



kennis en aanpak van
sociale vraagstukken

Verzilver de inzet van jongeren!

Een werkboek over het effect van jongeren op organisaties



Auteurs: Charlotte Hanzon, Hanneke Mateman, Annette van den Bosch

Eindredactie: afdeling Communicatie, MOVISIE

Fotografie: Sabine Joosten/Hollandse Hoogte

Ontwerp en productie: Ontwerpburo Suggestie & illusie

Downloaden: www.movisie.nl

Overname van informatie uit deze publicatie is toegestaan onder voorwaarde van de bronvermelding: © MOVISIE, kennis en aanpak van sociale vraagstukken.

December, 2012



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

Deze publicatie is tot stand gekomen dankzij financiering van het ministerie van VWS.

Inhoudsopgave

Inleiding	4
Over dit werkboek	5
Jongerenparticipatie als vliegwiel voor organisatievernieuwing	6
Werkblad 1A: Doelstellingen van de organisatie	7
Werkblad 1B: Doelen en effecten	8
Voorbeelden voor het versterken van effecten en mogelijke tools	10
EffectenArena jongerenparticipatie	12
Hoe voert u de EffectenArena uit?	14
Werkblad 2A: EffectenArena jongerenparticipatie	16
Voorbeeld EffectenArena jongerenparticipatie	17
Versterken van effecten	19
Werkblad 3A: Uitwerking concrete acties	20

Inleiding

Maatschappelijke organisaties werken om vele redenen graag met jongeren. En mede door de verplichte maatschappelijke stage voor scholieren hebben veel organisaties de afgelopen jaren ervaren wat de meerwaarde is van het werken met jongeren. Ook werd duidelijk dat er aan het ervaren van die meerwaarde een investering vooraf gaat. Want werken met jonge vrijwilligers betekent dat organisaties moeten leren omgaan met jongeren, hun vrijwilligers erop moeten voorbereiden en open moeten staan voor verandering en vernieuwing.

Maar organisaties die bewuste keuzes maken over waarom, waar en hoe zij jongeren inzetten merken absoluut positieve effecten van de inzet van jonge vrijwilligers. Het nadenken over de effecten en meerwaarde van de inzet met jongeren is niet alleen van belang voor de eigen organisatie, maar is ook belangrijk als voorbereiding op gesprekken met samenwerkingspartners, financiers of opdrachtgevers. In toenemende mate is de te verwachten en gerealiseerde meerwaarde van een investering voor deze betrokkenen van doorslaggevend belang bij besluitvorming over projecten of activiteiten.

Wilt u (één van) de tools onder begeleiding van MOVISIE uitvoeren of heeft u naar aanleiding van de uitkomsten nog vragen? Neem dan contact op met MOVISIE via 030 789 21 12 of kennislijn@movisie.nl. Wij helpen u graag verder.

Positieve effecten van het werken met jongeren

Uit diverse onderzoeken¹ onder organisaties die met jongeren werken blijkt dat zij de volgende positieve effecten zien:

- * vernieuwing van activiteiten
- * de buitenwereld komt naar binnen
- * extra handen om taken uit te voeren
- * werving van nieuwe vrijwilligers (ook ouders/kennissen van jongeren)
- * verbreding van het netwerk van de organisatie
- * grotere zichtbaarheid (in de wijk) van de organisatie
- * beter imago van de organisatie
- * diversifiëring van het vrijwilligersbestand (qua leeftijd, sekse, etniciteit, opleidingsniveau)
- * beïnvloeding van beeldvorming over bepaalde groepen mensen
- * aanreiken van kennis over nieuwe onderwerpen
- * frisse wind en zelfreflectie in de organisatie (creativiteit, spiegel)
- * communicatie en kennismaking met nieuwe media

¹ Achterberg, N. (2011). *Maatschappelijke stage: maakt bekend bemind? Een verkennend kwalitatief onderzoek naar de inrichting en het rendement van maatschappelijke stage door en voor stagebiedende organisaties*. Masterthesis Sociologie 'Vraagstukken van Beleid en Organisatie'. Utrecht: Universiteit Utrecht. Bekkers, R., Spenkelink, S., Ooms, M. & Immerzeel, T. (2010). *Maatschappelijke stage en burgerschap. Rapportage schooljaar 2008-2009*. Utrecht: Sociologie Universiteit Utrecht.

Over dit werkboek

Dit werkboek is voor organisaties die al ervaring hebben in het werken met jongeren, maar dit bewuster willen doen en er meer rendement uit willen halen. Dat lijkt misschien overbodig, maar verrassend genoeg blijkt dat organisaties hun eigen belang vrij snel uit het oog verliezen en tevreden zijn als de jonge vrijwilligers tevreden zijn. Dat is jammer, want de meerwaarde zou voor beide partijen groter kunnen zijn als organisaties bewuster omgaan met de inzet van jongeren en structureel oog hebben voor het rendement.

In dit werkboek staan twee tools beschreven die u als organisatie kunt gebruiken om de effecten van het werken met jongeren in kaart te brengen. De tools zijn voor meerdere doeleinden en/of met verschillende partners samen te gebruiken. U kunt de tools achtereenvolgens als een stappenplan doorlopen, maar u kunt er ook voor kiezen om één van de tools los toe te passen.

1. Jongerenparticipatie als vliegwiel voor organisatievernieuwing

Met deze tool brengt u de meerwaarde van het werken met jongeren in kaart. In de eerste stap denkt u na over welke doelen u hebt met het binnenhalen en werken met deze doelgroep. Het doel dat u verbindt aan het werken met jongeren bepaalt tot op zekere hoogte namelijk ook hoe u met deze groep aan de slag gaat. In de tweede stap wordt u

bewuster van hoe u het werken met jongeren als middel kunt inzetten om aan bredere organisatiedoelen te werken. U wordt uitgedaagd om daar acties aan te verbinden en op deze wijze uw organisatie te versterken en te vernieuwen.

2. Breng de effecten van het werken met jongeren in kaart

Om als organisatie bewust te worden van het effect van het werken met jonge vrijwilligers, kunt u de EffectenArena gebruiken. Dit instrument brengt de investering en het effect van de activiteit(en) in beeld en laat zien wie er investeert en wie er profiteert. Het instrument maakt u bewust van de verwachtingen die u hebt van het werken met jongeren en leert u om niet alleen vanuit het eigen perspectief te kijken, maar u ook te verplaatsen in belangrijke andere partijen.

Aan de slag met het maximaliseren van de effecten

Nadat u (één van) de tools hebt toegepast, is het raadzaam om heel concreet te bepalen hoe u de effecten kunt vergroten en welke concrete stappen u daarvoor moet zetten. De laatste tool 'Versterken van effecten' kan u hierbij helpen.

Jongerenparticipatie als vliegwiel voor organisatievernieuwing

Deze tool geeft u meer inzicht in het verschil tussen effecten en doelstellingen en hoe u bewuster op bepaalde effecten kunt sturen. Jongerenparticipatie als middel dus, of anders gezegd: hoe draagt het werken met jongeren bij aan het bereiken van de doelstellingen van de organisatie? Door de tool ook toe te passen op andere doelgroepen dan jongeren, is het mogelijk om een vergelijking te maken tussen wat het werken met verschillende doelgroep oplevert, en kunt u uitzoeken wat de specifieke bijdrage per doelgroep is.

U kunt deze tool gebruiken om gericht te werken aan de effecten van jongerenparticipatie op de organisatie. U kunt nieuwe effecten stimuleren of al bestaande ontwikkelingen versterken. Hiervoor is het belangrijk om stil te staan bij de doelstellingen die de organisatie heeft. Dit doet u op **werkblad A**. Vervolgens bedenkt u hoe u jongeren zó in kunt inzetten, dat u deze doelen ook bereikt.

Op basis van de in de inleiding beschreven positieve effecten van het werken met jongeren in organisaties die maatschappelijke stages aanbieden, hebben we de effecten samengevoegd tot zeven typen:

1. Vernieuwing en uitbreiding van activiteiten
2. Impuls voor nieuw beleid
3. Werving van nieuwe vrijwilligers
4. Beter imago en zichtbaarheid
5. Verbreden van het netwerk
6. Frisse wind en zelfreflectie in de organisatie
7. Werkwijze: inzet van het nieuwe werken en social media

In **werkblad B** staan zeven typen effecten beschreven. Per effect inventariseert u of u dit al herkent in de organisatie en of het ook een doelstelling is van uw organisatie (vergelijk met werkblad A). U bepaalt, of en zo ja hoe, het werken met jongeren nu al bijdraagt aan het versterken van deze effecten. Vervolgens bedenkt u welke mogelijkheden er zijn om de effecten nog verder te versterken.

Concrete acties!

Nadat u werkblad A en werkblad B hebt ingevuld, moeten de plannen en ideeën uitgewerkt worden tot concrete acties. U bepaalt dus concreet hoe u de effecten kunt vergroten en welke concrete stappen u daarvoor moet zetten. De laatste tool 'Versterken van effecten' op pagina 19 kan u hierbij helpen.

Werkblad 1A: Doelstellingen van de organisatie

Welke doelen wil de organisatie bereiken met het inzetten van jongeren in het vrijwilligerswerk?



Werkblad 1B: Doelen en effecten

In deze stap gaat u uw doelstellingen vergelijken met de mogelijke effecten die er zijn van het werken met jongeren. Ook kijkt u of deze effecten bewust zijn gerealiseerd of dat het onbedoelde effecten zijn. Tot slot bepaalt u welke acties u kunt ondernemen om de effecten (verder) te versterken.

Doelstelling, resultaat en effect

- * **Doelstelling:** in een doelstelling formuleert u zo concreet mogelijk wat u zou willen bereiken. Bijvoorbeeld: we werven vijf jongeren die twee nieuwe activiteiten vorm gaan geven en gaan uitvoeren. Deze activiteiten verzinnen de jongeren zelf.
- * **Resultaat:** het resultaat is dat wat u aan het eind van de activiteit kunt meten. Bijvoorbeeld: we hebben vier jongeren geworven die twee nieuwe activiteiten hebben ontwikkeld en uitgevoerd.
- * **Effect:** een effect is dat wat voortvloeit uit de resultaten. Dit is meestal niet direct na een activiteit te meten, maar wordt later zichtbaar. Bijvoorbeeld: door de wijze waarop de jongeren publiciteit aan de activiteiten hebben gegeven, zijn we bekend geworden bij meer jongeren. Of: doordat vier jongeren met succes twee nieuwe activiteiten hebben ontwikkeld en uitgevoerd...
 - hebben we meer vertrouwen in het werken met jongeren gekregen.
 - heeft onze doelgroep minder vooroordelen over jongeren.

Stap 1

Op werkblad B staan enkele mogelijke effecten van het werken met jongeren beschreven. Geef per effect aan of u dit effect al in de organisatie ziet (tweede kolom) en of dit een doelstelling is (derde kolom). Zijn het dus effecten waar u bewust voor gekozen hebt en aan gewerkt hebt vanuit de vooraf geformuleerde doelen, of zijn het effecten die als vanzelf zijn opgetreden zonder dat u daar bewust op hebt aangestuurd?

Stap 2

Als blijkt dat er al zichtbare effecten zijn, vul dan in de vierde kolom in hoe u dit effect in verband kunt brengen met de jongeren die in de organisatie actief zijn. Geef hier dus aan op welke manier het werken met jongeren nu al bijdraagt aan het versterken van dit effect.

Stap 3

Vergelijk de tweede en derde kolom met elkaar. Zijn alle effecten die u ziet ook doelstellingen? Of zijn er doelstellingen waar u nog geen effecten bij ziet? Zou u meer op de effecten kunnen sturen door het als doelstelling op te nemen? Welke ideeën krijgt u? Die ideeën noteert u in de laatste kolom.

Om die effecten te realiseren, zijn er verschillende tools die u in kunt zetten. Een overzicht daarvan vindt u op pagina 10 en 11. Hier vindt u ook een aantal voorbeelden voor het invullen van het werkblad.

Mogelijke effecten van het werken met jongeren	Ziet u dit effect in de organisatie?	Is het een bewuste doelstelling?	Op welke manier draagt het werken met jongeren nu al bij aan het versterken van dit effect?	Vul hier uw plannen in om de effecten te versterken
Vernieuwing en uitbreiden van activiteiten	Ja Nee	Ja Nee		
Impuls voor nieuw beleid	Ja Nee	Ja Nee		
Werving van nieuwe vrijwilligers	Ja Nee	Ja Nee		
Beter imago en zichtbaarheid	Ja Nee	Ja Nee		
Verbreden van het netwerk	Ja Nee	Ja Nee		
Frisse wind en zelfreflectie in de organisatie	Ja Nee	Ja Nee		
Werkwijze: inzet van nieuwe werken en social media	Ja Nee	Ja Nee		

Voorbeelden voor het versterken van effecten en mogelijke tools

Mogelijke effecten van het werken met jongeren.	Hoe opbrengst versterken? Suggesties voor activiteiten die deze effecten kunnen versterken.	Tools Welke tools zijn er die ons hierbij kunnen helpen?
Vernieuwing en uitbreiden van activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> • Jongeren zetten zelf nieuwe activiteiten op • We betrekken jongeren bij het bedenken en organiseren van activiteiten • Door jongeren ontstaat samenwerking met andere organisaties of doelgroepen 	<ul style="list-style-type: none"> • Brainstorm met jongeren
Impuls voor nieuw beleid	<ul style="list-style-type: none"> • Werken met jongeren stimuleert in onze organisatie vernieuwing van bestaand beleid (bv vrijwilligersbeleid) • Werken met jongeren vraagt om eigen beleid (visie, afspraken over organisatie, uitvoering en evaluatie) • MaS stimuleert beleid op het gebied van jongerenparticipatie of nieuwe doelgroepen 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Zelfevaluatie</u>
Werving van nieuwe vrijwilligers	<ul style="list-style-type: none"> • Door jongeren krijgen we de kans nieuwe mensen te motiveren om vrijwilliger te worden (andere jongeren, ouders, vrienden) • Werken met jongeren inspireert ons om ons op nieuwe doelgroepen te richten • Onze nieuwe activiteiten kunnen we gebruiken om nieuwe mensen te enthousiasmeren 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Quickscan vinden en binden</u> • <u>Vrijwilligerskwadrant</u> • <u>Wervingscirkel</u> • <u>E-learning 'Vinden en binden'</u> • <u>www.vrijwilligerswerkacademie.nl</u> • <u>Jongerenmarketing</u> • <u>1001 kracht</u> • <u>Motivatie-methoden</u>

Mogelijke effecten van het werken met jongeren.	Hoe opbrengst versterken? Suggesties voor activiteiten die deze effecten kunnen versterken.	Tools Welke tools zijn er die ons hierbij kunnen helpen?
Beter imago en zichtbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> • De nieuwe activiteiten en jongeren geven een jonger en diverser beeld van onze organisatie • We gebruiken deze nieuwe ontwikkelingen in onze pr naar buiten • We gebruiken jongeren om onze zichtbaarheid te vergroten 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Marketingtactieken</u> • <u>Belevenismarketing</u> • Aanpassen PR of communicatiebeleid
Verbreden van het netwerk	<ul style="list-style-type: none"> • Werken met jongeren levert ons nieuwe contacten op met andere organisaties. • De nieuwe activiteiten en jongeren zorgen voor een breder netwerk • MaS levert ons nieuwe contacten op met onderwijs, jongeren en ouders 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Netwerkmethoden, zoals Kook</u>
Frisse wind en zelfreflectie in de organisatie	<ul style="list-style-type: none"> • Door de jongeren staan we bewuster stil bij wie we zijn en wat we doen • Door jongeren zijn we meer bezig met nieuwe ideeën en aansluiten bij de buitenwereld/andere doelgroepen • Door jongeren ontstaat er meer ruimte voor creativiteit en nieuwe ideeën. 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Krachtmeting</u> • <u>Cultuurproef</u> • <u>Zelfevaluatie</u>
Werkwijze: inzet van nieuwe werken en social media	<ul style="list-style-type: none"> • Jongeren stimuleren ons meer te doen met nieuwe media. • MaS inspireert ons om jongeren meer ruimte te geven in hun manier van werken 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Pak de Passie!</u>



EffectenArena jongerenparticipatie

In 2008 ontwikkelde de SEV – innovatieplatform voor wonen – de EffectenArena. De EffectenArena geeft antwoord op vragen als: wat levert een investering nu op voor de maatschappij? Hoe ontstaan de beoogde effecten, wat is de invloed van onze investering daarop, naast de invloed van externe factoren?

Daarnaast helpt de EffectenArena bij het verantwoorden van de maatschappelijke prestatie. Intern, bijvoorbeeld aan het management, maar ook extern, aan financiers of samenwerkingsrelaties.

Met enkele aanpassingen is deze methodiek ook bruikbaar gebleken om projecten en activiteiten op andere terreinen dan volkshuisvesting te evalueren. Zo kunt u de EffectenArena ook gebruiken om activiteiten met jongeren te analyseren.

U kunt de EffectenArena voor verschillende zaken inzetten en op verschillende momenten binnen een project of activiteit:

1. Bij de start:

- * Om te analyseren of een activiteit of project doelmatig en consistent is en waar mogelijk bijgesteld moet worden.
- * Om bij een samenwerkingsproject verwachtingen en doelen van deelnemende partijen te inventariseren en op elkaar af te stemmen.

2. Tussentijds of achteraf:

- * Om het project of de activiteit kritisch te bekijken op output en maatschappelijk rendement
- * Om samenwerkingsprojecten tussentijds of achteraf te evalueren
- * Om successen met elkaar te delen

3. Om je eigen functioneren als professional eens kritisch onder de loep te nemen.

U kunt de EffectenArena individueel toepassen, maar hij neemt in waarde toe als u er meerdere partijen bij betreft. Op deze wijze leert u ook vanuit een ander perspectief naar het project of de activiteit te kijken, en te denken vanuit het belang van andere betrokkenen. Wie u betreft hangt af van het doel dat u wilt bereiken, wanneer u de EffectenArena toepast en natuurlijk van het project of de activiteit zelf. U kunt de volgende partijen betrekken:

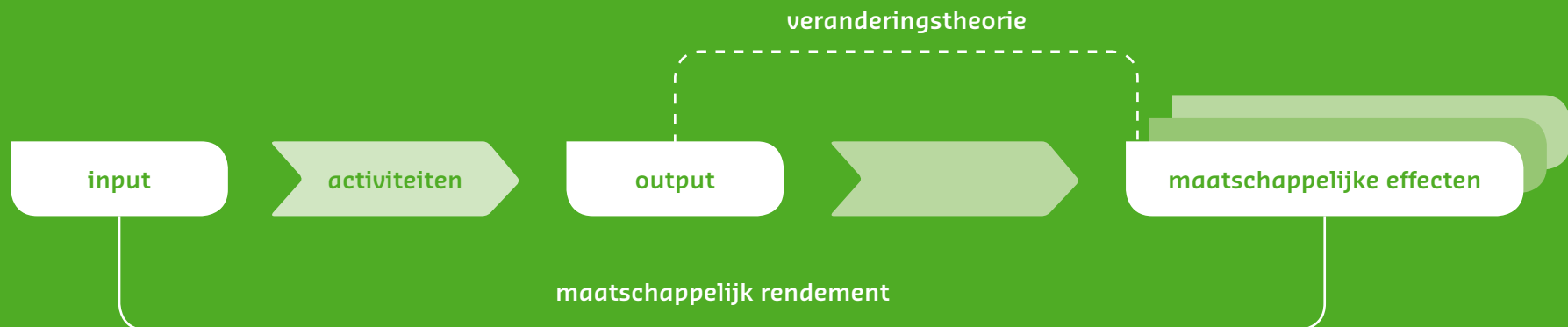
- * Uitvoerders van het project/de activiteit
- * Vertegenwoordigers van de doelgroep van uw organisatie of het specifieke project
- * Investeerders. Mensen of organisaties die tijd, geld, middelen, kennis of contacten inbrengen in het project of de activiteit
- * Samenwerkingspartners
- * Eventueel andere belanghebbenden

Wat is maatschappelijk rendement?

Maatschappelijk rendement is de toegevoegde waarde van een project/ activiteit voor de maatschappij. Het geeft antwoord op de vraag hoe de kosten van een project zich verhouden tot de maatschappelijke baten, waarbij de baten datgene is waar je het, als organisatie in het sociale domein, allemaal voor doet. Bijvoorbeeld: het verminderen van de eenzaamheid van ouderen. Anders gezegd is de definitie van maatschappelijk rendement, de verhouding tussen de benodigde investering in geld, mensen en/of middelen (input) enerzijds en het maatschappelijk effect dat wordt bereikt (effect of outcome) anderzijds. Deze relatie verloopt via de tastbare, telbare resultaten van de activiteiten (resultaat of output), bijvoorbeeld: individuele contactmomenten of de organisatie van spelletjes.

De veranderingstheorie in onderstaand schema is een belangrijke stap, het beschrijft de verwachtingen, de inschattingen van betrokkenen over hoe de output tot maatschappelijke effecten leidt. Het betreft de oorzaak-gevolg-redenering die ten grondslag ligt aan een investering, veelal verwoord in een 'als... dan...'-constructie. Zo zou in ons voorbeeld kunnen gelden: als we ouderen opzoeken en direct uitnodigen om gezamenlijk leuke dingen te ondernemen, dan zal het gevoel van eenzaamheid afnemen. Of: als we jongeren inzetten om ouderen op te zoeken verminderen we de angst van ouderen om de straat op te gaan. Het gaat hierbij niet om een wetenschappelijk getoetste theorie.

Definitie maatschappelijk rendement



Bron: SEV, praktijkboek maatschappelijk rendement

Hoe voert u de EffectenArena uit?

De EffectenArena bestaat uit vier stappen. Alle deelnemers vullen werkblad 2A individueel eerst in, daarna worden de resultaten met elkaar besproken en wordt gekeken naar waar de overeenkomsten en verschillen zitten. Dat moet uiteindelijk leiden tot een gezamenlijk document waar iedereen zich in kan vinden. Bij stap 2 en stap 4 moet u pijlen trekken tussen de verschillende kolommen, dat kan niet digitaal in dit document. U kunt het beste de stappen geheel doorlopen, het werkblad volledig invullen en het vervolgens uitprinten. Dan kunt u zelf de pijlen trekken om de verbanden te schetsen.

Stap 1: wat is het project of de activiteit?

- * Geef het project of de activiteit een titel
- * Ga naar de tweede kolom: **A. Interventie.**
- * Beschrijf het project of de activiteit: wat wordt er gedaan, welke handelingen worden verricht? Benoem zoveel mogelijk elementen en onderdelen van de activiteit, dat is van belang om straks goed de resultaten en effecten te kunnen benoemen.
- * Wat is het tastbare directe resultaat hiervan (output)? Vaak gaat het dan om zaken die geteld kunnen worden zoals uren, deelnemers, bijeenkomsten, enz.

Stap 2: wie investeert?

- * Ga naar de eerste kolom: **B. Investeerder**
- * Benoem de partijen die investeren in het werken met jongeren. Investeren kan door middel van geld, maar ook door tijd en kennis, of door faciliteiten of contacten te leveren.
- * Verbind de investeerders met (zo mogelijk specifieke onderdelen van) de activiteit, zodat duidelijk wordt waar zij precies aan bijdragen. Dat kunt u doen door een pijl van kolom 1 naar kolom 2 te trekken.

Stap 3: wat zijn de effecten?

- * Ga naar de derde kolom: **C. Effecten**
- * Benoem de effecten van de activiteit of het project. Bedenk daarbij dat een activiteit of project effecten kan hebben op individueel niveau, maar ook op een groep, wijk of buurt.
- * Maak nu door middel van pijlen zichtbaar welke onderdelen van de activiteit bijdragen aan welke effecten. Doe dit door pijlen te trekken tussen kolom 2 en kolom 3.
- * Wees kritisch! Stel uzelf de vraag of de effecten die u in kolom 3 benoemd hebt daadwerkelijk optreden (en zo ja, hoe weet u dat?) of zijn het vooral effecten waarvan u hoopt of verwacht dat ze optreden? Is er een logisch verband tussen de activiteit, het resultaat en de effecten?
- * Levert het werken met jongeren in plaats van volwassenen extra of andere effecten op?

Stap 4: wie 'incasseert'?

- * Ga naar de vierde kolom: **D. Incasseerder**
- * Benoem de partijen die incasseren, d.w.z. wie hebben er baat bij de activiteit? Naast de directe doelgroep van de activiteit, kunnen er veel andere betrokkenen zijn die er iets aan hebben. Zo kunnen jongeren een uitstapje naar het museum voor ouderen organiseren. De directe profijtgroepen zijn de ouderen zelf die een leuke dag hebben en de jongeren die er iets van leren, maar daarnaast kan bijvoorbeeld het woonzorgcentrum er iets aan hebben omdat hun reguliere medewerkers ontlast worden en draagt het uitje ook nog bij aan een positief beeld van de organisatie. Ook het museum heeft er baat bij omdat ze deze groep bezoekers binnen krijgt.
- * Welke partij profiteert het meest van bepaalde effecten? Maak dat zichtbaar door een pijl te trekken van kolom 3 naar de partij die deze incasseert in kolom 4.
- * Vergelijk de investeerders met de incasseerders. Wat valt op? De meeste investeerders willen ook iets terug zien voor hun investering. Als ze er zelf baat bij hebben (incasseren) is de kans groter dat ze zich duurzaam aan een project verbinden.
- * Als u de discussie over maatschappelijk rendement wilt aangaan moet u gaan kijken of de investeringen opwegen tegen de effecten voor de incasseerders. Dat is vooral een kwestie van aannames en gedeelde beoordelingen. Een exacte berekening kunt u met deze tool niet maken, daarvoor moet u de investeringen en effecten omzetten in harde bedragen.

Concrete acties!

In de groep is de discussie over de EffectenArena belangrijker dan het invullen ervan. Stel uiteindelijk wel altijd met elkaar vast wat in het project of de activiteit concreet verbeterd kan worden. De laatste tool 'Versterken van effecten' op **pagina 19** kan u hierbij helpen.

Werkblad 2A: EffectenArena jongerenparticipatie



Titel activiteit/project:

B. Investeerder

Welke partijen leveren
bijdrage?

A. Interventie

(Activiteiten en Resultaten)
Wat is de activiteit of het
project en wat levert het op
(direct resultaat)?

C. Effecten

Wat zijn de effecten op indivi-
dueel of groepsniveau?

D. Incasseerder

Wie wordt er beter van?

Voorbeeld EffectenArena jongerenparticipatie

Titel activiteit/project: Jongeren zetten zich in! Een maatschappelijk makelaar organiseert een evenement waarbij jongeren die zich op bijzondere wijze verdienstelijk hebben gemaakt voor het vrijwilligerswerk in het zonnetje worden gezet.

B. Investeerder

Welke partijen leveren bijdrage?

- Gemeente (betaalt makelaar)
- Bedrijf X (projectsubsidie)
- Welzijnsorganisatie (zaal ter beschikking)
- Jonge vrijwilligers (helpen mee in organisatie)
- Volwassen vrijwilligers
- Jury (wethouder, jonge MTV-presentator, vrijwilligerscoördinator Rode Kruis, een jongere)

A. Interventie

(Activiteiten en Resultaten)

Wat is de activiteit of het project en wat levert het op (direct resultaat)?

Activiteiten

- Alle organisaties worden aangeschreven en er staat een oproep in het lokale dagblad.
- Organisaties en individuen kunnen jongeren aanmelden.
- Jury stelt criteria op en beoordeelt.
- Feestelijke bijeenkomst met band en borrel.
- Presentatie van de inzet van jongeren en uitreiking van prijs.

Resultaten

- 3 jongeren hebben een prijs gekregen: activiteitenbudget + bezoek aan MTV studio
- Alle aangemelde jongeren hebben een blijk van waardering gekregen
- 25 organisaties hebben 34 jongeren aangemeld
- 80 bezoekers aan het evenement
- 3 interviews met de winnaars: lokaal dagblad, nieuwsbrief gemeente en nieuwsbrief VWC

C. Effecten

Wat zijn de effecten op
individueel of groepsniveau?

- Jongeren worden of blijven gemotiveerd om zich vrijwillig in te zetten
- Organisaties bewust van mogelijke inzet van jongeren
- Burgers zijn geïnformeerd over het feit dat zoveel jongeren vrijwillig hun steentje bijdragen aan de lokale samenleving
- Positieve beeldvorming over jongeren

D. Incasseerder

Wie wordt er beter van?

- Bedrijf X + MTV (kan maatschappelijke betrokkenheid tonen)
- De jongeren (voelen zich gewaardeerd)
- Gemeente (voert beleid uit)
- Juryleden (kunnen maatschappelijke bijdrage tonen)

Versterken van effecten

In dit onderdeel gaat u aan de slag met het verder uitwerken van de ideeën. U benoemt welke acties u gaat ondernemen om de (maatschappelijke) effecten van het werken met jongeren te vergroten.

Noteer in werkblad 3A de ideeën om de effecten van het werken met jongeren te vergroten (zie uw uitkomsten van werkblad 1A) en/of de ideeën voor acties die uit de effectenarena (zie uw uitkomsten van werkblad 2A) zijn voortgekomen. Formuleer vervolgens in de tweede kolom per actie de stappen die nodig zijn om de actie uit te voeren. Kijk daarbij naar de stappen die u vooraf, tijdens en na de actie moet zetten om de actie tot een succes te maken. Formuleer de acties SMART en noteer in de derde kolom wie binnen (of buiten) de organisatie verantwoordelijk is voor het uitvoeren van de acties.

Wat is SMART?

Een SMART doelstelling is richtinggevend: het geeft aan wat u wilt bereiken en stuurt het gedrag van degenen die aan de actie gaan werken. Bovendien wordt aangegeven welke resultaten wanneer moeten worden bereikt. Door een doelstelling SMART te formuleren is de kans groter dat er in de praktijk iets van terecht komt.

Door **SMART** te formuleren wordt uw doelstelling:

Specifiek

Meetbaar

Acceptabel

Realistisch

Tijdgebonden

Werkblad 3A: uitwerking concrete acties

Actie	Maak het SMART: benoem de stappen om de actie uit te voeren	Wie verantwoordelijk?
1.		
2.		
3.		

MOVISIE is hét landelijke kennisinstituut en adviesbureau voor toepasbare kennis, adviezen en oplossingen bij de aanpak van sociale vraagstukken op het terrein van welzijn, participatie, sociale zorg en sociale veiligheid. Onze activiteiten zijn georganiseerd in vijf actuele programma's: effectiviteit en vakmanschap, participatie en actief burgerschap, sociale zorg, huiselijk en seksueel geweld en gebiedsgericht werken. Onze ambitie is het realiseren van een krachtige samenleving waarin burgers zoveel mogelijk zelfredzaam kunnen zijn.



kennis en aanpak van
sociale vraagstukken

Maatschappelijke organisaties werken graag met jonge vrijwilligers. Mede door de verplichte maatschappelijke stage hebben veel organisaties de afgelopen jaren ervaren wat de meerwaarde is van het werken met jongeren. Enkele tools die organisaties in kunnen zetten om die meerwaarde in kaart te brengen en vergroten staan beschreven in dit werkboek. Dit werkboek helpt specifiek organisaties die al ervaring hebben in het werken met jongeren, maar dit bewust(er) willen doen en er meer rendement uit willen halen.

Postbus 19129 * 3501 DC Utrecht * T 030 789 20 00 * F 030 789 21 11 * www.movisie.nl * info@movisie.nl