikt u uw stakeholders?

In dit deel van de handleiding maakt u kennis met stakeholders, die een essentiële rol spelen bij elk initiatief tot maatschappelijke betrokkenheid. De concepten van stakeholders en stakeholderanalyse worden gepresenteerd als een manier om een uitgebreide lijst samen te stellen van mensen en groepen die geïnteresseerd zijn in of belang hebben bij een bepaalde kwestie. Punt 2.3.2 gaat in op het belang van inzicht in de verschillende manieren van communicatie om ervoor te zorgen dat de beste manieren om de belanghebbenden te bereiken en met hen te communiceren worden toegepast en dat ook gemarginaliseerde en/of uitgesloten groepen worden bereikt. Punt 2.3.3 gaat in op het idee van een "beoordeling van de behoeften" en manieren om tot de relevante behoeften, problemen en zorgen van de doelgroep te komen. In punt 2.3.4 ten slotte wordt de mate van deelname voor elke groep belanghebbenden besproken, afhankelijk van de doelstellingen van het project en de persoonlijke behoeften van de betrokkenen.



Deze afbeelding is afkomstig van rechtenvrije beeldplatforms (canva en/of freepik) en is vrij te gebruiken zonder licentie.

2.3.1 Identificatie van de huidige en/of potentiële belanghebbenden

Een zeer belangrijk aspect voor elk initiatief inzake gemeenschapsbetrokkenheid zijn de belanghebbenden die werkelijk door dat initiatief worden geraakt en die moeten worden betrokken om het initiatief met succes uit te voeren. Belangrijk is dat de uitvoering van jongereninitiatieven op

het gebied van maatschappelijke betrokkenheid alleen een succesvol resultaat oplevert als de plannen positief worden ontvangen door de betrokken belanghebbenden. Of wel, zonder een positieve kijk van stakeholders is een succesvolle implementatie van initiatieven niet vanzelfsprekend (Ibrahim et.al. 2019). Als zodanig is het identificeren en begrijpen van wie die relevante stakeholders zijn belangrijk om u in staat te stellen hen te werven als onderdeel van uw initiatief.

Voordat wij ingaan op manieren om deze belanghebbenden te identificeren en te bereiken, geven wij eerst enkele definities van de belangrijkste termen die voor dit deel van belang zijn.

Belanghebbenden, die als intern of extern kunnen worden beschouwd (Hill en Jones 2001), kunnen worden gedefinieerd als "de groepen en individuen die de verwezenlijking van de doelstellingen van een organisatie kunnen beïnvloeden of erdoor worden beïnvloed" (Freeman en McVea 2001:23).

De identificatie van belanghebbenden in de context van de betrokkenheid van jongeren bij de gemeenschap verwijst dan ook naar de identificatie van die personen, groepen, organisaties, gemeenschappen met inbegrip van lokale bewoners, etnische, raciale, religieuze en culturele groepen (Rabinowitz n.d.). Het kan echter ook gaan om webgebaseerde gemeenschappen en virtueel georganiseerde groepen waar mensen met dezelfde interesses of zorgen, bijvoorbeeld over het milieu, samenkomen en een groep vormen.

Het identificeren en analyseren van belanghebbenden en hun belangen biedt een reeks voordelen, zoals het opnemen van een verscheidenheid aan perspectieven uit alle sectoren van de betrokken gemeenschap, waardoor meer ideeën op tafel kunnen komen (Rabinowitz n.d.). Bovendien heeft je initiatief het voordeel dat het meer steun krijgt van alle belanghebbenden, doordat ze een cruciaal onderdeel worden van de ontwikkeling, planning, uitvoering en evaluatie. Tijdens dit proces wordt het initiatief nu hun inspanning en de belanghebbenden zullen zich geroepen voelen hun best te doen om het te laten slagen (Rabinowitz n.d.). Het proces van identificatie van belanghebbenden is van vitaal belang omdat het de basis legt voor het opbouwen van relaties die zullen uitmonden in een succesvolle betrokkenheid van belanghebbenden en gemeenschap en uiteindelijk in het succes van het project.

Anderzijds wordt **stakeholderbetrokkenheid** opgevat als het proces waarbij er interactie en betrokkenheid is van de relevante mensen, groepen, gemeenschappen of organisaties die door het project in kwestie worden beïnvloed. Stakeholderbetrokkenheid, die ook wel "burgerparticipatie" wordt genoemd, is een belangrijke factor voor het handhaven van een billijke machtsbalans binnen een land of een organisatie en in ons geval binnen een gemeenschap (Ihugba & Osuji 2011; Greenwood 2007).

Bij het brainstormen over de identificatie van belanghebbenden van jongeren en leden van de gemeenschap voor deelname is het nuttig de volgende vragen te overwegen en proberen te beantwoorden:

- Op wie heeft het project/initiatief betrekking?
- Wie neemt beslissingen of heeft invloed in de betreffende gemeenschap?
- Wie kan invloed hebben op het succes van het project?
- Wie heeft er belang bij dit project?

(Metropolitan Waste and Resource Recovery Group 2016)

Door de bovenstaande vragen te beantwoorden, begint u onmiddellijk de selectie van belanghebbenden te beperken die niet alleen relevant zijn voor uw initiatief, maar die ook het potentieel hebben om het te bevorderen.

Hoewel bij een groter project natuurlijk ook een groter aantal betrokken belanghebbenden nodig is, moeten eenvoudiger projecten toch worden uitgerust met een volledige lijst van mogelijke belanghebbenden. Om u of uw organisatie een uitgebreide lijst van belanghebbenden te laten opstellen, worden de volgende drie stappen voorgesteld (MOLGROUP 2017):

Hoe de belanghebbenden identificeren:

1. Maak een lijst van alle mogelijke stakeholders (wees zo specifiek mogelijk). Probeer personen op alle niveaus te identificeren en betrek daarbij alle belanghebbenden, niet alleen degenen met wie u al een band hebt opgebouwd; zelfs als de impact van die personen nog onbekend is of zij een negatieve positie ten opzichte van u of uw organisatie innemen.

Hoewel het belangrijk is om de meest uitgesproken belanghebbenden en degenen die de meeste directe invloed kunnen uitoefenen bij het project te betrekken, is het niettemin noodzakelijk ervoor te zorgen dat de bredere lokale gemeenschap bij het project wordt betrokken. Als zodanig mogen zelfs de personen, groepen, organisaties enz. met de minste invloed niet buiten beschouwing worden gelaten, aangezien het project het risico loopt te mislukken als gevolg van een gebrek aan begrip van de bredere belangen en/of de context waarin het wordt uitgevoerd.

Ten slotte moet worden gezorgd voor de betrokkenheid van kwetsbare en/of gemarginaliseerde belanghebbenden, ook al hebben zij misschien niet dezelfde mate van invloed als andere leden, of zijn zij misschien niet in staat meer publieke aandacht te trekken.

2. Als je eenmaal een brainstorming hebt afgerond van alle mogelijke direct belanghebbenden die erbij betrokken moeten worden, dan ben je in een goede positie om te gaan overwegen die lijst verder uit te breiden. Door de belanghebbenden die u al kent en waarmee u contact hebt te vragen om suggesties van anderen die belang zouden kunnen hebben bij het huidige project en de doelstellingen ervan, kunt u anderen aan de lijst toevoegen.

3. Maak een gedetailleerde lijst met specifieke contactpersonen - met vermelding van hun naam - van elk van de groepen belanghebbenden en vermeld in het geval van een organisatie de naam van de persoon die een belangrijke beslisser is. Zodra alle belanghebbenden zijn vermeld, voegt u ten slotte alle andere relevante informatie toe, zoals details over de geschiedenis van die persoon, groep/ organisatie met uw organisatie, eventuele interacties in het verleden, enz.

Toch is het niet voldoende om alleen de relevante belanghebbenden te identificeren; u zult veeleer de verschillende belangen van de belanghebbenden moeten ontdekken en begrijpen die enerzijds de inspanning ten goede kunnen komen en anderzijds schadelijk kunnen zijn. Bovendien kunnen zelfs onder dezelfde groepen belanghebbenden tegenstrijdige standpunten bestaan. Deze verschillende aspecten van belanghebbenden moeten ook worden vastgesteld en genoteerd, zodat u voorbereid bent op toekomstige afspraken met deze personen (MOLGROUP 2017).

De volgende tabel voor de analyse van belanghebbenden en de gemeenschap kan worden gebruikt bij de identificatie van belanghebbenden:

Naam	Het vertegenwoordigen van	Punt van zorg	Bijdrage	Niveau Van Rente	Niveau Van Invloed	Soort Verloving
John Smith	Groep Jeugd voor het Milieu	Alle milieukwesties	Nuttig voor de verspreiding van het initiatief/ het vinden van deelnemers enz.	Hoog	Hoog	Hoge betrokkenheid - empowerment

Tabel4: De tabel is aangepast uit verschillende bronnen (MOLGROUP 2017; Metropolitan Waste and Resource Recovery Group 2016).

2.3.2 Identificatie van de communicatiemiddelen die deze belanghebbenden/groepen gebruiken en wat zij daarbij eventueel missen

De technologische vooruitgang voltrekt zich in een ongekeerd tempo, en daarmee ook de manieren waarop mensen informatie zoeken, opnemen en delen, en de manieren waarop ze met elkaar communiceren.

Schroedel (2020) legt uit dat "de betrokkenheid van burgers onder de 30 jaar op nieuwe manieren tot uiting komt. Hun betrokkenheid vindt vooral online plaats, via sociale media of civic tech-platforms. Deze instrumenten geven jonge burgers een grotere stem in hun gemeenschap".



Nu de jongere generaties de leeftijd van burgerlijke en politieke participatie betreden, wordt hun betrokkenheid meestal bereikt en vergemakkelijkt via online platforms en fora die lokaal en inclusief zijn (Schroedel 2020). Voor op jongeren gerichte initiatieven voor maatschappelijke betrokkenheid zijn online communicatieplatforms of sociale mediakanalen dan ook van cruciaal belang.

Hoewel in het tijdperk van digitale vooruitgang de toegankelijkheid tot verschillende gemeenschappen nog nooit zo groot is geweest, is het mogelijk dat een initiatief voor maatschappelijke betrokkenheid van jongeren, dat een inclusieve aanpak hanteert door gemarginaliseerde en/of historisch uitgesloten groepen mensen op te nemen, hen niet kan bereiken via sociale media of digitale/online platforms. Als alternatief kunnen er bestaande gemeenschapsnetwerken zijn, die specifiek deze groepen mensen vertegenwoordigen en die als cruciaal communicatiepunt kunnen dienen (Community Planning Toolkit 2014).

Daarom moet uw organisatie kunnen vaststellen welke communicatiemiddelen jongeren of specifieke jeugdgroepen gebruiken. Zo kunt u niet alleen de zwakke punten in uw communicatie opsporen, maar ook vaststellen wat het beste werkt en zo het potentieel om jongeren te bereiken maximaliseren.

2.3.3 Bepaal wat in de bestaande acties moet worden verbeterd en/of beslis welke acties moeten worden bevorderd.

Bij de uitvoering van je project is het belangrijk om vooraf onderzoek te doen in de lokale, regionale en nationale context van het betreffende land, om na te gaan welke andere initiatieven zijn of worden uitgevoerd en om eventuele problemen of moeilijkheden vast te stellen die uit de huidige

acties kunnen voortvloeien. Zo kun je de reikwijdte van je eigen initiatief beperken en de lacunes aanpakken die andere initiatieven misschien over het hoofd hebben gezien of anderszins niet hebben kunnen aanpakken (SALTO-YOUTH 2022).

Om effectief op te sporen wat verbetering behoeft, is een "behoefteevaluatie" een essentieel uitgangspunt in dit proces waarbij de belanghebbenden, die u eerder hebt geïdentificeerd, worden betrokken. De praktijk van een behoefteevaluatie werd eerder geïntroduceerd in hoofdstuk 2 van de handleiding (blz.44) waarbij de nadruk lag op het gebruik van de behoefteevaluatie om de doelgroep meer in het algemeen te beschrijven, terwijl we in dit deel voorstellen de behoefteevaluatie te gebruiken om de hiaten in de aanpak van de behoeften van de gemeenschap te lokaliseren en je eigen initiatief te verfijnen. Uitgaan van de behoeften van de projectdeelnemers biedt twee belangrijke voordelen:

1. Helpt jongerenwerkers het vertrouwen van de deelnemers te winnen
2. Door de verworven vaardigheden en kennis wordt het vertrouwen van de betrokkenen vergroot en wordt een gevoel van verantwoordelijkheid en eigenaarschap voor het plannings- en uitvoeringsproces gecreëerd (Tammi en Hendriks 2008).

Een evaluatie van de behoeften stelt je in staat om de behoeften, problemen en zorgen van het individu en/of de gemeenschap vast te stellen en de hoop en wensen van het individu en/of de gemeenschap te verzamelen. Bovendien kun je zo herkennen of de behoeften zijn veranderd, zodat je de activiteiten van het project kunt heroriënteren en grassroots actie kunt ondernemen rond de specifieke behoeften (SALTO-YOUTH 2022).

Mogelijke manieren om de beoordeling van de behoeften te vergemakkelijken zijn de volgende:

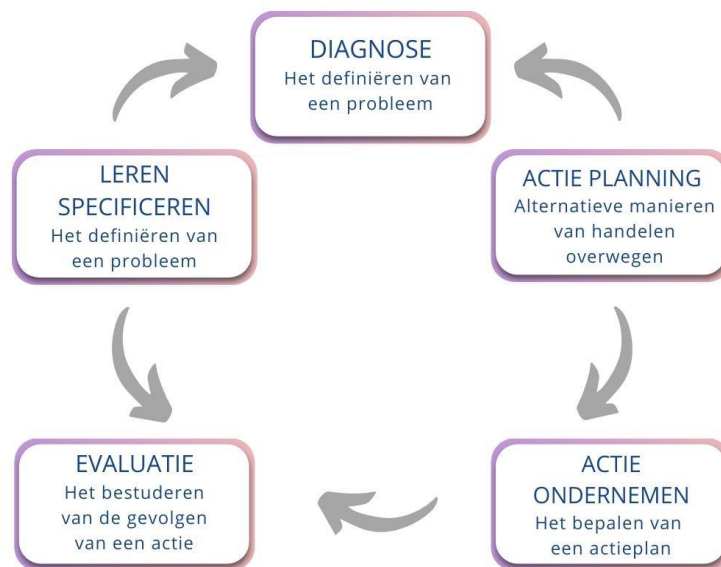
- Focusgroepgesprekken voeren
- Enquêtes en vragenlijsten verspreiden
- Interviews
- Participatief actieonderzoek
- Secundaire gegevensanalyse
- Fora over openbare aangelegenheden

Hoewel alle bovenstaande methoden nuttig zijn voor het verzamelen van informatie, is **Participatory Action Research** de meest aanbevolen methode wanneer gestreefd wordt naar maximale participatie van belanghebbenden waarbij een groot gevoel van eigenaarschap en controle over het project ontstaat, omdat het de deelnemers in het hart van het proces plaatst, uitgaande van de

veronderstelling dat individuen de deskundigen zijn van hun eigen leven en dus het beste punt om een plannings- of actieproces te starten (Tammi en Hendriks 2008).

Er zijn drie belangrijke stappen in participatief actieonderzoek:

1. In kaart brengen van de behoefte of het probleem identificeren/ definiëren
2. Nadenken over het probleem en actie ondernemen om de behoefte of het probleem aan te pakken (actie)
3. Evalueren van de resultaten van de actie die is ondernomen om de behoefte/ het probleem aan te pakken (leren & ontwikkelen, evaluatie)



Aangepast van: Susman, G.I., "Action Research: A Sociotechnical Systems Perspective", ed. G. Morgan (Londen: Sage Publications, 1983) 102.

Het bovenstaande schema voor participatief actieonderzoek wijst op een continu proces, dat is afgestemd op de behoeften van het individu/de gemeenschap en de situatie. Om deze behoeften doeltreffend te kunnen vaststellen moet dit proces gedurende de gehele looptijd van het project worden voortgezet.

2.3.4 Plan om ervoor te zorgen dat de doelstellingen voor alle betrokken belanghebbenden worden bereikt.

Een initiatief om jongeren bij de gemeenschap te betrekken kan pas als succesvol worden beschouwd als de doelstellingen van het project zijn bereikt. Stakeholders kunnen een grote invloed hebben op zowel het beoogde resultaat als het succes van het project.

Dit is afhankelijk van de mate van participatie van elke stakeholder waarbij hun doelen en behoeften worden afgestemd op de doelen en behoeften van het project (T-EST.EU 2013).

Daarom moet het participatieniveau van elke belanghebbende in aanmerking worden genomen om ervoor te zorgen dat bij de dialoog met hen de juiste benaderingen, methoden en instrumenten worden gebruikt om hun bijdrage te maximaliseren en ervoor te zorgen dat hun doelstellingen worden bereikt en in hun behoeften wordt voorzien.


De International Association of Public Participation (IAP2) heeft een spectrum voor maatschappelijke betrokkenheid ontwikkeld, waarmee een methode wordt aangereikt om de mate van invloed te bepalen die een persoon, groep of gemeenschap op een bepaald onderwerp kan hebben, en dus om te bepalen welke mate van betrokkenheid passend is. Hoewel het IAP2-spectrum is ontwikkeld om groepen te helpen bij het bepalen van de rol van het publiek in inspraakprocessen, kan dit kader dankzij zijn eenvoud en beschrijving worden toegepast op uiteenlopende contexten en inspraakprocessen.

Uit het IAP2-spectrum blijkt dat er afhankelijk van de resultaten, de middelen en het tijdschema en de mate van belangstelling en bezorgdheid voor elk initiatief verschillende participatieniveaus nodig zijn.

IAP2 Spectrum van Publieke Participatie



IAP2's Spectrum van Publieke Participatie is ontworpen om te helpen bij de selectie van het participatieniveau, dat de rol van het publiek in elk participatieproces definieert. Het Spectrum wordt internationaal gebruikt en is te vinden in publiekparticipatieplannen over de hele wereld.

		TOENEMENDE IMPACT OP HET BESLUIT 				
		INFORMEREN	RAADPLEGEN	BETREKKEN	SAMENWERKEN	MACHTIGEN
DOEL VAN INSPIRAAK	Om het publiek te voorzien van evenwichtige en objectieve informatie om hen te helpen het probleem, alternatieven, kansen en/of oplossingen te begrijpen.	Om publieke feedback te krijgen over analyses, alternatieven en/of beslissingen.	Om tijdens het hele proces rechtstreeks met het publiek samen te werken om ervoor te zorgen dat de zorgen en aspiraties van het publiek consequent worden begrepen en overwogen.	Om samen te werken met het publiek in elk aspect van de beslissing, inclusief de ontwikkeling van alternatieven en de identificatie van de voorkeursoplossing.	Om de uiteindelijke besluitvorming in handen van het publiek te leggen.	
BELOFTE AAN HET PUBLIEK	We houden u op de hoogte.	We houden u op de hoogte, luisteren naar en erkennen zorgen en ambities, en geven feedback over hoe publieke inbreng het besluit heeft beïnvloed.	We werken met u samen zodat uw zorgen en ambities direct worden weerspiegeld in de ontwikkelde alternatieven en we geven feedback over hoe de publieke inbreng het besluit heeft beïnvloed.	Wij rekenen op u voor advies en innovatie bij het formuleren van oplossingen en nemen uw adviezen en aanbevelingen zoveel mogelijk mee in de beslissingen.	We zullen implementeren wat u besluit.	

© IAP2 International Federation 2018. All rights reserved. 20181112_v1

Tabel 1. Bron: Internationale vereniging voor overheidsparticipatie; IAP2 spectrum van overheidsparticipatie: <https://www.iap2.org/page/resources>

Volgens het spectrum van publieke participatie van het IAP2 varieert het participatieniveau van een minimum aan eenvoudige informatie tot empowerment, waarbij de belanghebbenden de uiteindelijke beslissingsbevoegdheid hebben. In dit stadium kunnen de belanghebbenden op de volgende manieren bij het proces worden betrokken:

- Enquêtes/ Vragenlijsten
- Werkgroepen - met verantwoordelijkheid voor specifieke aspecten van het werk
- Adviescomités
- Nieuwsbrieven - een mechanisme om belanghebbenden op de hoogte te houden
- Persoonlijke ontmoetingen

Mogelijke strategieën om belanghebbenden te betrekken zullen afhangen van de mate van invloed die het project heeft op de belanghebbende en vice versa, (zie de invloed van het project in de tabel met de analyse van belanghebbenden). Uit de tabel met belanghebbendenanalyse (blz. 67):

- Belanghebbenden die een **geringe invloed** op het project hebben en er zelf **minder last** van hebben, hoeven het project en de doelstellingen ervan alleen maar te begrijpen. Daarom is het noodzakelijk alleen hen **op de hoogte te** houden van het proces.
- Belanghebbenden die een **geringe invloed hebben** op het proces van het project, maar er zelf **grote gevolgen** van ondervinden, moeten ermee instemmen het project te steunen. Daarom is het belangrijk dat deze belanghebbenden **op de hoogte** worden gehouden en **geraadpleegd**, en dat zij waar mogelijk hun mening en advies geven.
- Belanghebbenden die **minder** door het project **worden geraakt**, maar aan hun kant een **grote invloed** op het project hebben, moeten kunnen handelen, d.w.z. beslissingen nemen, middelen verstrekken enz. Daarom moeten deze belanghebbenden worden **geraadpleegd** en **erbij worden betrokken**.
- Stakeholders die een **grote impact** hebben en ook **grote gevolgen ondervinden** van de initiatieven van het project, moeten ook kunnen optreden. Deze belanghebbenden moeten dan ook zoveel mogelijk worden **betrokken**.

In het volgende deel worden mogelijke manieren geschetst om de verschillende belanghebbenden te informeren, te raadplegen en te betrekken, afhankelijk van hun vastgestelde niveau van deelname aan het project (T-EST.EU 2013).

Manieren van informeren

- Website
- Nieuwsbrief
- Regelmatige updates over het project per e-mail
- Een artikel in een krant of tijdschrift (relevant voor doelgroep)
- Posters en flyers
- Training over specifieke onderwerpen

- meningen en suggesties te vragen
- Nodig uit voor kick-off workshops aan het begin van het project (vraag naar meningen, ideeën, zorgen en kansen)
- Hou op de hoogte met mogelijke interventies uit de categorie 'informeren'

Manieren om te betrekken

- Organiseer regelmatig bijeenkomsten waarbij je meebeslist over specifieke acties en te nemen stappen
- Nodig uit voor project / implementatie team
- Nodig uit voor kick-off workshops, waarbij je meebeslist over doelstellingen en acties van het project
- Betrek belanghebbenden bij specifieke aspecten van de uitvoering
- Informeer en raadpleeg door gebruik te maken van mogelijke interventies uit de categorieën 'informereren' en 'raadplegen'

STAP 4: Evaluatie van de acties en verdere activiteiten

Zoals we al eerder hebben benadrukt, is een grondige follow-up van het project een van de belangrijkste aspecten als je er zeker van wilt zijn dat je met succes je publiek hebt aangesproken en de doelen hebt bereikt die je in het begin hebt gesteld. Het helpt ook om te evalueren welke methoden meer succes hadden en welke minder en uiteindelijk te beoordelen of u enkele wijzigingen moet aanbrengen in de manier waarop u uw werk beheert.

Evaluatie van je acties en activiteiten stelt je in staat om zowel van de successen als van de tekortkomingen te leren. Dit is niet alleen heel belangrijk voor de groei van je organisatie, maar ook voor de groei van het vertrouwen bij de jongeren waarmee je werkt. Het is normaal dat niet alles wat we doen een succes is, maar nog belangrijker is om te kunnen beoordelen wat je doet en duidelijk te

zijn over de zwakke punten. Transparantie zou je niet alleen helpen om verbeterpunten aan te geven, maar ook je communicatie met jongeren en wederzijds begrip vergroten (Dobbs, 2015).

2.4.1 Een instrument ontwikkelen om de acties en effecten van het project te volgen

Bij het opzetten van je project moet je jezelf een aantal doelen hebben gesteld. Is dat "meer jongeren van 15 tot 18 jaar betrekken bij je centrumactiviteiten", "een straatkunstfestival voor jongeren organiseren" of misschien "de toegang tot geestelijke gezondheidszorg voor sociaal kwetsbare jongeren verbeteren", je moet iets concreets in gedachten hebben gehad om te bereiken. De doelen en de stappen om die doelen te bereiken zijn heel belangrijk en als je er zeker van wilt zijn dat je de impact van het project goed meet, moet je altijd je doelen voor ogen houden.

Het is inderdaad een goede gewoonte om vanaf het begin een instrument op te zetten om uw acties en eventuele gevolgen van het project te volgen. Het betekent geenszins dat dit instrument iets onaantastbaars is en dat u zich er koste wat kost aan moet houden. Tijdens de looptijd van het project kunnen er veel dingen gebeuren en een van de sterke punten is dat je je aan die veranderingen moet kunnen aanpassen. Sterker nog, het moet u helpen de activiteiten die u uitvoert te volgen en de veranderingen die u onderweg meemaakt bij te houden.

Afhankelijk van hoe ervaren u bent met de activiteiten op het gebied van maatschappelijke betrokkenheid en hoe groot of klein uw project is, zijn er verschillende aspecten waarmee uw organisatie rekening moet houden om de instrumenten in te zetten die het meest geschikt zijn voor uw behoeften. Er zijn echter verschillende tools die onderling uitwisselbaar zijn en toch zo basaal, dat noch het opzetten ervan, noch het bijwerken ervan veel van uw tijd zou vergen. Waar het uiteindelijk om gaat is dat het doel waarop u zich richt wordt bereikt.

Activiteitenlijst en mijlpalen

Zoals gezegd is de kern van je project het doel dat je jezelf in het begin hebt gesteld. Hoewel het doel van het project niet in één dag kan worden bereikt, moet het worden voltooid door veel verschillende activiteiten te ondernemen. Om het te vereenvoudigen, kunnen we het de "to do's list" van uw team noemen, die wordt gebruikt om het hoofddoel te bereiken.

De activiteitenlijst moet alle activiteiten in je project bevatten en een beschrijving van de scope van elk ervan. Zo weten je teamleden goed welke taken ze moeten uitvoeren en wat elke activiteit precies inhoudt (PMBOK, 2016). Soms kunnen de namen verwarrend zijn en kunnen we ons voorstellen dat er iets meer of minder van ons wordt verlangd, waardoor er verwarring ontstaat. Duidelijk zijn is ook een sleutel tot succes tijdens het uitvoeren van je activiteiten.

Om dit alles gemakkelijker voor te stellen, laten we eens kijken naar een voorbeeld van hoe een activiteitenlijst eruit zou kunnen zien als ons projectdoel is om "een straatkunstfestival voor jongeren te organiseren", zoals eerder vermeld, dat er in detail als volgt uitziet: Afhankelijk van je oorspronkelijke idee (dat natuurlijk gedetailleerder is dan in dit voorbeeld), weet je al heel goed wat je gaat doen.

Stel dat we al een specifiek budget hebben, contacten met het stadsbestuur (om alle nodige vergunningen te krijgen) en dat we al minstens 20 jonge straatartiesten kennen, die aan het evenement zouden deelnemen. Onze organisatie beschikt ook over het nodige personeel. Het enige wat we moeten doen is dit daadwerkelijk in gang zetten. Dus onze primaire activiteitenlijst zou er als volgt uit kunnen zien:

1. **Verzamelen van het team van straatartiesten** - een bepaalde persoon of een team moet contact opnemen met de 20 straatartiesten en met hen afspraken maken over hun deelname aan het evenement. Het team werkt ook verder aan het verzamelen van de contacten van 10 andere straatartiesten die geïnteresseerd zouden zijn om deel te nemen aan het evenement. Dit team is ook verantwoordelijk voor de communicatie met de 30 geselecteerde artiesten.
2. **Zorgen voor de toegankelijkheid van de ruimtes voor het festival** - door met de vertegenwoordigers van de stad te overleggen, de ruimtes in kaart te brengen die toegankelijk zijn voor de straatartiesten en een lijst op te stellen, wie welke ruimtes gebruikt en hoeveel vierkante meter voor elke artiest kan worden gebruikt. Mensen die aan deze activiteit werken, moeten ook alle nodige toestemmingen regelen.
3. **Vorbereiding van conferenties en workshops** - het straatkunstfestival omvat ook extra activiteiten die de betrokkenheid van de jeugd bevorderen. In het kader van deze activiteit wordt het gedetailleerde plan van elke activiteit ontwikkeld, met inbegrip van de onderwerpen van de conferenties, de gastenlijst en alle logistiek rond die activiteiten.
4. **Opstellen van de agenda** - de eigenlijke agenda met de data en tijdstippen van de activiteiten wordt opgesteld naar gelang van de beschikbaarheid van de plaatsen en de mensen die aan het evenement deelnemen.
5. **Communiceren over het evenement aan het publiek** - het brede publiek wordt over het evenement geïnformeerd via verschillende kanalen, waaronder lokale media (zoals kranten en tv) en sociale media. Dit omvat de ontwikkeling van materiaal zoals posters en flyers en de verspreiding ervan.
6. **Houden van het straatkunstfestival** - organiseer alle logistiek rond het festival, coördineer de vlotte levering, enz.

Deze activiteitenlijst identificeert de grootste taken die moeten worden uitgevoerd. Elk van die activiteiten kan worden onderverdeeld in veel verschillende taken, zodat elk daarvan gedetailleerder kan worden gepland. Die specifieke taken kunnen zoiets zijn als het organiseren van bijeenkomsten met autoriteiten, het opstellen van verspreidingslijsten en sociale mediacampagnes of het voorbereiden van uitnodigingen voor de sprekers van de conferentie. U kunt precies hetzelfde principe gebruiken om elke activiteit onder te verdelen en op te splitsen in kleinere taken. Zo kunt u goed in de gaten houden wat er moet gebeuren en uw doel stap voor stap benaderen.

Met een activiteitenlijst kunnen we ook taken aan andere mensen toewijzen, omdat de grenzen waar een taak begint en eindigt duidelijk worden aangegeven.

Mijlpalen lijken veel op activiteiten en soms kan een mijlpaal in uw project eigenlijk overeenkomen met de afronding van een van uw activiteiten. Bijvoorbeeld een lijst van straatartiesten die zullen deelnemen aan uw festival. De activiteit zelf kost wat tijd en werk, inclusief communicatie, onderzoek en coördinatie, maar de uiteindelijke bevestigde lijst zou je mijlpaal kunnen noemen - iets wat je hebt bereikt in je project. Mijlpalen hebben echter, in tegenstelling tot activiteiten, geen begin- en einddatum, maar markeren een specifieke prestatie op je pad - het is alsof je zegt: "je hebt al x mijl gelopen en je hebt nog x meer te gaan" (PMBOK, 2016).

Activiteitenkalender en tijdschema

Elk project heeft een bepaalde hoeveelheid tijd voor de uitvoering ervan en om uw tijd goed te beheren, moet u weten wanneer de activiteiten moeten plaatsvinden. Dit is waar de eerder opgestelde activiteitenlijst erg handig wordt. Deze vergemakkelijkt het opstellen van een activiteitenplanning, die altijd de begin- en einddatum (of deadline) van elke activiteit binnen de totale projecttijdlijn bevat. Een van de gemakkelijkste vormen om dit activiteitenschema te presenteren is grafische visuals, ook wel bekend als Gantt chart (PMBOK, 2016).

In een Gantt-diagram staan de activiteiten aan de linkerkant (verticaal - onder elkaar). De data staan horizontaal. De duur van de activiteit wordt weergegeven door een balk in de lijn van elke activiteit. De lengte van de balk geeft de duur van de activiteit aan. Laten we, om het gemakkelijker voor te stellen, onze eerder opgesomde activiteiten in het Gantt-diagram zetten. Daarvoor kunt u elk

document of hulpmiddel gebruiken dat u handig vindt. Houd er wel rekening mee dat het gemakkelijk bewerkbaar moet zijn, voor het geval u wijzigingen wilt aanbrengen.

		2023											
		Term1						Term2					
ACTIVITEITEN		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Verzamelen van het team van straatartiesten												
2	Zorgen voor de toegankelijkheid van de ruimten voor het festival												
3	Vorbereiding van conferenties en workshops												
4	De agenda voorbereiden												
5	Communiceren over het evenement aan het publiek												
6	Houden van het straatkunstfestival												

Zoals u ziet duurt ons project een jaar - van 1 januarist 2023 tot eind december 2023. Dit betekent dat we aan het begin van het jaar beginnen met de activiteiten en dat de laatste activiteit aan het eind van het project plaatsvindt. Uit het geïllustreerde geval blijkt dat sommige van uw activiteiten elkaar kunnen overlappen, zoals 1 en 2 of 5 en 6, maar sommige van uw activiteiten kunnen ook tegelijkertijd plaatsvinden of gedurende de hele projectperiode worden herhaald met enkele hiaten. U moet ervoor zorgen dat het gebruikte instrument goed weergeeft wat u doet en u zoveel precisie geeft bij het plannen van activiteiten als u nodig hebt.

Als uw project korter is, kunt u misschien weken weergeven of de taken opdelen in dagen in plaats van maanden. Zo kunt u nauwkeuriger te werk gaan en eventuele vertragingen beheersen. U kunt ook verschillende kleuren in de grafiek gebruiken om de activiteiten te markeren zodra ze zijn voltooid of achterstallig zijn. Door uw middelen en personeel te kennen, zou u moeten kunnen anticiperen op de tijd die nodig is om elk van de activiteiten te voltooien. Als uw project lang duurt en u meer tijd hebt, kunt u elke activiteit verlengen, zodat u wat meer tijd hebt om onvoorziene problemen op te lossen of te plannen voor bijvoorbeeld vakantie van het personeel. Als u ziet dat het project goed vordert, kunt u altijd wat meer tijd nemen om aan sommige taken te werken of met de jongeren te communiceren!

2.4.2 Beoordeling van verdere acties en mogelijke verbeteringen

Elk project evolueert en verandert afhankelijk van de omstandigheden. Soms is het mogelijk sommige veranderingen te voorzien of erop te anticiperen (zoals personeelwisselingen in uw organisatie), maar soms is dat onmogelijk (zoals een COVID-19 pandemie, die elke operatie in de wereld heeft veranderd). Hoewel het goed is om die potentiële bedreigingen in uw risicoanalyse in kaart te brengen, is het nog crucialer om uw project goed te evalueren, zodat u zich kunt aanpassen aan de veranderingen en kunt zien wat de volgende stappen zijn die u moet nemen.

Elke evaluatie is zeer verschillend en u moet er een op maat maken die het meest geschikt is voor uw project en team. Het hangt ook af van wat je precies evalueert. Bij de evaluatie kun je zowel met primaire als met secundaire bronnen werken. Primaire bronnen omvatten de gegevensverzameling bij de mensen die bij het project betrokken zijn - de belanghebbenden dus. Dat kan verschillende vormen aannemen, zoals gesprekken in groepen of individuele interviews. Het kan ook via enquêtes. De secundaire gegevens zijn het werk dat uw team heeft uitgevoerd, dus al het geschreven of grafische materiaal (zoals een poster om reclame te maken voor het straatkunstfestival) of uw aanwezigheid in de sociale media. Door te evalueren moet je zowel kwalitatieve als kwantitatieve gegevens verzamelen (Levine, 2015). Dit zou een completer beeld geven.

Er zijn verschillende manieren om evaluatie te benaderen (Dobbs, 2015):

- Verzamel informatie over de resultaten en vergelijk deze met uw oorspronkelijke doelstellingen.
- Feedback van projectteam en belanghebbenden verzamelen.
- Stel vragen - wat ging er goed? Wat had beter gekund? Waar verschilden de acties van het plan? Waarom?
- Neem een onafhankelijke beoordelaar in dienst.

De eerste drie opties worden het meest gebruikt voor kleinschaliger projecten en meestal meer in de NGO-omgeving. Zij stellen ons in staat de evaluatie intern uit te voeren, met onze eigen middelen en vermijden de kosten voor externe beoordelaars. Het is echter belangrijk op te merken dat een externe evaluatie soms noodzakelijk is, afhankelijk van de financieringsbron van je project en de gestelde eisen. In het jeugdwerk is dit echter zeer onwaarschijnlijk.

Meestal begint u echter met het stellen van verschillende vragen (zoals die in de wolk hieronder), en structureert u uw antwoorden in vergelijking met de doelen die in het begin zijn gesteld. Het structureren van het evaluatieproces is nuttig en door te beginnen met het stellen van die vragen, moet u zichzelf evaluatiecriteria stellen die u in overweging zou nemen, zoals ervaring en expertise van het personeel, leveringsdata, geschiktheid van de aanpak van de taak en andere soortgelijke normen (PMBOK, 2016).



Misschien wilt u ook een aantal interne procedures instellen om binnen uw team de voortgang van het project te evalueren. Enquêtes zijn daarvoor een zeer nuttig instrument. U kunt er zelf een op papier zetten als u een evaluatie ter plaatse wilt doen na het evenement (u wilt bijvoorbeeld feedback van de deelnemers aan de conferentie met de straatartiest, dus u kunt de formulieren ter plaatse uitdelen en de anonimiteit van de invullers bewaren) of u kunt online toegankelijke tools gebruiken, die ieders antwoorden registreren en mensen online laten deelnemen aan de enquête en u voorzien van statistieken (meer geschikt voor interne evaluatie of voor evenementen die online plaatsvinden - zoals webinars).

In sommige situaties kan een persoonlijk gesprek gunstiger zijn (als er bijvoorbeeld niet zoveel belanghebbenden bij het evenement betrokken zijn) dan een vragenlijst. Het is waarschijnlijk dat uw respondenten ongeïnteresseerd en vermoeid raken of gewoon de vragenlijst invullen uit louter plichtsgevoel (Krosnick en Presser, 2009). Als u op zoek bent naar kwalitatieve feedback, moet u erover nadenken. Wanneer u feedback van jongeren verzamelt, moet u rekening houden met hun belangstelling en anticiperen op het soort feedback dat zij verkiezen.

Het is een goede gewoonte om bij elke activiteit die u doet een evaluatie uit te voeren (hier komen de activiteitenlijst en de mijlpalen goed van pas). Zo kunt u uw proces volgen en u concentreren op wat beter kan.

Uiteindelijk moet alle verzamelde evaluatie in een verslag worden gezet, dat, afhankelijk van de lengte van het project en de betrokken taken, periodiek of slechts één keer - na afloop van het project - kan worden uitgevoerd. Het zou nuttig materiaal zijn om met je stakeholders te delen en de geleerde lessen te evalueren (Dobbs, 2015).

Voorbeelden Analyse

In dit deel presenteren we u 12 verschillende projecten rond jongerenbetrokkenheid. Dit zijn initiatieven uit heel Europa, waaronder enkele lokale kleinschalige projecten, maar ook internationale samenwerkingsverbanden. De informatie die we geven, heeft betrekking op alle belangrijke aspecten die in het actieplangedeelte van deze gids worden beschreven. De initiatieven die we hieronder delen, kunnen dienen als inspiratie of *best practice* voor uw projecten en u helpen de verschillende manieren te zien waarop u met jongeren kunt samenwerken.

EUROTHON - Europese Hackathon: ideeën van jongeren over een toekomstg Europa vormgeven (ERASMUS+-project)

Jaar van uitvoering:

21/12/2020-30/11/2022

Project website

<https://eurothon4youth.eu/>

Land(en) van uitvoering:

Italië (coördinatoren); België; Cyprus; Spanje; Griekenland; Roemenië

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

De doelgroep van het EUROTHON-project zijn jongeren tussen 18 en 30 jaar oud en activisten in NGO's, jongerenorganisaties of bredere maatschappelijke organisaties. Van bijzonder belang zijn bovendien jongeren die een actievere rol als EU-influencers/ culturele ambassadeurs willen spelen in hun hoedanigheid van individuele Europese burgers.

Context van het project

Het EUROTHON-project beoogt de lage niveaus van jongerenparticipatie in democratische processen aan te pakken door de maatschappelijke betrokkenheid en participatie van jongeren niet alleen op lokaal en nationaal, maar ook op internationaal niveau te verbreden en te versterken. Dit wordt bereikt door hun actieve deelname aan het opleidingsprogramma, dat een student-/jongerengerichte en actiegerichte aanpak zal hebben. Het opleidingsprogramma omvat opleidingsmodules over verschillende aspecten van actief burgerschap, waaronder Europese waarden en geschiedenis, democratische participatie, sociaal ondernemerschap en milieuvraagstukken.

Ookal wordt deelname aan het democratische leven gereduceerd tot stemmen of zich verkiesbaar stellen, toch staat in het herziene Europees Handvest over de participatie van jongeren aan het lokale en regionale leven dat "participatie en actief burgerschap inhoudt dat men het recht, de middelen, de ruimte en de gelegenheid en zo nodig de steun heeft om deel te nemen aan en invloed uit te oefenen op beslissingen en zich in te zetten voor acties en activiteiten die bijdragen aan de opbouw van een betere samenleving". In dit verband wordt jongerenparticipatie gezien als een aanpak en houding in het dagelijks leven die jongeren in staat stelt hun mening te uiten, betrokken te raken, deel te nemen aan het besluitvormingsproces op verschillende niveaus en een dynamische en participerende civiele samenleving tot stand te brengen.

Daartoe moeten zij een duidelijk beeld hebben van de waarden, de regels en het "leven" van de EU-instellingen, wat momenteel ontbreekt.

Projectdoelstellingen

Het project wil de burgerparticipatie van jongeren vergroten door hen te voorzien van de juiste informatie en kanalen en instrumenten om hun stem te versterken en te laten horen. Bovendien richt het project zich op het versterken van de burgerparticipatie van jongeren door hun zin voor

initiatief te ontwikkelen, met name op sociaal gebied en bij het ondersteunen van hun gemeenschappen.

Tijdens de uitvoering van het project werd ernaar gestreefd de sociale integratie van jongeren rond concepten van Europese waarden te vergroten en tegelijkertijd tolerantie en aanvaarding van diversiteit te bevorderen door middel van interculturele dialogen.

Het project is geworteld in het concept van een "hackathon" als verkennende programmering en marathon en als instrument voor netwerken, kennisdeling en inspirerende momenten. Als zodanig is de algemene strekking van dit project de organisatie van een "Eurothon", een Europees evenement gericht op het toekomstige Europa: met debatten over wortels, bedreigingen en ideale horizonten; waar we de waarden en de geschiedenis van Europa verkennen en bespreken. Jongeren uit heel Europa kunnen elkaar ontmoeten, met elkaar in contact komen, van gedachten wisselen enz.

Uitvoering van het project

Het project werd uitgevoerd in het kader van Erasmus+ en behoorde tot het onderdeel "Samenwerking voor innovatie en uitwisseling van *best practice* - Strategische partnerschappen voor de jeugd". Het project werd uitgevoerd door een partnerschap van organisaties (2 uit Italië, 1 uit Griekenland, 1 uit Roemenië en 1 uit het VK):

- FONDAZIONE INTERNAZIONALE DON LUIGI DI LIEGRO ONLUS (Italië)
- AZIENDA SANITARIA LOCALE ROMA 1 (Italië)
- MERSEYSIDE EXPANDING HORIZONS LIMITED (UK)
- IASIS (GRIEKENLAND)
- CENTRUL PENTRU PROMOVAREA INVATARIILOR PERMANENTE TIMISOARA ASOCIATIA (ROEMENIË)

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

De projectontwerpers konden de behoeften van de belanghebbenden peilen in een enquête die door de partners werd gehouden. Uit de enquête bleek dat de meeste jongeren geen duidelijk beeld hebben van de huidige sociale en milieubedreigingen, noch van de kansen die worden geboden, zoals de groeiende sector van sociale ondernemingen. Het feit dat jongeren niet goed geïnformeerd zijn over deze kwesties leidt ertoe dat ze niet actief kunnen deelnemen aan processen die de huidige en toekomstige toestand van hun land vormgeven. Dit project pakt het gebrek aan informatie over deze zaken aan, door het ontwikkelen en aanbieden van een training over actief burgerschap en een Open Education Resource met al het geproduceerde materiaal.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

Het project heeft tot dusver met zijn deelnemers contact opgenomen via [de website van EUROTHON](#) en zijn socialemediakanalen, waaronder [Facebook](#) en [Instagram](#). Deze platforms zijn nuttig omdat het de belangrijkste communicatiemiddelen zijn die jongeren gebruiken. Bovendien gebruiken jongeren deze niet alleen voor communicatie, maar ook als bronnen voor hun dagelijkse nieuws en om gelijkgestemden en groepen te vinden waarvan zij lid kunnen worden.

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

Op het moment van schrijven is het project nog in uitvoering en is het dus nog te vroeg om te bepalen of het project al dan niet succesvol is geweest.

YOUth workers PROmoting MEntal health (YOUPROME)

Jaar van uitvoering:

2019-2022

Project website

<https://www.youpromeproject.eu/the-project-2/>

Land(en) van uitvoering:

Italië, Griekenland, Roemenië, Verenigd Koninkrijk

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

De doelgroepen van het project waren de:

- **Jeugdwerkers:** ofwel betrokken bij de trajecten van sociale integratie van mensen met geestelijke gezondheidsproblemen, ofwel personeelsleden van recreatieve instellingen van openbare of particuliere agentschappen/centra voor jongeren, of van de deelnemende organisaties
- **Jongeren met geestelijke gezondheidsproblemen** (eindbegunstigden)

Beide doelgroepen werden bij meerdere fasen van het project betrokken om het effect van het programma op hen zo groot mogelijk te maken. Meer specifiek:

- 75 jongerenwerkers van verschillende organisaties waren betrokken bij de onderzoeksfase van het project.
- Tijdens de onderzoeksfase van het project waren 50 jongeren met geestelijke gezondheidsproblemen betrokken bij focusgroepen.
- 50 jeugdwerkers en 30 jongeren met psychische stoornissen waren betrokken bij de fase waarin de producten van het project werden getest.

Context van het project

Het project wilde de problemen aanpakken waarmee jongeren met psychische aandoeningen worden geconfronteerd, zoals stigmatisering, isolement en discriminatie, en gebrek aan toegang tot gezondheidszorg en onderwijs.

Geconstateerd wordt dat jongerenwerkers wereldwijd niet weten dat de problemen waarmee zij in hun werk met jongeren worden geconfronteerd, te wijten zijn aan een psychische ziekte of aandoening. Bovendien blijken jongeren terughoudend te zijn om professionele geestelijke gezondheidszorg te zoeken.

Daarom moeten jongerenwerkers goed opgeleid en getraind zijn om te kunnen werken met jongeren met psychische stoornissen. Er wordt van uitgegaan dat jongerenwerkers effectieve toegang tot de geestelijke gezondheidszorg kunnen bieden, omdat ze goed betrokken zijn bij de jongeren. Met andere woorden, YOUPROME streeft ernaar de band tussen jongeren en geestelijke gezondheid te versterken.

Projectdoelstellingen

Het hoofddoel van het project was de ontwikkeling van de sociale vaardigheden en emotionele competenties van de jongerenwerkers die zich bezighouden met geestelijke gezondheid. Daarnaast bereikte het projectpartnerschap de volgende doelstellingen:

- Nieuwe diensten ter ondersteuning van jongeren met geestelijke gezondheidsproblemen
 - Proactieve samenwerking tussen jeugdwerkers en de gezinnen van jongeren met geestelijke gezondheidsproblemen.
 - Bevordering van de sociale integratie van jongeren met geestelijke gezondheidsproblemen
-

- Succesvolle integratie van jongeren met psychische problemen bij hun leeftijdsgenoten.

Uitvoering van het project

Het project werd uitgevoerd in het kader van Erasmus+ en behoorde tot het onderdeel: "Samenwerking voor innovatie en uitwisseling van *best practice* - Strategische partnerschappen voor de jeugd". Het project werd uitgevoerd door een partnerschap van organisaties (2 uit Italië, 1 uit Griekenland, 1 uit Roemenië en 1 uit het VK):

- FONDAZIONE INTERNAZIONALE DON LUIGI DI LIEGRO ONLUS (Italië)
- AZIENDA SANITARIA LOCALE ROMA 1 (Italië)
- MERSEYSIDE EXPANDING HORIZONS LIMITED (UK)
- IASIS (GRIEKENLAND)
- CENTRUL PENTRU PROMOVAREA INVATARII PERMANENTE TIMISOARA ASOCIATIA (ROEMENIË)

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

Om de doelstellingen van het project te bereiken, werkte het partnerschap aan het opstellen van een specifiek handboek met basisconcepten, definities en innovatieve methodologische benaderingen, gericht op empowerment van jongerenwerkers in hun werk en privéleven. In overeenstemming met het handboek ontwikkelde het partnerschap van het project een Toolbox met een reeks praktische activiteiten die kunnen worden toegepast door jongerenwerkers met jongeren die kampen met psychische problemen.

Al het materiaal dat tijdens de hele duur van het project werd gecreëerd, werd geüpload naar een e-based Open Educational Resource, waar iedereen toegang toe heeft. Meer specifiek kunnen opvoeders, trainers en jeugdwerkers die hun kennis op het specifieke gebied willen uitbreiden, gebruik maken van het samengevoegde onderwijsmateriaal.

Door dit initiatief werd ook de empowerment en het welzijn van de lokale gemeenschap bereikt.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

Het project slaagde erin de deelnemers tijdens de hele duur van het programma te betrekken door hen rechtstreeks bij de geplande activiteiten te betrekken. Bovendien testte het partnerschap van

het project voortdurend de projectresultaten om ze aan te passen aan de behoeften van de jongerenwerkers. De betrokkenheid van de jongerenwerkers bij evaluatieprocessen was ook belangrijk. Er werden ook seminars georganiseerd met deelnemers uit de verschillende doelgroepen en met professionals, belanghebbenden, besluitvormers, beleidsmakers en verstrekkers van onderwijskredieten.

De volgende kanalen werden gebruikt om de betrokkenheid van de deelnemers te bevorderen:

- website van projecten en organisaties
- specifieke discussiemogelijkheden zoals informatiebijeenkomsten, demonstraties
- nationale seminars en transnationale conferentie:
<https://www.youtube.com/watch?v=pT71v04sjiE>
- gericht schriftelijk materiaal, zoals artikelen
- sociale media: <https://www.facebook.com/YouProMe/>
- presentatie over openbare lokale/regionale/nationale/Europese evenementen
- regelmatig verstuurd informatie naar bestaande contacten en netwerken

De doelgroepen van de verspreidingsactiviteiten van het YOUPROME-project waren:

- verenigingen die samenwerken met jeugdwerkers op het gebied van sport, kunst, cultuur enz;
- docenten, opleiders, deskundigen of praktijkmensen op het gebied van jeugdzaken;
- behandelaars, deskundigen en organisaties op het gebied van de geestelijke gezondheid;
- jongerencentra, dagcentra voor geestelijke gezondheidszorg en andere relevante organisaties op lokaal, regionaal en nationaal niveau;
- pers en media op lokaal, regionaal, nationaal en Europees niveau.

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet – wat waren de problemen.

Het succes van het project ligt in het feit dat de partnerorganisaties er ondanks de verschillen en de moeilijkheden die zich voordeden (diverse culturele kenmerken, Covid-19) in slaagden naadloos samen te werken.

Dit initiatief was niet alleen waardevol voor de jongerenwerkers en de jongeren met geestelijke gezondheidsproblemen, maar ook voor de medewerkers van de organisaties, omdat zij de kans kregen hun sociale en emotionele competenties te versterken en hun kennis over geestelijke gezondheid te vergroten. Tijdens de uitvoering van het project werd een proefsessie met patiënten

uit de geestelijke gezondheidszorg gehouden om de effectiviteit van de gecreëerde activiteiten te testen.

De slotconferentie in Italië was een geweldige ervaring voor de deelnemers, aangezien zij hun inzicht in de geestelijke gezondheid van jongeren en jongerenwerk in Europa hebben vergroot.

Een ander sterk punt van YOUPROME was de ontwikkeling van een gebruiksvriendelijke toolbox die het voor de deelnemers zeer gemakkelijk maakte om deze na te maken.

Op basis van het principe “jeugd steunt jeugd” gaf het project jongeren de instrumenten en de inspiratie om in de geestelijke gezondheidszorg te investeren en deze te bevorderen.

Extra informatie



"Before this experience, mental health was a bit of an exotic topic for me. Working on the YouProMe project has completely changed my outlook on the importance of this topic. I realize how much I have grown through this project - it has been a personal journey that has allowed me to grow."

Maria, Youth Worker.



CLOSING THE GAP








Silvia, 24 years old, Clinical Psychologist

“ Thanks to hippotherapy, we offer a new experience to young people with mental discomforts: with this opportunity, they finally are the ones who take care of and focus on another living being. Theory is not enough to offer them concrete help: we need contact, relationships and new and challenging activities for everyone.”




STUN - Netwerk voor sociaal tijdelijk gebruik

Jaar van uitvoering:

1 juni 2019 - 31 januari 2020

Project website

<https://stuneurope.org/>

Land(en) van uitvoering:

België, Oostenrijk, Frankrijk, Letland, Denemarken, Engeland en Duitsland.

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

Het project is gericht op non-profit stedelijke jongerenorganisaties, die werken aan tijdelijk gebruik van de gebouwen met de jeugd als eindbegunstigde.

Context van het project

Europese steden hebben te kampen met overbevolking, maar er staan nog veel ongebruikte gebouwen leeg. Deze gebouwen kunnen vaak worden herbestemd om de gemeenschap te dienen en op te bouwen.

Dit is het doel van de verschillende non-profitorganisaties die bij het STUN-project in grote Europese steden betrokken zijn en die jongeren met uiteenlopende initiatieven de gelegenheid bieden de "opgeknapte" ruimten te betrekken en ze als "stedelijke laboratoria" te gebruiken om hun ideeën uit te voeren. De activiteiten variëren en bestrijken vele gebieden, waaronder de prioritaire gebieden van de EU, zoals groene mobiliteit, horizontale democratie, recycling, enz. Dit zijn ook thema's die grotendeels betrekking hebben op de jonge bevolking die in de steden woont. Het samenbrengen van deze initiatieven brengt ook gelijkgestemde jongeren samen, waardoor het engagement en de betrokkenheid van jongeren bij het leven in hun buurt worden vergroot, om uiteindelijk sterk verbonden gemeenschappen te creëren.

Projectdoelstellingen

Een van de belangrijkste doelstellingen van dit project was de oprichting van een netwerk rond sociaal tijdelijk gebruik (STU), dat het mogelijk zou maken de *best practice* op dit gebied uit te wisselen (over onderwerpen als gemeenschapsbeheer, betrokkenheid en inzet van jongeren, beste technische benaderingen bij renovatie, veiligheidsmaatregelen, onderhandelingen met gemeenten en eigenaars van gebouwen, juridisch kader van STU) en de bewustwording rond tijdelijk gebruik te vergroten, alsook samen te werken in toekomstige projecten. Dit werk werd vergemakkelijkt door het opzetten van een STUN-website met informatie over het netwerk zelf en het STUN CAMP - een activiteit voor verschillende organisaties die ook aan STU werken.

Uitvoering van het project

Wie voerde het project uit, hoe werden de verantwoordelijken gekozen, wat waren hun feitelijke verantwoordelijkheden en hoe werden die verdeeld?

Deelnemers aan STUN waren 7 geavanceerde non-profitorganisaties:

- Communa (projectcoördinator, België);
 - Vrij Riga (Letland);
 - Yes We Camp (Frankrijk);
-

-
- Paradocks (Oostenrijk);
 - Planungsbüro für Urbane Transformation (Duitsland);
 - Ondertussen Space (UK);
 - Instituut voor (X) (Denemarken).

Diezelfde partners vormen ook de kern van het STUN-netwerk.

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld. Het tijdelijk gebruik wordt steeds bekender en populairder in steden in Europa. Er is echter nog steeds behoefte aan bewustmaking om het effect van STU-activiteiten op internationaal niveau te vergroten en de beleidsvorming rond dit onderwerp te beïnvloeden. Dit helpt om de toegang tot talrijke locaties voor tijdelijk gebruik te creëren en mensen erbij te betrekken.

Om dit te bereiken hebben de projectpartners STUN CAMP georganiseerd voor verschillende organisaties (meer dan 20 organisaties uit heel Europa namen deel aan het project) die in het veld werkzaam zijn. Tussen de partners werden drie evenementen georganiseerd om de beste ervaringen uit te wisselen en er werd een handboek over "Duurzaam en circulair hergebruik van ruimtes en gebouwen" opgesteld en gepubliceerd als hulpmiddel voor soortgelijke initiatieven, burgers of steden.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

De belangrijkste instrumenten voor de betrokkenheid bij het project waren de bestaande netwerken van de partnerorganisaties en hun eigen communicatiekanalen. Het project had ook Facebook- en Instagrampagina's, hoewel het onderhoud daarvan na afloop van het project een uitdaging bleek te zijn.

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

Het projectteam heeft alle hoofddoelstellingen met groot succes verwezenlijkt en meer dan 20 andere organisaties bij de STUN-kampactiviteit betrokken. Er is een sterk STUN-netwerk ontstaan, aangezien de samenwerking tussen de leden van het netwerk tot op de dag van vandaag doorgaat, met inbegrip van diverse bezoeken en kleinere samenwerkingsverbanden van personeel. Het

netwerk ontwikkelt ook andere ideeën om het initiatief voort te zetten onder de vlag van verschillende EU-financieringsprogramma's, zoals Creatief Europa (volgens het interview met Antoine Dutrieu van COMMUNA, de coördinator van het project).

Extra informatie

Foto krediet: Mélissande Boyer

STUN kamp in Parijs, 2019





Samen groeien (Erasmus+ programma)

Jaar van uitvoering:

2019-2021

Project website

Growing Together sectie op de Europese Friends of the Earth website:

<https://youngfoee.eu/growing-together/>

Land(en) van uitvoering:

Ierland, Malta, Denemarken, Estland, Cyprus (jonge organisaties van Friends of the Earth in deze landen).

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

De doelgroep van "Growing Together" zijn jonge Europeanen, met name diegenen die op het platteland wonen.

Context van het project

Het "Growing Together"project was vooral gericht op de manier waarop ons voedsel wordt geproduceerd, geconsumeerd en gedistribueerd, aangezien dit een kwestie is die het leven van Europese jongeren rechtstreeks beïnvloedt. In het gesprek over voedselproductie, -consumptie en -distributie is echter zelden ruimte voor de stem van jongeren. Dit project wilde dan ook een stem geven aan de jongeren, met name uit plattelandsgebieden, die het meest direct te maken hebben met ons voedselsysteem. Het moedigde jongeren ook aan om actief deel te nemen aan de cruciale politieke debatten rond voedselproductie en de toekomst ervan, en aan andere, bredere debatten over de toekomst van Europa.

Projectdoelstellingen

Het project "Growing Together" had meer specifiek tot doel de democratische participatie en de maatschappelijke betrokkenheid te vergroten van jongeren die het risico lopen gemarginaliseerd te worden door de niet-duurzame ontwikkeling van de landbouw en de beleidsvorming inzake voedselsoevereiniteit. Dit werd gedaan door de samenwerking tussen jongerenorganisaties, plattelandsjongeren en besluitvormingsinstellingen te vergroten. In de praktijk was het doel van het project om jongeren uit de deelnemende landen opleidingsmogelijkheden te bieden. Op die manier wilden ze de specifieke vaardigheden en diepere kennis ontwikkelen die de plattelandsjongeren nodig hebben om zich effectief te kunnen organiseren rond kwesties van voedselsoevereiniteit en mogelijke beleids- en praktische oplossingen die de problemen op lokaal, nationaal en internationaal niveau zouden helpen aanpakken.

Uitvoering van het project

Het project "Growing Together" werd in het kader van het Erasmus+ programma van de Europese Unie in 6 verschillende Europese landen uitgevoerd door hun respectieve Friends of the Earth organisaties. Deze organisaties waren onder meer:

- Milieudefensie Cyprus
- Friends of the Earth Malta
- Milieudefensie Denemarken
- Milieudefensie Estland
- Friends of the Earth Ierland
- Milieudefensie Europa

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

De ontwerpers van het 'Growing Together'project erkenden de gevaren van de marginalisering en vervreemding van jongeren over onderwerpen die te maken hebben met voedselproductie, -consumptie en -distributie, waarbij hun stem wordt uitgesloten van deze belangrijke gesprekken. Daarom ontwierpen ze een project dat de macht teruggeeft aan de jeugd, zodat ze kunnen deelnemen aan gesprekken over landbouwbeleid.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

Het project bracht de deelnemers in contact via de verschillende websites van de Jonge Vrienden van de Aarde uit de partnerlanden die materiaal verspreidden over 'Growing Together'. Bovendien gingen de partners met de deelnemers in gesprek via de social media accounts van hun organisaties: Facebook, Instagram en via hun YouTube-kanaal waar projectgerelateerde video's werden geüpload. Deze kanalen waren nuttig in elke nationale context, aangezien de specifieke doelgroep vaak gebruik maakt van al deze platforms om informatie te vinden en sociaal contact te leggen met mensen en zaken waarin zij geïnteresseerd zijn.

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

Het project slaagde erin meer dan 150 verspreidingsactiviteiten op lokaal en nationaal niveau uit te voeren, waardoor uiteindelijk ten minste 3.300 jongeren uit plattelandsgemeenschappen werden betrokken en mondiger werden. Daarnaast waren er meer dan 30 brede outreachactiviteiten, zoals sociale mediacampagnes, evenementen en het meenemen van projectactiviteiten naar festivals en andere grootschalige bijeenkomsten. Verder voerde het project zijn milieuworkshops uit met zijn doelgroepen.

Extra informatie

Milieudefensie - Cyprus - <https://www.foecyprus.org/projects/>

Link naar YouTube-video's die ten behoeve van het project zijn gemaakt:

<https://youtu.be/7S7LHk1Ikky>



ACTin'YouTH (Interculturele communiCaTie voor sociale INclusie van Jongeren via Theaterworkshops)

Jaar van uitvoering:

2021-2023

Project website

<https://www.actinyouth.eu/>

Land(en) van uitvoering:

Nederland, Italië, Bulgarije, Portugal, Griekenland en Spanje.

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

De doelgroepen van de actie zijn voornamelijk jongeren en jeugdwerkers.

- DIRECTE DOELGROEP: Jongerenwerkers uit 6 verschillende landen die zijn opgeleid in interculturele en theatergebaseerde communicatiemethoden van het ACTin'YouTH-project.
- INDIRECTE DOELGROEP: Jongeren met een verschillende culturele achtergrond die deelnemen aan lokale activiteiten en interactie hebben met andere jongeren.

Context van het project

De belangrijkste doelstelling van ACTin'YouTH is het aanpakken van discriminatie en sociale uitsluiting. Jongerenorganisaties en jeugdwerkers spelen een sleutelrol bij het terugdringen van ongelijkheid, omdat zij openstaan voor innovatieve en geïntegreerde benaderingen.

Het project beoogt de interculturele competenties van jongerenwerkers te bevorderen met theatermethodes die erop gericht zijn lokale theaterworkshops te creëren voor de sociale integratie van jongeren die het risico lopen op sociale uitsluiting. De jongerenwerkers worden ook getraind op het gebied van geweldloze communicatie en conflictoplossing om hun communicatieve vaardigheden te ontwikkelen.

Alle verworven vaardigheden worden gebruikt tijdens de uitvoering van zowel lokale als gemengde theaterworkshops.

Projectdoelstellingen

ACTin'YouTH is gebaseerd op de EU-strategie voor jongeren 2019-2027 en streeft ernaar jonge deelnemers een centrale rol te geven in de ontwikkeling van het project door zowel jongeren als jongerenorganisaties en -werkers te betrekken, met elkaar in contact te brengen en mondiger te maken.

De doelstellingen van het project zijn:

- Een theateropleiding ontwikkelen om de interculturele competenties en sociale vaardigheden van jeugdwerkers te verbeteren
- Lokale interculturele theaterworkshops en daarmee verband houdende online-activiteiten uitvoeren
- Een coöperatieve "digitale voorstelling" maken
- Een interactief platform en instrumenten voor samenwerking ontwikkelen
- Een methodologische handleiding opstellen met een verzameling casestudies op basis van lokale ervaringen

Uitvoering van het project

Het project werd uitgevoerd in het kader van Erasmus+ en behoorde tot het

onderdeel "Samenwerking voor innovatie en uitwisseling van *good practices* - Strategische partnerschappen voor de jeugd". Het project werd uitgevoerd door een partnerschap van de organisaties:

- Stichting CWM Onderwijs
- Associazione Culturale Smascherati!
- SDRUZHENIE LOPEN SAMEN
- ASSOCIACAO CHECK-IN - COOPERACAO E DESENVOLVIMENTO
- IASIS
- COLECTIEF SCCL

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

Om de doelstellingen van het project te bereiken werken de betrokken organisaties aan de ontwikkeling van een interactief platform, dat na de looptijd van het project beschikbaar blijft als een opslagplaats van *good practices*. Het platform is de digitale omgeving waar jongeren, onder leiding van jongerenwerkers, op basis van de input van de niet-formele educatiesessies de open, transnationale en collaboratieve theatervoorstelling online ontwikkelen.

- De ontwikkeling van het handboek waarin de resultaten van het project worden gebundeld. Dit zal helpen bij de verspreiding van het materiaal op nationaal en internationaal niveau, met name voor jongerenorganisaties en overheden die geïnteresseerd zijn in het opzetten van lokale interculturele workshops gericht op sociale integratie van jongeren.
- De ontwikkeling van een virtueel netwerk van organisaties, verenigingen en informele jeugdgroepen die werken met theater en podiumkunsten als instrumenten voor sociale insluiting en interculturele dialoog.
- De internalisering van de gecreëerde methodologie die getest, gekwalificeerd en erkend is in een transnationale context.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

Deelnemers aan blended en lokale theaterworkshops produceren materiaal dat wordt gebruikt om een uiteindelijke "digitale voorstelling" te maken die als projectresultaat wordt getoond tijdens Multiplier Events en in virtuele verbindingruimten.

Gebruikte kanalen om de resultaten van het project te verspreiden:

- multimodaal platform
- sociale media van elke organisatie (Facebookpagina, LinkedIn, Instagram)
- multiplicator effect gebeurtenissen

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

De kracht van het project:

Door de actieve deelname aan de theaterworkshopactiviteiten worden jonge migranten, vluchtelingen, asielzoekers en etnische minderheden jonge "interculturele actoren voor sociale integratie", waardoor hun zelfvertrouwen en motivatie aanzienlijk toenemen en zij relevante vaardigheden en kennis over Europese waarden en verschillende culturen verwerven.

Bovendien hebben alle deelnemers dankzij het interactieve virtuele platform een extra mogelijkheid tot interactie, uitwisseling van ideeën en materialen en de productie van een uiteindelijke gezamenlijke digitale performatieve creatie.

Extra informatie

Video met de verwachtingen van jongerenwerkers over het project:

<https://www.youtube.com/watch?v=rg459V0qJpo>

Ontwikkeling van een SNSI (ned.: Kleine Sociale Wijk Infrastructuur)

Jaar van uitvoering:

December 2016 - oktober 2017

Project website

<https://www.cabougedansnotrecommune.be/project/sombreffe/>

Land(en) van uitvoering:

België

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

Het project was voornamelijk gericht op jongeren van 15-26 jaar die in de gemeente wonen. Secundaire doelgroepen waren kinderen, die van sommige van de georganiseerde activiteiten hebben geprofiteerd.

Context van het project

De gemeente Sombreffe heeft een oppervlakte van 3.577 inwoners en ligt in de provincie Namen. Sombreffe bestaat uit 4 entiteiten met een eerder landelijke inslag: Boignée, Ligny, Sombreffe en Tongrinne. De gemeente telt 8.422 inwoners waarvan er 3.245 tussen 0 en 25 jaar oud zijn. Dat is meer dan 38% van de bevolking van de gemeente. Hoewel dit aantal kinderen omvat, is dit de potentiële groefactor van de jeugd in de toekomst, wat aantoont dat het nodig is de jeugd die op het platteland woont bij meer activiteiten te betrekken en hun manieren te geven om zich te uiten.

Projectdoelstellingen

Het project had 3 hoofddoelstellingen:

- Een plaats voor jongerenuitwisseling creëren, het andere jongeren ontmoeten en het luisteren naar jongeren aanmoedigen. Deze doelstelling heeft betrekking op een specifiek onderwerp dat in het plaatselijke jeugdbeleid is opgenomen - ontmoetingsplaatsen voor de jeugd.
- Meer participatie en initiatieven van jongeren.
- Innovatie, creatie en uitvoering van jongerenprojecten aanmoedigen.

Uitvoering van het project

Het project werd uitgevoerd met de steun van Carrefour Régional et Communautaire de Citoyenneté et de Démocratie, als onderdeel van de reflectie over de uitvoering van het jeugdbeleid op regionaal niveau. Het project werd uitgevoerd door de gemeente Sombreffe, gelegen in Wallonië, België, die 3

partijen had betrokken bij de uitvoering van het project: lokale jongeren (15-26 jaar), administratieve ambtenaren (van de gemeente) en derden (sponsors en verenigingen).

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

De techniek die de gemeente koos om de behoeften van de beoogde jongeren aan te pakken was gebaseerd op samenwerking en dialoog. Daarom werd in verschillende stappen een openbare raadpleging gehouden. Er vonden vele bijeenkomsten plaats waarop de gemeente jongeren en andere actoren raadpleegde om de behoeften van de begunstigden van het project aan te pakken.

December 2016:

Eerste ontmoeting tussen de coördinator en de leiders van "jongeren en gemeenten" om het project te bespreken. Vergadering tussen de coördinator en de "jeugd"-leider om een partnerschapsovereenkomst te ondertekenen waarin de rollen en opdrachten van elk van hen worden omschreven.

Januari - februari - maart 2017:

Opstellen van vragenlijsten om de meningen van jongeren, jongerenactoren en verantwoordelijke personen in het bestuur van de gemeente te verzamelen.

April 2017:

Bijeenkomst met alle jeugdpartners en verspreiding van de vragenlijsten onder de actoren op het terrein.

Mail van de verschillende gemeentelijke actoren met een presentatie project en de vragenlijst die zij moesten invullen en terugsturen.

Mei 2017:

Terugzending van de vragenlijsten, analyse van de antwoorden, opstelling van de verslagen.

Juli 2017:

Vergadering tussen publieke actoren en jongeren om prioriteiten te stellen en een gemeenschappelijk actieplan voor de voortzetting uit te werken. De 4 thema's die werden

uitgewerkt (die uit de antwoorden op de vragenlijsten naar voren kwamen):

ontmoetingsplaatsen voor jongeren, openbare ruimten voor jongeren, jongerenparticipatie en dialoog met de overheid, en activiteiten voor jongeren.

Augustus 2017:

Opstellen van een mindmap - de synthese van de raadpleging (feedback van vragenlijsten en workshop met de jongeren). Het resultaat is de noodzaak van de oprichting van een jeugdcentrum.

September 2017:

Opstelling van een handvest voor een meer participatief lokaal jeugdbeleid.

Oktober 2017:

Sombrefte Youth Festival en ondertekening van het handvest door alle partijen.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

Aangezien gemeenten meer toegang en instrumenten hebben om de zichtbaarheid van de door henzelf uitgevoerde projecten en acties te vergroten, kwam dit de zichtbaarheid van het project ten goede. Het project werd gepromoot via de officiële kanalen van de gemeente, de verspreiding van flyers en werd ook gepresenteerd in de sociale media - Instagram-pagina, die speciaal voor het project en het delen van de resultaten werd gecreëerd (het favoriete sociale mediaplatform van jongeren), en een officiële Facebookpagina van de gemeente.

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

Het project gaf voorrang aan de behoeften van de jeugd en slaagde erin de behoeften van de jeugd te evalueren en een dialoog met hen tot stand te brengen. Het belangrijkste resultaat van het project was het creëren van een plek voor de jeugdgemeenschap, n.l. een jeugdcentrum. Het project toonde het belang van dialoog door de verschillende activiteiten en moedigde vooral jongeren aan om betrokken te raken en gehoord te worden.

Extra informatie

Aftermovie van de jeugddag in Sombrefe: <https://www.youtube.com/watch?v=3-c9L8JCKYM>

Youth Power (UNDP Cyprus)

Jaar van uitvoering:

2009-2011 (fase 1);

2012-2013 (fase 2)

Land(en) van uitvoering:

Cyprus

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

De doelgroep van het Youth Power-project waren jongeren tussen 15 en 24 jaar oud. In het bijzonder werden 12 jongerenorganisaties (Grieks-Cypriotische en Turks-Cypriotische) bij het project betrokken. In beide fasen heeft het project ongeveer 7000 jongeren op Cyprus geholpen.

Context van het project

Youth Power stond voorheen bekend als het Cyprus Network for Youth Development. Dit project had tot doel Cypriotische jongeren te inspireren om actief deel te nemen aan inspanningen die verzoening en vredesopbouw tussen de twee etnische gemeenschappen op Cyprus (Grieks-Cyprioten en Turks-Cyprioten) ondersteunen. Het Youth Power Secretariaat faciliteerde de vorming van kleinere projecten en activiteiten die de betrokkenheid van jongeren als actieve en betrokken burgers voor de toekomst van Cyprus bevorderden. Het project werd uitgevoerd in de context van Cyprus waar er een kloof bestaat tussen de twee etnische gemeenschappen van het eiland, als gevolg van het voortdurende geschil tussen hen. De belangrijkste problemen die werden vastgesteld waren de fysieke en mentale ontkoppeling van de jeugd van beide gemeenschappen als gevolg van concurrerende historische verhalen en geografische scheiding gedurende een lange periode.

Projectdoelstellingen

Het hoofddoel van het project was de jeugd van de twee gemeenschappen samen te brengen. Het project was uiteindelijk gericht op verzoening in de betrekkingen tussen de twee gemeenschappen via de verschillende activiteiten voor vredesopbouw die werden gepland en uitgevoerd. De activiteiten omvatten jongerenuitwisselingen, dialoogmogelijkheden, jeugdcomités op het hele eiland, festivals en onderzoek, dat gezamenlijk is opgezet en uitgevoerd om de jeugd verder bij de vredesopbouw te betrekken.

Uitvoering van het project

Het project werd uitgevoerd door het Ontwikkelingsprogramma van de Verenigde Naties in het kader van de actie voor samenwerking en vertrouwen in Cyprus, en is gedefinieerd als een jongeren-activisme project. Het project bestond uit een netwerk van 12 uiteenlopende, zowel Grieks-Cypriotische als Turks-Cypriotische, organisaties op het gebied van jongerenactivisme.

Tot de aangesloten organisaties behoren:

- Peace Players International
- Soma Akriton
- Centrum voor milieustudies
- HASDER
- Gemeenschapscentrum KAYAD
- Vereniging voor bemiddeling
- Internationaal Centrum voor sportonderzoek en -ontwikkeling (ICSRD)
- ADD-ADHD Cyprus
- Stichting Onderzoek Universiteit van Nicosia
- Europese Universiteit Cyprus Onderzoekscentrum
- Frederick Onderzoekscentrum
- Future Worlds Centre

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

De ontwerpers van het project erkenden dat de jeugd moet worden geïnspireerd en gestimuleerd om betrokken te raken en de inspanningen voor verzoening tussen de twee gemeenschappen te ondersteunen. Daarom richtte het project zich op het ontwerp en de uitvoering van specifieke activiteiten en kleinschaliger projecten die de jeugd zouden stimuleren om deel te nemen. Tijdens

de **eerste fase van het project** waren veel jongerenorganisaties betrokken bij verschillende **activiteiten voor vredesopbouw**, waardoor veel jonge Cyprioten hun leeftijdsgenoten uit de andere gemeenschap konden ontmoeten en kennis konden maken met elkaars geloof, perspectief, hoop en vrees. Hierdoor kon het project zijn inspanningen voortzetten en een tweede fase van activiteiten uitvoeren.

Tijdens de **tweede fase van het project** openden de economische uitdagingen, die nog prominenter aanwezig waren onder de jongeren, meer mogelijkheden voor het project om **de jeugdwerkloosheid** aan te pakken. Hierdoor konden de **mogelijkheden van jeugdondernemerschap** totbloeien komen door sociaal ondernemerschap te introduceren als een alternatieve optie voor creativiteit en productiviteit. Hierdoor bereikte het project nog meer organisaties, beleidsmakers en jongeren.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

Youth Power zocht contact met de deelnemers via verschillende kanalen en instrumenten zoals de Youth Power website, sociale netwerkplatforms (bijv. [Youth Power Facebookpagina](#)), het tweetalige magazine van het project, tv- en radio-uitzendingen en aankondigingen op tv. Deze instrumenten waren nuttig om een groot aantal mensen te bereiken die geïnteresseerd zouden kunnen zijn in de doelen en activiteiten van het project. Het belangrijkste is dat de communicatieaanpak van het project ervoor zorgde dat mensen uit beide gemeenschappen (GC en TC) in gelijke mate werden bereikt en geïnformeerd.

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

De activiteiten van het project en de rol van de jeugdleiders van de partnerorganisaties speelden een centrale rol in de vredesopbouw, waardoor de jeugd mondiger werd en haar potentieel kon realiseren. Bovendien legde dit project de basis voor een nieuwe en sterkere, alternatieve stem van de Cypriotische jeugd. Het project is rechtstreeks ten goede gekomen aan meer dan 7000 jongeren. Ten slotte maakte het project gebruik van outreachactiviteiten voor het grote publiek, waarbij zowel gedrukte als elektronische media werden gebruikt. Andere succesvolle creatieve outreachactiviteiten en evenementen die werden gebruikt zijn onder meer Earthdance, One StreetS Festival en rondleidingen door Nicosia, die een bredere deelname van jongeren en de gemeenschap aantrokken.

Extra informatie

De volgende verklaringen zijn getuigenissen van twee van de coördinatoren van twee evenementen die in het kader van de vredesopbouwactiviteiten van het project werden georganiseerd.

One StreetS Festival Getuigenissen:

Maria Papadopoulou, 24, Projectcoördinator One StreetS Festival.

"One StreetS gaf ons de kans om de ware betekenis van multiculturalisme te ervaren, de ware betekenis van acceptatie en begrip van andermans verschillen en waar vrede werkelijk voor staat. We kunnen alleen echt vrede omarmen als we ons onderdompelen in een kring van veelkleurige en multiculturele mensen en actief en eensgezind de menselijke waarden bevorderen die iedereen deelt."

Deniz Urfali, 28, evenementencoördinator voor Morphou

"Ik kan alleen maar melden wat onze studenten mij hebben verteld. Ze waren blij te ontdekken dat Grieks-Cyprioten en Turks-Cyprioten zoveel gemeen hebben. Velen van hen hebben tijdens het festival voor het eerst Grieks-Cyprioten ontmoet en waren onder de indruk van de geringe verschillen. Ze voelden zich gelukkig om deel uit te maken van een multicultureel evenement, samen met de plaatselijke bevolking van beide partijen, en genoten enorm. Ze voelden zich gesterkt en gerustgesteld door de positieve emoties van de andere deelnemers en maakten veel nieuwe vrienden."

YOUROTRIP (KA3 - Een rondreis voor jongeren ter ondersteuning van beleidshervormingen)

Jaar van uitvoering:

2020-2022

Project website

<https://yourotrip.eu/about/>

Land(en) van uitvoering:

Griekenland, Frankrijk, Spanje, Portugal, Verenigd Koninkrijk, Denemarken, Roemenië en Oostenrijk.

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

De belangrijkste doelgroepen van de actie zijn de jongeren en de jongerenwerkers.

- DIRECTE DOELGROEP: Jongerenwerkers die zijn opgeleid om jongeren te ondersteunen bij het werken aan een gemeenschappelijk doel.
- INDIRECTE DOELGROEP: De jongeren die steun krijgen voor de oprichting van officiële groepen jongeren op lokaal niveau, namelijk de "lokale jongerenraden".

Context van het project

In de VN-agenda 2030 voor duurzame ontwikkeling is de verbintenis om de planeet te beschermen tegen achteruitgang en dringend actie te ondernemen op het gebied van klimaatverandering een onderwerp dat veel aandacht krijgt.

Tegelijkertijd worden onderwijs en vaardigheden, milieubescherming en bestrijding van de klimaatverandering door minstens de helft van de respondenten van de in januari 2018 gepubliceerde Eurobarometer-enquête onder jongeren als prioritaire onderwerpen beschouwd.

De paradox is dat de lidstaten een beleid ter bestrijding van de klimaatverandering moeten uitstippelen dat het leven van jongeren over een paar jaar zal beïnvloeden, terwijl deze laatsten niet erg geïnteresseerd lijken te zijn in stemmen en betrokkenheid bij de besluitvorming.

Dit project beoogde de participatie van jongeren in democratische besluitvormingsprocedures te bevorderen door discussies over het prioritaire thema klimaatverandering. In elk land werd een stabiele structuur van lokale jongerenraden gecreëerd, gekoppeld aan een lokaal netwerk van belanghebbenden om de duurzaamheid van hun activiteiten en toekomstige initiatieven te garanderen.

Projectdoelstellingen

De specifieke aspecten van het probleem waarop men zich richtte zijn:

-
- Bevordering van samenwerking en betrokkenheid van jongeren bij democratische leven en klimaatactie, op gestructureerde wijze.
 - Jongeren maken kennis met hun Europese identiteit en met de overeenkomsten tussen mensen in Europa, ongeacht de culturele verschillen.
 - Begrijpen dat internationale samenwerking noodzakelijk is om gemeenschappelijke problemen in verband met klimaatverandering op te lossen.

Hoe werden de specifieke aspecten van het probleem aangepakt?

- Door de oprichting van lokale jongerenraden kunnen jongeren deelnemen aan de besluitvorming over klimaatverandering.
- Door de ontwikkeling van vaardigheden van jongeren en jeugdwerkers met betrekking tot hun deelname aan democratische procedures.
- Door de interculturele dialoog te ondersteunen om jongeren te helpen begrijpen dat mensen, ondanks culturele verschillen, voor gemeenschappelijke mondiale uitdagingen staan, zoals klimaatverandering, die collectief moeten worden bestreden.
- Door jongeren inzicht te geven in de structuur van de Europese Unie, hun Europese identiteit, hun rol en hun macht in dat verband.
- Door hun deelname aan de Europese instellingen.

Uitvoering van het project

Het project werd uitgevoerd door de volgende organisaties:

- IASIS NGO
- ACTIEHULP HELLAS
- Coopérative d'Initiative Jeunes
- SOLIDARITEIT ZONDER GRENZEN
- Associação ara a Educação e Valorização da Região de Aveiro
- SAFE REGENERATION LTD
- ActionAid Denemarken
- FITT - Fundația Județeană pentru Tineret Timiș
- SUDWIND - Vereniging voor ontwikkelingsbeleid en mondiale rechtvaardigheid.

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

In de eerste fase vond een opleiding van jeugdwerkers plaats over het ondersteunen van jongeren bij democratische procedures. Vervolgens werd een reeks van 7 jongerenuitwisselingen met jonge deelnemers uit 8 Europese landen georganiseerd om het vermogen van jongeren om samen te werken te vergroten, ongeacht hun plaats van herkomst en culturele achtergrond. Elke keer namen in totaal 29 jongeren en 8 jongerenwerkers deel.

Jongerengroepen brachten een week vol participatieve activiteiten en debatten door in 7 landen met lokale jongeren. Workshops, interculturele dialoog, discussies over klimaatverandering en samenwerking met hun mededeelnemers om mogelijke oplossingen te tekenen waren de dagelijkse bezigheden van de jongeren.

Aan het eind van elke uitwisseling vormden de lokale jongeren die bij de actie betrokken waren, een "lokale jongerenraad". In totaal werden 8 lokale jongerenraden opgericht tijdens de looptijd van het project, met als doel de stem van de jeugd, in de vorm van beleidsdocumenten, door te geven aan beleidsmakers op alle niveaus, lokaal, regionaal, nationaal en Europees.

De lokale jongerenraden werden ondersteund door lokale belanghebbenden via de ontwikkeling van lokale netwerken. Zo konden jongeren hun toekomstige initiatieven ontwikkelen met de steun van lokale gemeenschappen. Vertegenwoordigers van het internationale netwerk van jongeren presenteerden hun beleidsaanbevelingen aan de Europese instellingen in Brussel. De partners ontwikkelden in samenwerking met de jongerenwerkers en jongeren een gezamenlijk voorstel op basis van de beleidsaanbevelingen om financiering te zoeken en de internationale samenwerking van het netwerk uit te breiden.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

De lokale jongerenraden kregen de steun van de lokale gemeenschappen en trokken nieuwe leden aan, terwijl de rondetafelgesprekken de dialoog tussen de jongeren en de lokale en regionale autoriteiten en relevante beleidsmakers vergemakkelijkten.

Alle activiteiten werden gedeeld via de sociale media van elke organisatie

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

Jongeren begrepen hun dynamiek om het toekomstige beleid te beïnvloeden door discussie en gezamenlijke oplossingen voor gemeenschappelijke problemen. Het opstellen van beleidsaanbevelingen aan Europese en lokale beleidsmakers was iets wat jongeren vertrouwd maakte met het gevoel van sociale verantwoordelijkheid en hun netwerk van samenwerking versterkte.

De interculturele leerbenadering bevordert het gevoel van Europese identiteit en vat de gedeelde visie van de jeugd op de toekomst van de Europese Unie samen.

Extra informatie

Promotievideo: https://fb.watch/du_jtRLeR0/

Promotievideo: <https://fb.watch/dv9JLe2Rrf/>

Youthtustainability (Jeugdbestendigheid)

Jaar van uitvoering:

1 september 2018 - 31 augustus 2020

Project website

<https://youthtustainability.com/>

Land(en) van uitvoering:

Hongarije, Portugal en Slowakije

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

Het Youthtustainability-project was gericht op jeugdwerkers en jongeren als secundaire doelgroep van het project. In totaal werden 250 mensen rechtstreeks bij het project betrokken, waaronder 45 jongerenwerkers, die de kennis van de projectresultaten blijven verspreiden en gebruiken met jongeren, waardoor het aantal begunstigden van het project steeds groter wordt.

Context van het project

Jongeren in heel Europa worden geconfronteerd met interne migratie - de verplaatsing van jongeren uit kleinere steden of dorpen naar de steden. Dit patroon wordt, ondanks de geografische en sociale verschillen, overal in Europa waargenomen. De drie projectpartners zijn jongerenorganisaties uit verschillende Europese landen, die ook op het platteland werken en dagelijks met dit probleem geconfronteerd worden. Het Youthtustainability-project heeft dit probleem aangepakt door het saamhorigheidsgevoel van zowel jongeren als jongerenwerkers te onderzoeken en door instrumenten te creëren die de reflectie op participatie in de gemeenschap bevorderen.

Projectdoelstellingen

Het hoofddoel van het project was de rol van jeugdwerk in verband met gemeenschapontwikkeling volledig te onderzoeken, met name hoe het saamhorigheidsgevoel van jongeren in jeugdwerksettings kan worden versterkt.

Uitvoering van het project

Het project is ondersteund door het Erasmus+ programma en werd internationaal uitgevoerd door 3 partnerorganisaties: Federation of Children's and Youth Municipal Councils uit Hongarije als projectleider, Dypall uit Portugal, en Fénix uit Slowakije als partners. Elke partner heeft een team aangewezen dat het project van het begin tot het einde heeft begeleid. De deelnemers aan de projectactiviteiten (leer-, onderwijs- en opleidingsevenementen) werden gekozen uit de geïnteresseerde kandidaten. Zij moesten hun deskundigheid op het gebied van jeugdwerk aantonen en hun belangstelling tonen voor het evenement, waar zij de belangrijkste resultaten van het project leerden kennen en uitprobeerden.

De verdeling van de verantwoordelijkheden tussen de partners en de werkdruk bleken echter een uitdaging en zorgden voor tijdsdruk, waardoor het project moest worden verlengd. Dit heeft het project in een andere richting geduwd, aangezien er veel discussies hebben plaatsgevonden en er een nieuw instrument is ontworpen, dat uiteindelijk het meest innovatieve element van het project bleek te zijn (de Around belonging maps).

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

De behoeften van de belanghebbenden (jeugdwerkers en jongeren) werden in de ontwerpfase van

het project beoordeeld. Het partnerschap tussen drie verschillende overkoepelende jongerenorganisaties werd gevormd op basis van het gemeenschappelijke werk dat zij in verschillende landen verrichten en de vergelijkbare uitdagingen waarmee plattelandsjongerengemeenschappen worden geconfronteerd. De noodzaak om de redenen voor de interne "migratie" van jongeren tussen landelijke en stedelijke gebieden in kaart te brengen en dit probleem aan te pakken door jongerenwerkers in staat te stellen, heeft geleid tot het idee van drie belangrijke projectinstrumenten: een theoretische samenvatting om contextuele inzichten te verschaffen, een instrument voor zelfbeoordeling en een toolbox. Hieronder worden drie definitieve projectinstrumenten beschreven:

Rondom saamhorigheid: een instrument voor zelfbeoordeling

Een verzameling van 3 verschillende kaarten voor lokale jeugdwerkers en jongeren om hun eigen gevoel van verbondenheid met de plaats waar ze wonen te onderzoeken. Dit instrument werd gecreëerd door experts in jeugdwerk en gemeenschapsontwikkeling om het saamhorigheidsgevoel van individuen (vooral jongeren) over hun woonplaats aan te pakken. Alle 3 de kaarten kunnen afzonderlijk gebruikt worden en maken ruimte om na te denken over je gevoel van erbij horen en je persoonlijke ervaringen. Een belangrijk aspect is een kaart voor jeugdwerkers, die hen helpt zich te identificeren met jongeren en hun plaats te zien in de opbouw van de jeugdgemeenschap.

Het theoretische deel

Dit wil de uitdagingen van het lokale jeugdwerk in kaart brengen, vooral in plattelandsgebieden, o.a. de migratie van jongeren van het platteland naar de grotere steden, de betekenis van duurzaamheid op lokaal niveau en de rol van het jeugdwerk bij het creëren en ontwikkelen van het saamhorigheidsgevoel van de lokale jongeren. Het beoogt een antwoord te bieden op de meest voorkomende uitdagingen in Europa en omvat enkele casestudies.

Activity Tool (dagelijkse praktijk van de partnerorganisaties). Dit omvat ook 3 activiteitsniveaus (instap, gemiddeld, gevorderd)

Een verzameling voor lokale jeugdwerkers, die hen kan helpen bij de ontwikkeling van het saamhorigheidsgevoel van jongeren, om hun jongeren meer lokaal en meer bewust te maken van hun gemeenschap. Het is een selectie van verschillende scenario's, die kunnen worden uitgevoerd door met jongeren te werken.

Alle instrumenten zijn toegankelijk via de website van het project.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

Het project werd gepromoot via de bestaande netwerken van de partners en werd voornamelijk intern gepromoot. Sociale media en andere outreachinstrumenten werden zeer weinig gebruikt. Voor deze communicatie werd gekozen, omdat het gemakkelijker en sneller was om de doelgroep rechtstreeks te bereiken, in plaats van nieuwe sociale netwerken op te bouwen. Een deel van de uitdaging voor de zichtbaarheid van het project was COVID, aangezien het project al meer dan halfweg was, zodat de samenwerking moest doorgaan met de meest doeltreffende en bekende manieren van communicatie. Nieuwe deelnemers werden aangetrokken door het principe "mond-tot-mondreclame".

Voor de verspreiding van de projectresultaten (de drie verschillende instrumenten) werden 6 verschillende evenementen georganiseerd waaraan in totaal 250 professionals uit 3 verschillende landen deelnamen. Drie van deze evenementen waren specifiek bedoeld om het project in elk partnerland te promoten en de andere waren gericht op een breder publiek, niet alleen jeugdwerkers, maar toch verbonden met het jeugdwerk.

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

De drie zelfbeoordelingskaarten kunnen zonder meer als het succesverhaal van het project worden beschouwd - een onverwacht resultaat, en een inzichtelijk instrument. Dit heeft echter ook geleid tot het belangrijkste punt over het gebruik van het instrument. Er was niet geanticipeerd op de reeds bestaande behoeften binnen jongerenorganisaties om het instrument met succes te gebruiken.

Tijdens de testperiode werd duidelijk dat het geen op zichzelf staand instrument is en dat er een context bij moet worden opgenomen. Jongerenorganisaties moeten een bredere strategie voor ogen hebben. Er werd niet geanticipeerd op strategisch denken rond de promotie van de kaarten en tijdens het proces werd duidelijk dat extra training of workshops nodig zijn (de projectleider verzorgt training voor het verdere gebruik van het instrument na afloop van het project). Training geeft je meer inzicht in het gebruik van de kaart, aangezien je de presentatie en een gefaciliteerde leeractiviteit (simulatie) krijgt. Kaarten hebben een groot potentieel, maar vergen extra werk bij de implementatie en het gebruik, wat in het begin niet was voorzien.

Extra informatie

Interview met Gulyás Barnabás, projectleider en directeur bij de Federatie van kinder- en jeugdgemeenteraden

Hoe is het idee voor het project ontstaan/ontwikkeld?

Het idee was niet echt duidelijk toen we de partners ontmoetten op het evenement dat werd georganiseerd door DYPALL Network - Developing Youth Participation at Local Level, waarbij veel verschillende jongerenorganisaties op Europees niveau betrokken zijn. Wat we wel zeker wisten, is dat we gelijkgestemde mensen ontmoetten die voor dezelfde zaak werken. Het was altijd al een van de meest relevante onderwerpen in onze organisatie, maar we durfden het niet aan zonder de juiste partners, die zich niet alleen met jeugdwerk bezighouden, maar ook met lokale identiteit, het gevoel erbij te horen, gemeenschapsvorming en in het bijzonder jeugdgemeenschapsvorming. We hebben dus eerst de partners ontmoet en zijn daarna met het idee aan de slag gegaan.

Wat was de meest uitdagende ervaring tijdens het project?

Aanvankelijk schreven we dat we een instrument zouden ontwikkelen om het saamhorigheidsgevoel te bevorderen door middel van jeugdwerkinstrumenten of -methoden, dus het was nogal vaag en niet definitief. Het idee van de kaart ontstond ongeveer een half jaar nadat we met het project begonnen.

Wat de uitdagingen betreft, die hebben betrekking op het instrument zelf (de kaarten), omdat het gaat over je perceptie, gevoelens, verbinding en vragen die je nooit stelt, omdat het niet in je routine zit, zoals "Hoe verbind ik me met de plaats waar ik leef?". Dat was de belangrijkste uitdaging. Als de persoon die het instrument gebruikt, niet gewend is zijn eigen gevoelens te delen en erover na te denken, zal dit voor hem een vreemde ervaring zijn. Als je niet gewend bent aan zelfevaluatie, is dit een uitdagend instrument. Daarom is de training rond de kaarten nodig - niet alleen om het te promoten, maar ook om beter te begrijpen hoe het kan worden opgenomen in reeds bestaande processen van jongerenorganisaties.

Wat was de grootste les die je hebt geleerd en de meest lonende ervaring?

Ik moest leren om me maar met één ding tegelijk bezig te houden. Je hoeft niet met alles tegelijk te jongleren. De plannen zijn er niet voor niets - je hoeft niet alles tegelijk te doen.

De mooiste ervaring was natuurlijk dat we niet één, maar drie kaarten hebben gemaakt. We zijn erin

geslaagd een instrument te maken dat ook in complexe processen kan worden gebruikt.

Heeft uw project continuïteit? Zijn er andere initiatieven die hieruit voortvloeien?

Wij organiseren een tweejaarlijkse conferentie over lokaal jeugdwerk (met een toolbeurs als nevenevenement) en wij zullen onze kaarten opnieuw promoten. Dit evenement is gewijd aan jeugdwerk en mensen die geïnteresseerd zijn in de recente ontwikkelingen in het veld. Volgend jaar is er ook een mobiliteitsactiviteit voor jeugdwerk, waar het instrument ook zou worden gebruikt. Mijn collega's bereiden workshops voor jeugdwerkers voor, waar ze promoten en uitleggen hoe je de kaarten kunt gebruiken en in het werk van je jeugdorganisaties kunt integreren. We kregen een ERASMUS-accreditatie, wat betekent dat we een strategisch plan voor 7 jaar hebben opgesteld, met precieze internationale en lokale activiteiten, doelstellingen en voorziene impact. Het Youthtustainability project maakt deel uit van dit plan. We gaan de training over de kaarten elk jaar (over een periode van 7 jaar) houden.

Nog andere gedachten over het project?

Hoe geografische plaatsen ons beïnvloeden is een zeer interessante vraag in de psychologie, die pas een halve eeuw geleden voor het eerst werd gesteld. Het geeft je een belangrijke leermogelijkheid, helpt je vragen te beantwoorden die je identiteit bepalen. Daarom noemen mensen zich Londenaar of Parijzenaar, omdat dit een integraal deel van hun identiteit is. En in het jeugdwerk moeten we hierover nadenken, want in het land waar ik woon (Hongarije) hebben de dorpen te maken met vergrijzende gemeenschappen. Jongeren trekken weg of hebben geen keus omdat er geen school is, enz. Dat zijn de problemen waarop moet worden voortgebouwd. Je hebt problemen met vergrijzende gemeenschappen, maar je hebt ook niet genoeg jongeren die er willen blijven. Je moet dus begrijpen hoe jongeren zich verbinden, hoe ze zich voelen op die plaatsen. En in het jeugdwerk doen we dat niet. We willen jongeren gewoon verbazen, we willen dat ze meedoen, maar we begrijpen niet waarom ze niet graag naar de jeugdcentra komen. Misschien omdat het jeugdcentrum zich bevindt op een plaats waar ze niet graag vertoeven? De locatie beïnvloedt ons leven meer dan wat dan ook.

GoDigital: Digitale hulpmiddelen om stress en burn-out te voorkomen

Jaar van uitvoering:

23-08-2019 tot 22-04-2021

Project website

<https://godigitalproject.eu/>

Land(en) van uitvoering:

Nederland, Spanje en Italië

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

De doelgroepen van het GoDigital-project waren lokale jeugdwerkers en jongeren (van 18 tot 35 jaar) met een zeer diverse achtergrond en ervaring. Trainers en onderzoekers werden geselecteerd op basis van hun profiel, motivatie of belangstelling, terwijl jongeren zonder selectie werden betrokken. In totaal zijn 300 mensen door de activiteiten van GoDigital bereikt en hebben zij van het programma geprofiteerd.

Context van het project

Het doel van het GoDigital-project (GoD) was om stressmanagement en preventie van burn-out bij jongeren op Europees niveau aan te pakken. Uit onderzoek in het veld bleek dat burn-out door een gebrek aan bewustzijn in sommige lokale contexten niet altijd door de autoriteiten wordt erkend en dat de meeste mensen niet in staat zijn om het te voorkomen. Uit onderzoek bleek dat het stressniveau bij volwassenen en jonge volwassenen wereldwijd bijzonder hoog is, met name in verband met werk en sociaal leven. De evidence-based analyse van GoD had tot doel instructiemateriaal te produceren dat jongvolwassenen in hun dagelijks leven zou helpen. Het project bevorderde een gezonde levensstijl onder de lidstaten en maakte hen bewust van het Europese aspect van deze problematiek. Dit was een ander cruciaal onderdeel van het initiatief.

Projectdoelstellingen

In verband met de overkoepelende doelstelling om stressmanagement bij jongeren en burn-outpreventie aan te pakken, richtte GoD zich op drie belangrijke specifieke aspecten:

1. Identificeren van de vaardigheden met betrekking tot stressmanagement en preventie van burn-

out

2. Een curriculum ontwikkelen in verband met de vaardigheden voor stressbeheersing

3. Digitale training ontwikkelen om stressmanagement en burn-outpreventie voor jongeren te verbeteren

Er werden verschillende initiatieven gepland om deze factoren aan te pakken, waaronder een toegankelijk platform voor webopleidingen, een curriculum en een opleidingsprogramma voor stressmanagement en strategieën ter preventie van burn-out in heel Europa; instrumenten voor stressmanagement op basis van verschillende methodologieën, zoals een digitaal opleidingsinstrument voor stressmanagement en maatregelen ter preventie van burn-out, en een Europees kader van competenties met betrekking tot deze onderwerpen.

Uitvoering van het project

Het project werd gefinancierd door het Erasmus+-programma in het kader van de kernactiviteit "Samenwerking voor innovatie en uitwisseling van good practices" en de specifieke actie "Strategische partnerschappen voor de jeugd".

Het consortium bestond uit vijf deelnemende organisaties, waarvan er één als hoofdbegunstigde en coördinator van de actie fungeerde en de andere vier als partners:

- STICHTING AMSTERDAM EUROPEAN MOBILITY, een in Nederland gevestigde niet-gouvernementele organisatie/vereniging. Zij coördineerde het algemene beheer en het financiële beheer. Bovendien coördineerde zij de evaluatie en het permanente toezicht op de verschillende fasen van het project.
- STEPP STRATEGIE SERVIZI SVILUPPO SRLS, een in Italië gevestigde kleine en middelgrote onderneming.
- STICHTING ZID, een in Nederland gevestigde niet-gouvernementele organisatie/vereniging.
- Academia Postal 3 Vigo S.L., een in Spanje gevestigde kleine en middelgrote onderneming.
- ASOCIACION CULTURAL INTEGRAL, een in Spanje gevestigde niet-gouvernementele organisatie/vereniging.

Elke partner werkte aan een afzonderlijk onderdeel, waarbij de leider van de specifieke doelstelling en Stichting Amsterdam European Mobility, waar nodig, assistentie boden. Er werd een communicatieprotocol voor het project ontwikkeld door een uitvoerend team van projectmanagers

(ten minste één vertegenwoordiger per partner) op te richten dat verantwoordelijk is voor de succesvolle uitvoering van het project ter plaatse.

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

Stress is een complex onderwerp en een normale menselijke reactie, dus het is belangrijk om een diepere kennis te ontwikkelen over stressfuncties en -beheersing. GoDigital analyseerde het onderwerp vanuit verschillende invalshoeken en koppelde meer onderwerpen aan elkaar. Het richtte zich vooral op stress bij jongeren, namelijk: werkgerelateerde stress, werkdruk en werktevredenheid, werkloosheidgerelateerde stress, armoede en studiegerelateerde stress, tijdsdruk en conflicten met leeftijdsgenoten.

In het eerste deel werden de concepten van leren en onderwijzen en de toegevoegde waarde van de opleiding voor zowel opleiders als lerenden grondig onderzocht.

In het tweede deel werd de inhoud van de analyse en het onderzoek geïmplementeerd in digitale, actieve, aantrekkelijke instrumenten voor de eindgebruikers. GoDigital bood jongerenwerkers, die ook deel uitmaakten van de doelgroep van het project en belangrijke factoren waren voor de exploitatie van de resultaten, een training aan in stressmanagement en preventie van burn-out.

Jongerenwerkers uit de betrokken landen namen deel aan de verschillende fasen/activiteiten van het project, waaronder:

1. Eerste vragenlijsten om de behoeften van jongeren met betrekking tot stress te onderzoeken.
2. Een opleidingscursus, gehouden in verschillende landen met lokale en buitenlandse deelnemers.
3. Verspreidingsactiviteiten om de deelnemers te betrekken en de betreffende doelgroep met hun specifieke kenmerken aan te spreken.
4. Evaluatie.
5. Outreach.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

Het GoDigital-project interageerde met zijn gebruikers via verschillende instrumenten en kanalen.

Tijdens onderzoeksfases werden lokale jongeren gevraagd om anoniem hun ervaringen en inzichten te delen. Voor de ontwikkeling van de tools testten de trainers onofficieel hun workshopmateriaal met de lokale gemeenschap.

Sociale media speelden een belangrijke rol bij de promotie. Partners en gebruikers deelden de inhoud op de Facebookpagina van het project. Deelnemers aan de multiplicatorbijeenkomsten en relevante belanghebbenden werden geïnformeerd over de resultaten van het project en de relevantie en doelstellingen ervan.

Lokale partners werden betrokken bij de communicatiestrategie. Zo vroeg een lokale organisatie in Nederland de coördinator een speciale sessie te houden om de deelnemers over het GoDigital-project te informeren.

Via de websites van de partners konden gebruikers de link naar het project zien en de webpagina ervan bezoeken (<http://godigitalproject.eu>).

De webpagina van het project verstrekte informatie aan de gebruikers.

Het lokale netwerk van personeel, vrijwilligers en leden van het consortium werd zich bewust van het project en de resultaten ervan.

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

De COVID-19 epidemie en de lockdowns vormden de grootste problemen waar niet alleen dit consortium maar de hele wereld mee te maken kreeg. Door de onmogelijkheid om te reizen in 2020, vertraagde het samenwerkingschema. De partners moesten andere manieren vinden om samen te werken. Om mensen betrokken te houden, werden virtuele vergaderingen opgezet en werden onderzoeksinhoud en ontwikkelingen van het project gedeeld op sociale media. Het consortium loste deze moeilijkheden met succes op en slaagde erin de resultaten van het project en de activiteiten te verwezenlijken. Er waren geen problemen tussen de partners omdat de communicatie open en respectvol was, beslissingen democratisch werden genomen en bestaande overeenkomsten het gemakkelijker maakten om verwachtingen en verplichtingen te begrijpen.

Het is vermeldenswaard dat de wereld vanwege de COVID-19-pandemie gebeurtenissen heeft meegemaakt die het belang van geestelijke en lichamelijke gezondheid benadrukten. Het project GoDigital omvatte veel onderzoek naar dit onderwerp en de activiteiten deden de deelnemers dieper

nadenken over de huidige COVIDsituatie. De deelnemers realiseerden zich dat digitaal materiaal mensen in geïsoleerde gebieden kan ondersteunen. Ze zagen ook dat isolement, opsluiting, werkloosheid en geestelijke gezondheid kwesties waren waar de samenleving meer aandacht aan besteedde en voelden de noodzaak om actie te ondernemen en oplossingen aan te dragen. COVID-19 liet zien hoe digitale hulpmiddelen inclusie en gemakkelijke toegang tot materiaal voor een breder publiek kunnen bevorderen. Iedereen kan de door GoD ontwikkelde webapp gebruiken en het is een open onderwijsmiddel.

De moeilijke omstandigheden van de pandemie brachten echter ook het inzicht om een nieuw project op te zetten om deze specifieke kwesties aan te pakken: de Creatieve Europese Methode (CEM). Dit project werd later goedgekeurd, en veel van de partners gingen ermee aan de slag omdat zij allen aan dit onderwerp wilden blijven werken en jongeren wilden bijstaan in hun dagelijks leven.

Extra informatie

Go Digital

*Digital tools to
manage stress and
burnout*

FAVORIT

A'DAM MOO STICHTING **POSTAL 3**

ZID

STEPP SRLS

integra

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

www.godigitalproject.eu

Dit beeld van een typemachine werd gebruikt als hoofdbeeld voor de communicatie van de doelstellingen, de impact en de resultaten van het GoDigital-project.

Deze foto's tonen enkele van de activiteiten van de SHORT-TERM JOINT STAFF TRAINING die van 29 november tot en met 3 december in A Coruña (Spanje) werd gehouden.



Aan de activiteiten namen 16 deelnemers deel van de vijf partnerorganisaties: Asociación Cultural Integra (ES), Stepp Strategie Servizi Sviluppo SRLS (IT), Academia Postal 3 Vigo S.L. (ES), Stichting Amsterdam European Mobility (NL), Stichting ZID (NL).

De opleiding had tot doel een vernieuwende en doeltreffende methodologie voor opleiding over stressbeheer te ontwikkelen. Elke organisatie voerde twee of drie activiteiten uit, die een breed scala aan subthema's en vaardigheden vanuit verschillende invalshoeken bestreken. Tot de voorgestelde activiteiten behoorden: mindfulness, stressmanagement en tai-chi, meditatie, het invullen van de "Perceived stress scale", het verkennen van persoonlijke grenzen voor communicatie binnen een groep, storytelling, het StoryCatcherspel en rollenspellen.

FATE: Future Academy op tournee in Europa

Jaar van uitvoering:

2020

Project website<https://www.fate-europe.eu/>**Land(en) van uitvoering:**

Nederland (hoofdcoördinator), Spanje, Servië, Duitsland en Italië.

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

De belangrijkste doelgroepen zijn nieuwkomers, vluchtelingen en migranten in Europa met minder kansen op artistiek gebied dan andere spelers. Deze "nieuwkomers" hebben een training gehad in Nederland en Spanje, waar ze in elk land een voorstelling hebben kunnen maken.

Het aantal deelnemers per land is

Nederland 28 deelnemers aan de opleiding

Spanje 25 deelnemers aan de opleiding

Context van het project

Sinds het bestaan van de mensheid zijn mensen altijd van de ene plaats naar de andere getrokken om middelen van bestaan of een beter leven te vinden. In Europa heeft de zogenaamde mediterrane migrantencrisis echter directe gevolgen voor ons.

Migranten en asielzoekers steken al tientallen jaren de Middellandse Zee over. De aantallen hebben in de loop der jaren geschommeld als gevolg van verschillende factoren, zoals de omstandigheden in de landen van herkomst en doorreis, geopolitieke ontwikkelingen en het beleid van de EU. In 2014 maakten ten minste 219.000 mensen de oversteek, tegenover 60.000 het jaar daarvoor. Volgens de Hoge Commissaris van de Verenigde Naties voor vluchtelingen (UNHCR) staken in de eerste vijf maanden van 2015 89.500 mensen over. De belangrijkste route was lange tijd vanuit Noord-Afrika over de centrale Middellandse Zee, maar steeds meer mensen steken nu de Egeïsche Zee (oostelijke Middellandse Zee) over van Turkije naar de Griekse eilanden. Deze trend heeft zich voortgezet vanaf

het begin van de crisis in 2014 tot op heden.

Nederland is een van de belangrijkste Europese landen die migranten en asielzoekers opvangt. Onder deze nieuwkomers bevinden zich veel geschoolde en artistieke mensen die zich willen uiten en hun creatieve stempel willen drukken.

Het project FATE wil ervoor zorgen dat creatieve jongeren met een vluchtelingen- of migrantenachtergrond gelijkwaardig kunnen deelnemen aan de professionele kunst- en cultuursector, zowel op het podium, achter de schermen als binnen organisaties. Uit verschillende studies blijkt dat de deelname van deze jongeren aan de professionele kunst- en cultuursector in Europa nog steeds zeer beperkt is. Alle bij dit project betrokken partners die werkzaam zijn op het gebied van podiumkunsten en kunst, zijn van mening dat het de "bestemming" van deze mensen is om in Europa te blijven en dat zij gefaciliteerd moeten worden om op een volwaardige en duurzame manier deel te nemen aan het culturele leven van hun stad, regio, land en continent.

Projectdoelstellingen

Dit project wil een band scheppen tussen nieuwe migranten, vluchtelingen en EU-burgers door middel van artistieke opleiding, integratie en meer werkgelegenheid in de culturele sector.

Het doel is belangstelling te wekken en de inzetbaarheid van getalenteerde of al professionele creatieve migranten en vluchtelingen te vergroten. Het wil er ook voor zorgen dat deze "nieuwe spelers", ook bekend als *urban talents*, gelijke kansen op de arbeidsmarkt in de culturele sector hebben als autochtone Europese kunstenaars en creatieve professionals.

Uitvoering van het project

Het project werd uitgevoerd door een samenwerkingsverband onder leiding van het ZID-theater.

De overige partners behoren eveneens tot het artistieke veld en werken op een zeer coöperatieve manier om de doelstellingen van het project te bereiken.

Partners zijn: Atalya Teatro (Spanje), Universiteit van Turijn (Italië); Studio 7 (Duitsland) en DAH Teater (Servië).

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

De projectpartners hebben veel activiteiten uitgevoerd die de deelnemers hebben verrijkt. Elk land

ontwikkelde een trainingsprogramma dat uit 3 delen bestond: Een serie lessen waarin werd geoefend met professionele vaardigheden en artistieke ontwikkeling. Een productiefase waarin een theatervoorstelling werd ontwikkeld, gevolgd door een (inter)nationale tournee en een mentorprogramma voor het opbouwen van een netwerk en het verkrijgen van kennis over de nationale creatieve en artistieke sector van het gastland. Alle partners deden een internationale tournee waarbij deze producties deelnamen aan het Explorez Festival in Amsterdam in mei 2022.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

De belangrijkste instrumenten voor de betrokkenheid bij het project waren de bestaande netwerken van partnerorganisaties en hun eigen communicatiekanalen. Het project had ook een Facebookpagina en een website waarop alle succesvolle verhalen werden geplaatst.

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

Het project loopt nog steeds. Het is zeer succesvol. De optredens worden in beide landen zeer goed ontvangen. Sommige deelnemers hebben tijdens het project goede kansen gekregen, zoals het vinden van een baan, acteren in een film, het starten van een masterstudie aan een muziekacademie, enz.

Tijdens de opleiding vielen sommige deelnemers uit en het kost moeite om de deelnemers te blijven motiveren en hen te coachen naar een goed einde van het project.

Het inschakelen van andere professionals en culturele instellingen vergt veel tijd. En een ontmoeting met hen organiseren is een hele uitdaging, omdat iedereen een volle agenda heeft en het druk heeft.

Tijdens het Explorez Festival, dat in mei 2022 door het ZID Theater werd georganiseerd, traden deelnemers van de Spaanse en Nederlandse opleiding op met de door hen gecreëerde productie. Ook Duitsland en Servië namen deel aan het festival en brachten voorstellingen door acteurs met een migratieachtergrond.

Extra informatie

FATE Training - Deel 1, die plaatsvond van februari tot april 2021 in Amsterdam

<https://www.youtube.com/watch?v=77LobzbHiDA>

De presentaties van het 3e blok van de opleiding van ZID Theater, Solo's & Pitches, juni 2021, Amsterdam

<https://www.youtube.com/watch?v=xIpdjOCQfxw>

Opleiding in beeld:





Bridging the world- Een brug slaan over de wereld

Jaar van uitvoering:

2018

Land(en) van uitvoering:

Nederland, Polen en Griekenland

Doelgroep en aantal betrokken deelnemers

Jongvolwassenen tussen 18 en 30 jaar, zonder ervaring met vrijwilligerswerk maar met een grote motivatie om te leren en de nieuwe kennis na de jongerenuitwisseling in de praktijk te gebruiken. Aan het project namen 36 deelnemers deel.

Context van het project

Alle bij deze uitwisseling betrokken non-profitorganisaties erkenden dat de jeugd behoefte heeft aan ontmoetingen met leeftijdsgenoten in heel Europa.

We zien momenteel een nieuwe generatie jongeren die betrokken is bij sociale processen en zich inzet voor de gemeenschap. Dit was een van de motieven voor deze specifieke uitwisseling. De kern van de deelnemende groepen was ook cultureel divers. Elke groep en elk land had zijn eigen manier om met dit soort thema's om te gaan. Het consortium vond het belangrijk dat de jongeren dit van elkaar konden leren.

Door deze jongerenuitwisseling hebben 30 jongeren uit 3 landen (10 personen in Nederland, 10 personen in Griekenland en 10 personen in Polen) hun kennis over vrijwilligerswerk uitgebreid. Ze hebben ook meer geleerd over en gediscussieerd over actuele problemen in verband met jeugdwerkloosheid, sociale integratie en uitsluiting.

Tijdens het negendaagse programma werd ruimte gecreëerd voor jongeren om elkaar te ontmoeten en te inspireren, hun capaciteiten te ontwikkelen, contact te leggen met mensen uit verschillende culturen en hun te leren begrijpen. Dit werd bereikt door deelname aan een gevarieerd programma: open discussies, workshops, creatieve sessies en culturele programma's en bezoeken aan verschillende organisaties in Amsterdam die met vrijwilligers werken; een interactief programma

waarin de creatieve methoden van ZID (Nederland), Brama (Polen) en Omma (Griekenland) werden gebruikt om de doelstellingen te bereiken.

Projectdoelstellingen

- Deelnemers inspireren en motiveren om jeugdwerkloosheid te bestrijden met vrijwilligerswerk en maatschappelijke betrokkenheid
- Bewustmaking van de sociale problemen die worden veroorzaakt door werkloosheid en sociale uitsluiting
- Een ruimte creëren waar creatieve dialoog en constructieve feedback kunnen leiden tot nieuwe ideeën en werkmethoden
- De nodige competenties en instrumenten verwerven om betrokken te raken bij projecten binnen hun gemeenschap met de nadruk op vrijwilligerswerk (teamwerk, creatief denken, uitdagingen aangaan, belanghebbenden in kaart brengen, afhankelijk van de behoeften van de deelnemers)
- Een netwerk van deelnemers creëren voor de ontwikkeling van nieuwe partnerschappen en steungroepen. Als resultaat van het project werd verwacht dat meer jongeren vrijwilligerswerk zouden uitwisselen als een effectief instrument om de integratie van gemarginaliseerde groepen te ondersteunen.

Uitvoering van het project

Bridging the world was een Erasmus+ uitwisselingsprogramma voor jongeren in Amsterdam, georganiseerd door ZID. Het vond plaats tijdens het ExploreZ festival dat ZID jaarlijks organiseert. Het internationale festival ExploreZ is een multidisciplinair festival dat kunst en maatschappelijke impact verbindt, zowel op lokaal als internationaal niveau. Dit was van grote waarde voor het uitwisselingsproject omdat de deelnemers meer internationale jongeren konden ontmoeten, hun netwerk konden uitbreiden, aan verschillende programma's konden deelnemen en zich aan het publiek konden presenteren.

De partners waren:

- ZID Theater (projectcoördinator, Nederland)
 - Brama Theater (Polen)
 - Omma Theater (Griekenland)
-

Alle partners waren verantwoordelijk voor de werving en selectie van de deelnemers, hun voorbereiding en de begeleiding. Daarnaast gaven alle partners tijdens de week workshops, waarbij zij hun expertise inbrachten.

Hoe de behoeften van de belanghebbenden bij het project werden beoordeeld en behandeld.

De partnerorganisaties zagen een gemeenschappelijke behoefte om het publiek bewuster te maken van vrijwilligerswerk om sociale problemen, met name jeugdwerkloosheid, te bestrijden en zo de sociale integratie van uitgesloten jongeren te ondersteunen. Vrijwilligerswerk wordt gezien als een innovatief en effectief instrument dat veel verschillende mogelijkheden biedt om sociale problemen wereldwijd te verminderen. Vrijwilligers zijn essentieel voor sociale betrokkenheid in de samenleving en creëren kansen die anderen ontberen. Om sociale betrokkenheid te verbeteren, nieuwe benaderingen te vinden en oplossingen te creëren om de samenleving ten goede te veranderen.

De projectpartners wilden het bewustzijn over vrijwilligerswerk vergroten door te werken aan de competenties van jongeren, zodat ze vrijwilligerswerk kunnen gebruiken en aantrekkelijk maken binnen hun gemeenschap.

Daartoe werd een negendaags programma opgezet met verschillende activiteiten die de deelnemers verrijkten. Deze activiteiten varieerden van workshops over communicatie, sociale en politieke kwesties, over de betekenis van vrijwilligerswerk en hoe het idee van vrijwilligerswerk van land tot land verschilt en het voorbereiden van presentaties voor het publiek om de vaardigheden op het gebied van organisatie en spreken in het openbaar te verbeteren.

Bovendien waren de deelnemers zelf betrokken bij de organisatie. Ze moesten bijvoorbeeld voor hun eigen maaltijden zorgen. Om praktijkervaring op te doen, bezochten de deelnemers verschillende organisaties in Amsterdam, voornamelijk sociale en culturele organisaties, die voor hun werk sterk afhankelijk zijn van vrijwilligers.

Na afloop van het programma ontvingen de deelnemers hun Youthpass-certificaat. Het programma werd afgesloten met een creatieve presentatie voor het publiek.

Hoe het project met de deelnemers omging, welke instrumenten en kanalen werden gebruikt en waarom.

De informatie over het project "Bridging the World" werd gepubliceerd op de websites van alle partners en hun sociale mediaaccounts om deelnemers te informeren en te werven. Ook werden

nieuwsbrieven verstuurd via de mailinglijsten van de partners.

Voor de start van het project werd informatie over het project gedeeld met de lokale en regionale netwerken van de partners. Ook werd een selectiebericht met een aanmeldingsformulier gepubliceerd.

De resultaten werden als volgt verdeeld:

- foto's van het project met informatie over het Erasmus+ programma
- video van het project via het sociale netwerk met het Erasmus+ logo
- een verslag van het project met informatie en het logo van Erasmus+

Succesverhalen over projecten. Waarom was het project succesvol en zo niet - wat waren de problemen.

Het grootste probleem waarmee elke partner heeft geworsteld was het werven van het gewenste aantal deelnemers. Het kostte jongeren namelijk wat extra moeite om hun agenda vrij te maken voor een programma van 9 volle dagen. Deelnemers moesten toestemming vragen aan hun school, hun werk of hun ouders om relatief lang afwezig te zijn.

Maar uiteindelijk bleek dat velen van hen enthousiast waren om aan het programma deel te nemen, en moest er een selectie worden gemaakt uit de inschrijvingen.

Toen het project ten einde liep, vond een evaluatie plaats. Hoewel het programma van het project erg vol zat en de deelnemers nauwelijks tijd hadden om de stad te bezoeken, was de algemene feedback over het project erg positief. De deelnemers hebben veel geleerd en waren bijzonder enthousiast over de manier waarop ze hebben geleerd, want volgens hen waren alle workshops zeer creatief. In dit geval is de feedback van de deelnemers de belangrijkste evaluatiefactor van het project, wat van "Bridging the world" een succesverhaal maakt.

Extra informatie



Een bezoek aan de Voedseltuin in Amsterdam. Dit is een vrijwilligersproject waarbij stadsbewoners voedsel verbouwen voor mensen die in armoede leven. Foto: Maria Morales



De eindpresentatie van de deelnemers op de laatste dag van het programma was voor publiek.

Deelnemers toonden op artistieke wijze wat zij tijdens de week hadden gemaakt. Foto: Maria Morales



Het laatste deel van de workshop werd gegeven door Omma Theater, Griekenland. Foto: Karolina Spaic

CONCLUSIES

Deze gids dient als een inleiding tot de theorieën en concepten van community betrokkenheid, vanuit het perspectief van de jeugd. We hebben de meest voorkomende principes gedeeld die bekend zijn voor het werken met jongerenbetrokkenheid en de essentiële instrumenten om de gerelateerde projecten te beheren. We hebben deze gids ontworpen om je te helpen je projectideeën vanaf nul op te schrijven en in vier stappen een actieplan voor jongerenbetrokkenheid op te stellen:

1. Definieren van het doel
2. Verdeling van de rollen
3. Bepalen hoe uw belanghebbenden te identificeren en te bereiken zijn
4. Evaluatie van de acties en verdere activiteiten

In deze vier stappen bespraken wij hoe het doel, de doelstelling en de diepgang van de processen van maatschappelijke betrokkenheid kunnen worden bepaald, evenals de verwachte resultaten. Wij bespraken ook de rol van de verschillende actoren die bij een project betrokken zijn, zoals gebruikers en begunstigers van activiteiten, projectadviseurs, medewerkers aan beheersprocessen, besluitvormers en uitvoerders. Wij richtten ons op de belanghebbenden en de acties die nodig zijn om hen te betrekken en met hen te communiceren gedurende het proces. Ten slotte onderzochten we gemeenschappelijke manieren om de acties en de impact van het project te volgen en te evalueren, en om verdere acties en mogelijke verbeteringen te beoordelen.

Ons idee was om belangrijke thema's in verband met jeugdbetrokkenheid te behandelen, die zowel in kleine als grootschaliger gemeenschapsprojecten kunnen worden gebruikt. Ons doel was om te laten zien hoe deze instrumenten aanpasbaar zijn in het jeugdwerk en om voorbeelden te geven van good practices uit verschillende culturele achtergronden. Deze omvatten zowel kleinere projecten, die lokaal worden uitgevoerd, als grotere internationale samenwerkingsverbanden.

Door voorbeelden van good practices te laten zien, wilden we een paternalistische houding vermijden, zodat u zelf de belangrijkste do's en don'ts kunt zien en de patronen kunt vinden die het beste bij uw jeugdgemeenschap passen. Het maakt dus niet uit of je net begint met community participatie of omgekeerd, of je er al ver in bent en op zoek bent naar inspiratie, inzicht of nieuwe informatie.

Deze gids is ontworpen als een stap-voor-stap handleiding - beginnend met de basisconcepten, vervolgens langs de onderwerpen die relevant zijn voor de jeugd van vandaag en eindigend met tools en projecten. Jongerenwerk begint en eindigt echter niet met het volgen van de normen. Het houdt in dat je innoveert, jezelf buiten je comfortzone waagt, deelt en samen leert. Om met jongeren om te gaan en hen te helpen actieve leden van de samenleving te worden, moet je eerst hun manier van zijn, hun behoeften en gedragingen begrijpen. Je bent hier zowel leraar als leerling.

Nu deze gids bijna klaar is, hebben we eerder het gevoel dat dit nog maar het begin is. Er zijn geen handleidingen of theorieën die je leren hoe je met jongeren moet omgaan: de sleutels zijn luisteren, zien en verkennen. Er zijn dus geen laatste woorden over dit onderwerp. Participatie is een continu proces. Laat jongeren aan het woord. Met uw werk, passie en betrokkenheid helpt u hen te participeren en hun weg te vinden in de wereld. Wij hopen dat dit boek u daarbij zal helpen.

BIBLIOGRAFIE

- Appleton Gootman, J. en Eccles J. (eds.) (2002), *Community Programs to Promote Youth Development*. Washington: National Academic press.

- ATSDR- Agency for Toxic Substances and Disease Registry (2011) *Principes van de betrokkenheid van de gemeenschap*. NIH. Beschikbaar op: https://www.atsdr.cdc.gov/communityengagement/pdf/PCE_Report_508_FINAL.pdf
- CIRCLE - Center for Information & Research on Civic Learning and Engagement (n.d.) *Why is Youth Civic Engagement Important?* Beschikbaar op: <https://circle.tufts.edu/understanding-youth-civic-engagement/why-it-important> (geraadpleegd op 11 maart 2022).
- Community Planning Toolkit (2014) *Community Engagement*. Beschikbaar op: <https://www.communityplanningtoolkit.org/sites/default/files/Engagement.pdf>.
- *Department for International Development* (n.d.). Beschikbaar op: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-international-development> (Toegang: 7 april 2022).
- Dimock, M. (2019), Definiëren van generaties: Waar Millennials eindigen en Generatie Z begint. Pew Research Center. Beschikbaar op: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (Geraadpleegd: 7 juli 2022),
- Dobbs, R. (12 maart 2015) *Understanding Project Management: Evaluatie*. Beschikbaar op: https://www.youtube.com/watch?v=bt4LL_rKwFM (Geraadpleegd: 14 april 2022).
- Elliott, H. (2000) "How are policy makers using evidence? Models of research utilisation and local NHS policy making", *Journal of Epidemiology & Community Health*, 54(6), pp. 461-468.
- Enterpriseproject.com (2022) *4 stijlen van besluitvorming: Een gids voor leiders*. Beschikbaar op: <https://enterpriseproject.com/article/2018/7/4-styles-decision-making-leaders-guide> (Geraadpleegd: 18 april 2022).
- Europese Commissie (22 mei 2018) *Jongeren betrekken, verbinden en mondig maken: een nieuwe EU-strategie voor jongeren*. Beschikbaar op: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:52018DC0269> (Geraadpleegd: 25 maart 2022).
- Europese Commissie (n.d.) *YouthWiki: Europa encyclopedie van nationaal jeugdbeleid*. Beschikbaar op: <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki> (Toegang: 25 maart 2022).
- Europese Commissie, directoraat-generaal Onderzoek en innovatie, (2010) *Communiceren van onderzoek voor empirisch onderbouwde beleidsvorming: een praktische gids voor onderzoekers in de sociaaleconomische en geesteswetenschappen*. Beschikbaar op: <https://data.europa.eu/doi/10.2777/9276>.

- Eurostat (2020) *Jong zijn in Europa vandaag - demografische trends*. Beschikbaar op: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- Fernandez, D.J, Fernandez, J.D. (2008) "Agile Project Management -Agilisme versus Traditionele Benaderingen", *Journal of Computer Information Systems*, 49(2), pp.10-17.
- Freeman, R.E., McVea, I. (2001) "A stakeholder approach to strategic management", in Hitt, M., Freeman, R.E., Harrison, J. (Eds.). *The Blackwell handbook of strategic management*. Oxford: Oxford University Press.
- Gagné, T., Schoon, I., McMunn, A. *et al.* (2022) 'Mental distress among young adults in Great Britain: long-term trends and early changes during the COVID-19 pandemic'. *Social Psychiatry & Psychiatric Epidemiology*, 57, pp. 1261-1272. Beschikbaar op: <https://doi.org/10.1007/s00127-021-02194-7>.
- Glasser, B. en Miller, J. (2016) 'The 'Inside' and the 'Outside' Finding Realities in Interviews', in Silverman D. (red.), *Qualitative Research*. 4th edn. Los Angeles: Sage, pp. 51-66.
- Hart, R.A. (1992) "Kinderparticipatie: From tokenism to citizenship", *Innocenti Essay*, no. 4 (UNICEF). Beschikbaar op: <https://www.unicef-irc.org/publications/100-childrens-participation-from-tokenism-to-citizenship.html>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- Hill, C., & Jones, G. (2001) *Strategisch management: Een geïntegreerde benadering*. 5e edn. Boston: Houghton Mifflin.
- Hughes, D. e.a., (2016) *Loopbaanonderwijs: International Literature Review*, Education Endowment Foundation, Londen. Beschikbaar op: <https://www.educationandemployers.org/wp-content/uploads/2016/07/Careers-review.pdf>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- IAP2 - International association for Public Participation (2018) *3 Pijlers voor effectieve publieksparticipatie*. Beschikbaar op: https://cdn.ymaws.com/www.iap2.org/resource/resmgr/communications/11x17_p2_pillars_brochure_20.pdf
- Ibrahim, F., Mustapha, M. S., Mokhtar, A. H. A., Shah, F. D. (2019) 'Youth as Stakeholders and Their Engagement Towards Government Programmes', *Malaysian Journal of Communication*, 35(2), pp. 322-226. Beschikbaar op: https://www.researchgate.net/publication/334176210_Youth_as_Stakeholders_and_Their_Engagement_Towards_Government_Programmes_GP.
- Ihugba, B.U., Osuji, O.K. (2011) 'Corporate citizenship en stakeholder engagement: Maintaining an equitable power balance', *EGBO Electronic Journal of Business Ethics and Organisational Studies*, 16(2).

- Kasakasa (2021) *Boomers, Gen X, Gen Y, Gen Z en Gen A uitgelegd*, 07/06/2021. Beschikbaar op: <https://www.kasasa.com/exchange/articles/generations/gen-x-gen-y-gen-z>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- Krosnick, J. A., Presser, S. (15 februari 2009) *Handbook of Survey Research. Ontwerp van vragen en vragenlijsten*. 2nd edn. San Diego: Elsevier.
- Levine R. (3 november 2015) *5 redenen waarom evaluatie belangrijk is voor je project*. Beschikbaar op: <https://www.nichq.org/insight/5-reasons-why-evaluation-matters-your-project> (Geraadpleegd: 15 april 2022).
- Leybourne, S. (2009) "Improvvisatie en agile projectmanagement: een vergelijkende beschouwing", *International Journal of Managing Projects in Business*, 2(4), blz. 519-535.
- Metropolitan Waste and Resource Recovery Group (2016) *Community and Stakeholder Engagement Guide*. Victoria State Government. Beschikbaar op: <https://www.mwrrg.vic.gov.au/assets/resource-files/FINAL-COMPRESSED-FOR-WEB-MWRRG-Guide.pdf>.
- MOLGROUP (2017) *Methodologische gids voor gemeenschapsbetrokkenheid*. Beschikbaar op: https://molgroup.info/storage/documents/case_studies/communities/mol_group_community_engagement_guide.pdf.
- NC State University, Institute for Emerging Issues (2015) *Youth Civic Engagement Resource Toolkit. Praktische hulp voor het betrekken van jongeren*. Beschikbaar op: <https://www.youthlead.org/sites/default/files/YouthLead/files/resources/Youth%20Civic%20Engagement%20Toolkit.pdf> (Geraadpleegd: 11 maart 2022).
- NCCPE - Nationaal Coördinatiecentrum voor Publieke Betrokkenheid (2017) *Doe betrokkenheid*. Beschikbaar op: <https://www.publicengagement.ac.uk/do-engagement> (Geraadpleegd: 6 mei 2022).
- OESO (2019) *PISA 2018 Results (Volume II): Where All Students Can Succeed*, PISA, Parijs: OECD Publishing. Beschikbaar op: <https://doi.org/10.1787/b5fd1b8f-en>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- OESO (2020) *"Teenagers' Career Aspirations and the Future of Work"*, Parijs: OECD Publishing. Beschikbaar op: <https://www.oecd.org/berlin/publikationen/Dream-Jobs.pdf>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- Osgerby, B. (2020) *Jeugdcultuur en de media: Global Perspectives*. 2nd edn. Londen: Routledge. Beschikbaar op: <https://doi.org/10.4324/9781351065269>.

- Penn State College of Agricultural Sciences (n.d.) *Wat is Community Engagement?* Beschikbaar op: <https://aeese.psu.edu/research/centers/cecd/engagement-toolbox/engagement/what-is-community-engagement> (Geraadpleegd: 11 maart 2022).
- Project Management Institute (2017) *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)*. 6e edn. Pennsylvania: Project Management Institute.
- Project Manager (n.d.) *GANTT chart*. Beschikbaar op: <https://www.projectmanager.com/guides/gantt-chart> (Geraadpleegd: 15 april 2022).
- Rabinowitz, P. (n.d) *Het ontwikkelen van een strategisch plan en organisatiestructuur. Hoofdstuk 8: Het ontwikkelen van een strategisch plan*. Community Toolbox. Beschikbaar op: <https://ctb.ku.edu/en/table-of-contents>.
- Vertegenwoordiging van de Europese jeugd (2022) *Europees Jeugdforum*. Beschikbaar op: <https://www.youthforum.org/> (Geraadpleegd: 8 april 2022).
- SALTO-YOUTH (2022) *Vorbereiding: evaluatie van de behoeften*. Beschikbaar op: <https://www.salto-youth.net/rc/inclusion/archive/archive-resources/inclusiongroups/inclusionethnicminorities/InclusionEmpowermentNeedsAssessment/>.
- Schroedel, J. (2020) *Trends voor burgerbetrokkenheid van jongeren: online, inclusief en lokaal*. Citizenlab. Beschikbaar op: <https://www.citizenlab.co/blog/civic-engagement/trends-for-youth-civic-engagement-online-inclusive-and-local-2/>.
- Silverman, D. (red.) (2016) *Kwalitatief onderzoek*. 4th edn. Los Angeles: Sage.
- Social Impact Navigator (2022) *Social Impact Navigator - Uw online handleiding*. Beschikbaar op: <https://www.social-impact-navigator.org/> (Geraadpleegd: 11 april 2022).
- Susman, G.I. (1983) *Actieonderzoek: Een sociotechnisch systeemperspectief*. Londen: Sage Publications, pp.102.
- Tammi, L., Hendriks, A. (2008) *E. M. Power: Een praktisch boekje over de empowerment van jonge vrouwen uit etnische minderheden*. Beschikbaar op: <https://www.salto-youth.net/downloads/4-17-1641/EMPowerBooklet.pdf>.
- T-EST - Transfer of Employment Support Tools for People with Disabilities (2013) *Stakeholder Analysis Report*. Beschikbaar op: https://www.t-est.eu/images/t-est/wp4/wp4_n21-01_Stakeholder_Analysis_Report.pdf.
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z. en Veldhuis, J. (2018) 'Het effect van Instagram "likes" op de sociale vergelijking en lichaamsontevredenheid van vrouwen', *Body Image*, 26, pp. 90-97. Beschikbaar op: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>.

- Twenge, J.M., & Park, H. (2019) 'The Decline in Adult Activities Among U.S. Adolescents, 1976-2016', *Child development*, 90, 2, pp. 638-654.
- Washington State Board for Community and Technical Colleges (2019) *Appendix A: Community Engagement Framework*. Beschikbaar op: <https://www.sbctc.edu/resources/documents/about/task-forces-work-groups/sem/community-engagement-framework.pdf> (Geraadpleegd: 30 maart 2022).
- *Jeugddoelen* (2018). Beschikbaar op: <https://youth-goals.eu/youthgoals> (Geraadpleegd: 25 maart 2022).

Andere bronnen:

- <https://circle.tufts.edu/latest-research/community-organizing-and-youth-engagement-during-pandemic>. (Geraadpleegd: 10 juni 2022).
- <https://www.docdroid.net/czsNiDa/flower-of-participation-pdf#page=4>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- https://educationanddevelopment.files.wordpress.com/2016/09/092016_learning-product_achieving-meaningful-youth-participation.pdf. (Geraadpleegd: 23 juni 2022).
- Europese barometer: <https://europa.eu/eurobarometer/screen/home>. (Geraadpleegd: 23 juni 2022).
- https://europa.eu/youth/year-of-youth_en. (Geraadpleegd: 23 juni 2022).
- <https://ec.europa.eu/statistical-atlas/viewer/?mids=BKGCNT,BKGNT22016,C01M01,CNTOVL&o=1,1,1,0.7&ch=PEO,C01¢er=50.00349,20.02789,3&>. (Accessed: 23 June 2022).
- https://europa.eu/youth/strategy/social-inclusion_en. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- https://educationanddevelopment.files.wordpress.com/2016/09/092016_learning-product_achieving-meaningful-youth-participation.pdf. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- <https://fcyo.org/programs/youth-community-organizing-resource-exchange-youth-core>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).

- <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- <https://www.unfpa.org/publications/international-conference-population-and-development-programme-action>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).
- <https://www.unicef.nl/files/English%20child%20friendly%20convention.pdf>. (Geraadpleegd: 27 juni 2022).

BIJLAGE

Nuttige bronnen

- [Onderzoekers helpen om beleidsondernemers te worden: Hoe engagementstrategieën ontwikkelen voor empirisch onderbouwde beleidsvorming](#) (Overseas Development Institute)
- [Bewijs en evaluatie in de beleidsvorming](#) (Instituut voor de overheid)
- [Communiceren van onderzoek voor empirisch onderbouwde beleidsvorming: Een praktische gids voor onderzoekers in de sociaal-economische en geesteswetenschappen](#) (Europese Commissie)
- [Impact Toolkit](#) (Economische en Sociale Onderzoeksraad)
- [Europe Goes Local](#) is een Europees samenwerkingsproject om lokaal jeugdwerk te ontwikkelen en te versterken.
- [Het Europees Handvest voor plaatselijk jeugdwerk](#)
- <https://www.salto-youth.net/> opleidingen, instrumenten en geavanceerde strategieën voor de jeugd



Een systematische en gedigitaliseerde aanpak voor
het herstel van de gemeenschaps-
betrokkenheid bij jeugdgerichte activiteiten (2022-
2024)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Dit project is gefinancierd met steun van de Europese Commissie.
Deze publicatie geeft uitsluitend de mening van de auteur weer, de Commissie
kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor het gebruik van de informatie
die deze publicatie bevat.

Projectnummer: 2021-1-NL02-KA220-YOU-000028784