



Ontwikkeling JIP IJsselstein

*Een onderzoek naar de wensen en behoeften van jongeren, jongvolwassenen en mogelijke ketenpartners
betreffende de ontwikkeling van een Jongeren Informatie Punt als 'jongerenaanvulling' op het CJG*

de JeugdZaak, 20 januari 2012

Martine Jansen

06-21582299

martinejansen@dejeugdzaak.nl

Stefanie Jansen

06-52686084

stefaniejansen@dejeugdzaak.nl

Inhoudsopgave

1. Conclusies en aanbevelingen	pagina 3
2. Inleiding	pagina 6
3. Marktanalyse	pagina 8
4. Behoeftenanalyse en cocreatie	pagina 16
5. Concept JIP IJsselstein	pagina 35
6. De kosten van een JIP	pagina 40
7. Bijlagen	pagina 42

1. Conclusies en aanbevelingen

In IJsselstein vervult het CJG de informatie- en adviesfunctie voor ouders en hun kinderen tot twaalf jaar (basisschoolleeftijd). Het CJG bereikt jongeren ouder dan twaalf jaar onvoldoende. Gemeente IJsselstein heeft de JeugdZaak gevraagd om een breed gedragen ontwerp te ontwikkelen voor een jongerenvervolg op het CJG (12-23 jaar), aangepast aan de lokale behoefte van de Gemeente IJsselstein. Specifiek is gevraagd om te onderzoeken of een Jongeren Informatie Punt (JIP) een goede manier is om te voorzien in de wettelijke verplichting voor het verstrekken van informatie en advies aan jongeren van 12 t/m 23 jaar. Momenteel wonen er ongeveer 6000 jongeren van deze leeftijd in IJsselstein.

Hiertoe is een desk research uitgevoerd, met in totaal 25 interne en externe deskundigen gesproken, met 31 IJsselsteinse jongeren (12-21 jaar) gesproken op vindplaatsen en met in totaal 29 jongeren (14-23 jaar) gebrainstormd over hoe een JIP eruit zou moeten zien in IJsselstein.

Conclusies

Uit deze gesprekken, bijeenkomsten en enquête blijkt dat een JIP voor jongeren en stakeholders in IJsselstein een behoefte zou invullen die nu niet wordt ingevuld. Het idee van een JIP in IJsselstein wordt dan ook breed omarmd.

Stakeholders zijn positief over het JIP omdat het invulling geeft aan het preventieve aanbod dat zij op dit moment voor jongeren en jongvolwassenen missen in IJsselstein. De positieve insteek – niet alleen voor probleemjongeren, maar juist ook voor diegenen die wat willen maken van hun leven – spreekt aan. Stakeholders zien bovendien kansen voor het JIP als netwerkorganisatie, die kan helpen het bestaande aanbod voor de jeugd beter op elkaar af te stemmen en ook een signalerende rol kan vervullen om lokaal actuele jongerenthema's op de politieke agenda te zetten.

Jongeren en jongvolwassenen zijn positief over het JIP omdat zij denken dat het hun leven gemakkelijker zal maken. Op dit moment stellen jongeren de vragen waar zij mee lopen vaak aan niemand – bang als ze zijn dat erover wordt gepraat – of eventueel aan ouders of vrienden, die lang niet altijd het antwoord weten. Pas als de nood echt hoog is gaan ze elders (online, bij bekenden in hun omgeving) op zoek naar informatie en komen er dan achter dat ze eigenlijk niet goed weten hoe te zoeken. Het lijkt jongeren gemakkelijk dat bij het JIP in principe op elke vraag een antwoord gevonden kan worden. Uiteraard moet het JIP dit in de praktijk nog wel bewijzen.

Aanbevelingen

Gezien het feit dat een JIP in IJsselstein inspeelt op een manifeste behoefte van stakeholders en jongeren adviseren wij om verder te gaan met de ontwikkeling van een JIP.

Om te bepalen in welke vorm een JIP in IJsselstein ontwikkeld kan worden bevelen wij aan om een haalbaarheidsanalyse uit te voeren, waarin het verderop beschreven ideale JIP onderzocht wordt op juridische, organisatorische, financiële en praktische haalbaarheid.

Wanneer de gemeente besluit om een JIP te realiseren moet rekening gehouden worden met de volgende randvoorwaarden voor succes:

- Het JIP is niet probleemgericht, maar vraaggericht.
- Het JIP komt niet naast of in plaats van bestaande initiatieven, maar krijgt een brugfunctie tussen jongeren en dat wat er al voor hen georganiseerd is in IJsselstein.
- Het JIP wordt gepositioneerd als een laagdrempelige informatiewinkel waar jongeren hun vragen kunnen stellen en waar professionals informatie kunnen krijgen en brengen over jongeren.
- De gemeente moet een stevige regierol nemen om het JIP in één keer goed neer te zetten en vervolgens continuïteit te garanderen.
- De gemeente voert het JIP niet zelf uit, maar belegt dit bij een ervaren uitvoeringspartij met feeling voor de doelgroep.
 - o Deze partij moet in staat zijn in een netwerk te opereren en alle instanties die iets met jongeren te maken hebben in IJsselstein, aan zich te binden.
 - o Ook moet het een partij zijn die samen met jongeren invulling kan en wil geven aan het JIP, zodat het JIP echt voor en door jongeren wordt.
 - o Tenslotte adviseren stakeholders de gemeente om te onderzoeken of het JIP in breder (Lekstroom) verband kan worden opgepakt om schaalvoordelen te realiseren.
- Om van JIP een automatische eerste stop in een zoektocht naar informatie of advies te maken zijn bekendheid en laagdrempeligheid van essentieel belang.
 - o Om bekendheid te genereren moet het JIP op een centrale locatie worden gevestigd en een effectieve marketingstrategie ontwikkelen, waarbij jongeren op hun vindplaatsen geconfronteerd worden met pakkende communicatie over het JIP.
 - o Wat betreft laagdrempeligheid zijn persoonlijk, ongedwongen en privacy kernwoorden.
 - o IJsselsteinse jongeren vinden het belangrijk dat zij zich thuis kunnen voelen bij het JIP, dat zij er vanop aan kunnen dat hun privacy bij het JIP gewaarborgd is en dat zij van het JIP niets hoeven of moeten, maar de middelen in handen krijgen om zelf actie te ondernemen.
 - o “JIP voor jou” is een door jongeren zelf bedachte slogan die hierbij past.
- Het JIP is crossmediaal bereikbaar.
 - o Voor wie anoniem wil blijven moet het JIP een informatieve website bieden met email- en chatfunctie en eventueel ook telefonisch, per SMS, PING of What's App bereikbaar zijn.
 - o In tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt, zijn jongeren helemaal niet zo handig met online zoeken en hechten zij ook grote waarde aan persoonlijk contact.

- Het is dan ook belangrijk dat het JIP een bezoeklocatie heeft waar goed opgeleide, vertrouwenwekkende medewerkers staan, die qua belevingswereld vlakbij de doelgroep zitten (tussen de twintig en dertig jaar oud).
- Deze locatie hoeft niet per se iedere dag open te zijn, als maar duidelijk gecommuniceerd wordt wanneer er iemand aanwezig is.
- De naam JIP kan gehanteerd worden mits helder is dat deze staat voor Jongeren Informatie Punt.
 - Hoewel de naam in eerste instantie bij zowel jongeren als stakeholders associaties oproept met Jip en Janneke en dus met kleine kinderen, vindt men wel dat Jongeren Informatie Punt precies de lading dekt van wat het JIP moet zijn. Een voordeel van de naam vindt men ook de landelijke bekendheid.

Hieronder volgt een korte concepttekst die samen met jongeren is ontwikkeld en waarin de belangrijkste ingrediënten van het aanbevolen JIP in IJsselstein staan beschreven.

Het aanbevolen JIP IJsselstein volgens jongeren en stakeholders

Bij JIP (Jongeren Informatie Punt) kunnen alle jongeren in IJsselstein gratis en zonder afspraak informatie en advies krijgen over alle onderwerpen die belangrijk zijn in hun leven. De uitgangspunten van JIP zijn: respect, vertrouwen, persoonlijke aanpak, positief en privacy gewaarborgd.

JIP heeft een goed bereikbare hoofdlocatie (drie dagen per week geopend van 16:00 tot 18:00 uur vrijdagavond van 18:00 tot 20:00 uur). Op de hoofdlocatie rouleren verschillende soorten speciaal opgeleide JIP-medewerkers – mannen, vrouwen, verschillende etniciteiten – tussen de 20 en 30 jaar oud. Zij bezoeken op gezette tijden ook scholen en jongerencentra om te vertellen over JIP en voorlichting te geven over specifieke thema's. Daarnaast zijn zij beschikbaar voor het maken van een afspraak op een tijd en plaats buiten de openingstijden en vestiging van het JIP.

Verder is JIP elke werkdag van 8:00 tot 10:00 en van 16:00 tot 20:00 uur telefonisch of per SMS / PING / What'sApp bereikbaar en staan er JIP folderrekken op scholen, jongerencentra en sportverenigingen. Op de overzichtelijke website van JIP kun je praktische informatie over IJsselstein vinden en anoniem informatie en advies krijgen per email en/of chat. Verder biedt JIP via Facebook, Twitter en de website van JIP een jongeren-in-IJsselstein-agenda die een overzicht geeft van leuke en/of interessante dingen.

Achter de schermen zijn aan JIP alle organisaties verbonden die met jongeren te maken hebben. Hierdoor kunnen praktische vragen over bijvoorbeeld geld, werken, school, wonen, sporten en gezondheid via JIP direct beantwoord worden.

Over specifieke onderwerpen zijn er thematische spreekuren bij JIP en/of kunnen JIP-medewerkers een afspraak met een deskundige regelen. Waar nodig zal de JIP-medewerker persoonlijk meegaan naar zo'n afspraak. Kortom, JIP geeft jongeren informatie en advies over alle dingen die in hun leven belangrijk zijn. Iedereen wordt bij JIP altijd serieus genomen en zo snel mogelijk verder geholpen.

2. Inleiding

In dit hoofdstuk bespreken we achtereenvolgens de achtergrond, de doelstelling en de aanpak van deze marktanalyse.

2.1 Achtergrond

Net als veel andere gemeenten heeft de gemeente IJsselstein inmiddels een goed lopend CJG dat mede vanuit de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo) de informatie- en adviesfunctie vervult voor ouders en hun kinderen tot 12 jaar (basisschoolleeftijd).

Voor jongeren van 12-23 jaar is het verstrekken van informatie en advies in de gemeente IJsselstein nog niet adequaat geregeld. Vanuit de Wmo moet aan een aantal functies vanuit het preventieve jeugdbeleid wettelijk invulling worden gegeven, te weten:

- informatie en advies;
- signalering;
- verwijzen naar het lokale en regionale hulpaanbod;
- licht pedagogische hulp;
- coördinatie van zorg.

In diverse gemeenten en stadsdelen (bijv. Haarlemmermeer, Den Haag en Amsterdam-Noord) blijkt een JIP-formule te voorzien in een actieve behoefte van zowel jongeren als ketenpartners en wordt het gepositioneerd als een logisch vervolg op het CJG / OKC.

Gemeente IJsselstein wil onderzoeken of een JIP-achtig concept ook in IJsselstein een goede manier is om te voorzien in de wettelijke verplichting voor het verstrekken van informatie en advies aan jongeren van 12 t/m 23 jaar. Zo ja, dan wil men ook weten hoe een JIP (of iets dergelijks) in Gemeente IJsselstein idealiter moet worden ingevuld. Zo nee, dan wil men weten hoe de informatie- en adviesfunctie dan wèl moet worden ingevuld voor jongeren en jongvolwassenen van 12 t/m 23 jaar.

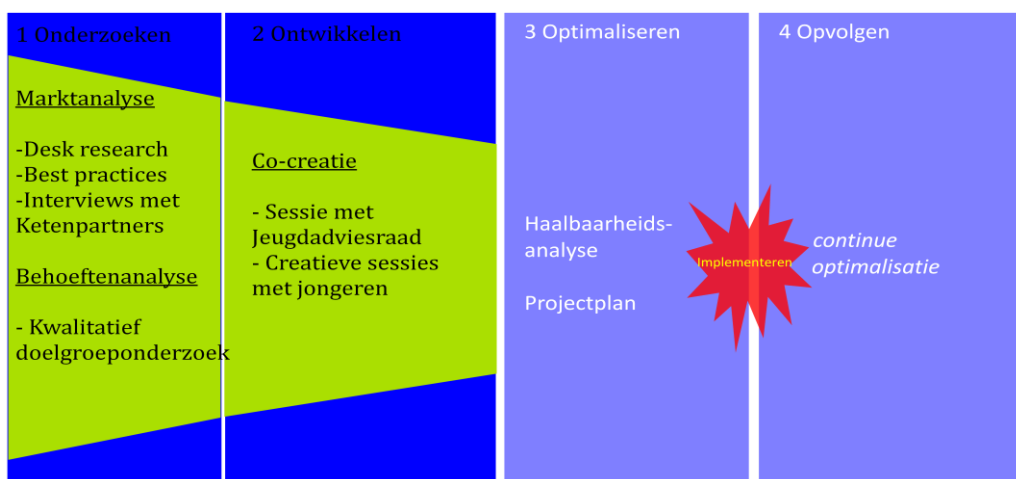
2.2 Doelstelling

De hoofddoelstelling van dit project is als volgt geformuleerd: het ontwikkelen van een breed gedragen ontwerp voor een jongerenvervolg op het CJG (12-23 jaar), aangepast aan de lokale behoefte van de Gemeente IJsselstein.

Gewenste output van dit project is een conceptueel “jongeren-CJG IJsselstein” dat relevant en aantrekkelijk is voor de beoogde doelgroep 12-23 jarigen die wonen in IJsselstein en dat breed gedragen wordt door alle organisaties die iets met deze doelgroep te maken hebben.

2.3 Aanpak

We hebben het project opgesplitst in twee fasen: onderzoeken en ontwikkelen. Wanneer Gemeente IJsselstein besluit om door te gaan met de ontwikkeling van een JIP, dan volgen hierna nog twee fasen, namelijk een fase van optimaliseren en implementeren en een fase van toetsen en volgen. Hieronder is deze aanpak gevisualiseerd.



Fase 1: onderzoeken

- **Stap 1a:** marktanalyse. Deze stap bestond uit literatuuronderzoek en gesprekken en sessies met mogelijke ketenpartners. Het doel van deze stap was om een overzicht te krijgen van wat er op dit moment wel en niet is georganiseerd voor jongeren in de gemeente als het gaat om informatie en advies en aanpalende zaken. Ook brachten we in deze fase in kaart welke ideeën er in het veld leven over het invullen van de informatie- en adviesfunctie voor jongeren. In de bijlage staat een overzicht van stakeholders die in deze fase betrokken zijn.
- **Stap 1b:** behoeftenanalyse. Deze stap bestond uit kwalitatief onderzoek onder ruim 60 jongeren en jongvolwassenen van 12 t/m 23 jaar door middel van individuele en mini-groepsgesprekken op vindplaatsen. In aanvulling op deze gesprekken is een schriftelijke enquête uitgezet op het Cals College. De resultaten daarvan zijn slechts zeer summier betrokken in deze rapportage. Doel van deze stap was om in kaart te brengen hoe zij op dit moment informatie en advies zoeken en waar op dit gebied behoefte aan bestaat. In de bijlage staat een overzicht van de vindplaatsen die in deze fase bezocht zijn en een analyse van de gesprekken en enquêtes.

Fase 2: ontwikkelen

- **Stap 2:** co-creatie. In deze stap gaven we samen met in totaal ruim 30 jongeren tussen de 14 en 23 jaar vorm en inhoud aan een concept voor een jongerenvervolg op het CJG in IJsselstein, uitgewerkt in woord en beeld. In de bijlage is achtergrondinformatie over de deelnemende jongeren opgenomen.

3. Marktanalyse

Met in totaal twaalf stakeholders is een individueel gesprek gevoerd over een mogelijk JIP in IJsselstein. Daarnaast is een werkgroepje opgericht waarin de beleidsadviseur Jeugd, de CJG-manager, en CJG-procesregisseur en een jongerenwerkster van Pulse zitten. Ook heeft een informatiebijeenkomst met ketenpartners plaatsgevonden waarin ideeën over een mogelijk JIP zijn uitgewisseld. In de bijlage zijn de gesprekspuntenlijst en een overzicht van de betrokken personen en organisaties opgenomen.

In dit hoofdstuk zetten we kort op een rij wat er al is aan preventief jeugdbeleid in de gemeente IJsselstein en geven we een terugkoppeling van de gesprekken en sessies met stakeholders, waarbij we de volgende conclusies bespreken:

- Ketenpartners zijn positief over de komst van een JIP
- Het primaire doel van JIP is het voorkomen dat vragen zicht ontwikkelen tot problemen
- JIP IJsselstein moet zowel een fysiek als een digitaal punt zijn
- Het JIP moet anonimiteit en privacy kunnen waarborgen
- Het JIP moet geen nieuwe hulpverleningsinstantie worden
- Het JIP moet outreachend werken
- Het JIP moet onder regie van de gemeente vallen
- Het JIP moet een netwerk van betrokken partners om zich heen bouwen
- Het JIP moet lokale jongerenvraagstukken signaleren en inventariseren
- Het JIP moet in één keer goed worden neergezet

Huidig aanbod preventief jeugdbeleid

In IJsselstein zijn diverse organisaties actief op het gebied van preventief en interveniërend aanbod voor de jeugd. Deze organisaties komen periodiek bij elkaar in de regiegroep jeugd.

Met elkaar bereiken al deze organisaties een groot deel van de IJsselsteinse jeugd. Maar er is nog geen instantie waar ALLE jongeren terecht kunnen voor concrete antwoorden en praktische adviezen op alle aspecten van hun leven. Het JIP is dan ook uniek in enerzijds haar brede bereik en anderzijds de combinatie van laagdrempeligheid en functionaliteit. Daarnaast kan het JIP een positieve bijdrage leveren aan het verbinden van alle spelers op het gebied van de jeugd. Door de expertise van alle spelers in het veld te bundelen zal het JIP zich zowel voor jongeren als voor stakeholders ontwikkelen tot een vraagbaak en een expertisecentrum.

Hieronder zetten we voor elk van de partners van de regiegroep jeugd het doel, de doelgroep, het bereik en de kernactiviteiten op een rij.

Partner	Doel	Doelgroep	Bereik	Kernactiviteiten
CJG (Vitrass en GGD MN)	Bevorderen van de algemene gezondheid, een optimale opvoeding en een brede ontwikkeling van alle jeugdigen in de gemeente	Ouders en kinderen -9 maanden tot 23 jaar	De JGZ ziet vrijwel alle kinderen van 0-4 jaar en een groot deel van de kinderen en jeugdigen van 5-19 jaar	Opvoed- en opgroei-ondersteuning Basistakenpakket JGZ Schoolmaatschappelijk werk
Zorg- en Adviesteam (ZAT) van school	Vroegtijdige signalering en coördinatie van geïntegreerde aanpak school, kind en gezin	Kinderen en jongeren die extra aandacht nodig hebben	Een deel van de jeugdigen	Signaleren en doorverwijzen Handelingsadviezen voor de school, hulpverlening voor kind en gezin Afstemming tussen trajecten op school en thuis
Leerplicht	Jongeren behoeden voor vroegtijdig schoolverlaten en het stimuleren van het behalen van een startkwalificatie	Kinderen en jongeren die veel verzuimen	Een deel van de jeugdigen tussen 5 en 16 jaar	Signaleren en doorverwijzen
Stichting Pulse (jongerenwerk)	Ondersteunen van jongeren in hun groeiproces naar volwassenheid zodat hun positie direct of op termijn verbetert	Jongeren 12 – 23	Een deel van de jongeren tussen 12 en 23 jaar	Begeleiding en activering van jongeren in hun vrije tijd (zowel ambulante als vanuit de drie jeugdhonken in IJsselstein)
BOS-project (samenwerking tussen onderwijs en sportorganisaties)	bevorderen gezonde en actieve leefstijl en terugdringen onderwijs- en opvoedachterstanden	Achterstandsjongeren tussen 4 en 19 jaar	Een deel van de achterstandsjongeren tussen 4 en 19 jaar	Laagdrempelige 'sportarrangementen'
Sportverenigingen	Stimuleren gezonde leefstijl d.m.v. sportieve activiteiten	Alle inwoners van IJsselstein, waaronder kinderen en jongeren	Een deel van de kinderen en jongeren	Divers sportaanbod al dan niet in teamverband
Straatcoaches & politie	Voorkomen, beperken en terugdringen van overlast en riskant crimineel gedrag van jongeren	Hangjongeren	Een gering deel van de jongeren tussen 12 en 23 jaar	Jongeren op straat aanspreken op ongewenst gedrag Sanctioneren
Jongerenloket Sociale Zaken	Terugdringen jeugdwerkloosheid en voortijdig schoolverlaten	Jongvolwassenen 16 tot 27 jaar	Een gering deel van de jongvolwassenen tussen 16 en 27 jaar	Begeleiding naar werk of leerplek Informatie over het aanvragen van een tijdelijke uikering

Openbare bibliotheek	Leesplezier bevorderen Meerwaarde toevoegen aan kennis en informatie	Alle inwoners van de gemeente, waaronder kinderen en jongeren	Een deel van de kinderen en jongeren	Toegang tot verschillende soorten fysieke en digitale informatie- en cultuurdragers en de inhoud die ze bevatten
----------------------	---	---	--------------------------------------	--

Positionering JIP in preventief en interveniërend aanbod voor de jeugd in IJsselstein



Ketenpartners zijn positief over de komst van een JIP

Ketenpartners geven unaniem blijk van een behoefte aan een verzamelpunt waar professionals en jongeren terecht kunnen met al hun vragen. Ketenpartners missen in IJsselstein een sterke netwerkpartner die alle lokale en regionale partijen kent en bij elkaar kan brengen waar nodig. Men ziet deze rol weggelegd voor een JIP, waarbij de JIP-manager een spin in het web moet zijn die alle relevante netwerkpartners kan laten samenwerken. Eventueel zou het netwerkoverleg 12+ nieuw leven kunnen worden ingeblazen en vanuit het JIP kunnen plaatsvinden.

Ook voelt men er veel voor om het JIP regionaal in Lekstroomverband op te pakken. Hierdoor vindt schaalvergroting plaats waardoor het JIP efficiënter kan worden uitgevoerd en ook jongeren uit de regio gebruik kunnen maken van de faciliteiten van het JIP.

- 💬 *“Er is heel veel voor jongeren, maar het komt nergens samen. Dat is echt een lacune in IJsselstein.”*
- 💬 *“Ik mis het netwerkoverleg 12+. Dat wordt nu vanuit het CJG gedaan, maar gaat niet door als er geen cases worden ingebracht en dat is vaak het geval. Het lijkt mij goed als dat overleg vanuit JIP weer opgezet wordt, want ik heb het idee dat er genoeg te bespreken is.”*
- 💬 *“Waarom pakken we dit niet regionaal op? IJsselstein is misschien te klein om een heel JIP zelfstandig in te vullen. Als andere gemeenten meedoen dan kunnen we meer bieden.”*

Ook de breedte van het JIP spreekt de ketenpartners aan. Juist de positieve insteek maakt het JIP aantrekkelijk. Men richt zich op alle jongeren in de gemeente en niet alleen op de jongeren waar het minder goed mee gaat. Ook vragen over sollicitaties, stages en baantjes worden beantwoord. Het JIP is er ook voor jongeren die bijvoorbeeld iets willen organiseren in de gemeente. Ook het aanhaken bij opleidingen door het bieden van (maatschappelijke) stages en geven van voorlichtingen wordt als zeer positief ervaren. Door het JIP aantrekkelijk te maken voor alle jongeren in IJsselstein heeft het een veel grotere kans van slagen.

Het primaire doel van JIP is het voorkomen dat vragen zicht ontwikkelen tot problemen

Ketenpartners geven aan dat ze een preventief aanbod voor jongeren in de gemeente missen. Ze zijn van mening dat een JIP een goede manier is om een aanbod te bieden aan de preventieve kant van het jeugdbeleid. Dan moet wel duidelijk zijn wat het JIP wel en niet biedt. Zowel voor jongeren als voor stakeholders. Het JIP zou dan net als het CJG moeten functioneren en kan dan ook gezien worden als een “jongeren CJG”.

- 💬 *“Het zou heel mooi zijn als we op het preventieve vlak voor jongeren net zo’n mooi aanbod kunnen creëren als het CJG heeft voor kinderen en ouders.”*
- 💬 *“Ik ben er van overtuigd dat we met een goed preventief aanbod veel problemen bij jongeren kunnen voorkomen. Denk bijvoorbeeld aan schulden, zwangerschappen en drugsgebruik.”*

JIP IJsselstein moet zowel een fysiek als een digitaal punt zijn

Ketenpartners zijn van mening dat het JIP niet alleen een online omgeving moet bieden, maar ook een fysieke locatie op een centrale plek in IJsselstein, bijvoorbeeld in het Stadsje (het oude VVV-gebouw) of op het Podium (in de bibliotheek).

Men gelooft dat jongeren belang hechten aan zowel online service als persoonlijk contact. Een bezoekslocatie in het centrum is goed bereikbaar voor alle jongeren uit IJsselstein en zorgt ervoor dat de nadruk niet op een bepaalde wijk komt te liggen. Het JIP moet niet in het CJG, op een school of in een jongerencentrum komen. Jongeren identificeren zich niet met het CJG en zullen er niet snel naar binnen stappen. Een JIP op het Cals College sluit jongeren die niet op die school zitten bij voorbaat uit. Hetzelfde geldt voor een jongerencentrum. Het JIP zou wel voorlichtingen op deze plekken moeten geven.

Men denkt dat het JIP niet dagelijks geopend hoeft te zijn: minimaal drie middagen geopend en één of twee avonden, in ieder geval op vrijdagavond i.v.m. markt en koopavond. De openingstijden moeten buiten schooltijden zijn en niet in het weekend. Hiernaast moet het JIP ook digitaal actief zijn met een eigen website en de mogelijkheid om via de mail, chat, sms, Ping of What'sApp vragen te stellen. Men vindt het bovendien een goed idee om lokaal jongerennieuws op Twitter en Facebook te zetten.

- ☞ *“Jongeren zijn heel druk bezig met social media, dus moet JIP dat ook zijn.”*
- ☞ *“De website moet wel samen met jongeren worden gemaakt, zodat die ook echt aanspreekt. Het digitale Wmo-loket was geen succes. Daar kunnen we van leren.”*
- ☞ *“Als er via e-mail vragen gesteld worden, moeten die wel snel beantwoord worden. Anders nemen de jongeren die functie niet serieus.”*

Het JIP moet anonimiteit en privacy kunnen waarborgen

Ketenpartners geven aan dat IJsselsteinse jongeren niet snel hun vertrouwen geven aan volwassenen die ze niet kennen. Daarom moeten de medewerkers van JIP bekende gezichten zijn, of in ieder geval mensen die snel het vertrouwen van de jongeren kunnen winnen. JIP moet hun privacy kunnen waarborgen. Men verwacht dat als dit goed wordt vormgegeven, jongeren zeker baat kunnen hebben bij JIP als een “vertrouwensinstelling”. Maar men moet wel transparant zijn tot hoever de privacy gaat.

- ☞ *“Als een jongere aan een JIP-medewerker vertelt dat hij een brommer heeft gestolen, moet er goed gekeken worden tot hoever de privacy gaat natuurlijk. zijn heel druk bezig met social media, dus moet JIP dat ook zijn.”*
- ☞ *“Jongeren willen graag praten met iemand die ze vertrouwen. Het JIP moet daarom een prettige plek voor ze zijn met een vertrouwd gezicht erin.”*

Het JIP moet geen nieuwe hulpverleningsinstantie worden

Ketenpartners benadrukken dat het JIP geen nieuwe hulpverleningsinstantie moet worden; daarvan zijn er op zich genoeg in IJsselstein. Het JIP moet informatie en advies bieden op alle leefgebieden van jongeren, waarbij het zich niet op problemen moet richten, maar op vragen van jongeren. Wordt een probleem gesignaleerd, dan moet het JIP wel in staat zijn de jongere goed door te verwijzen. Ook moet opvolging plaatsvinden. Met andere woorden: het JIP laat een jongere pas los als die op de goede plek is aangekomen met zijn vraag of probleem. Het bieden van themaspreekuren op reguliere tijdstippen zouden ketenpartners een goed initiatief vinden, waaraan zij ook hun medewerking willen verlenen binnen de bestaande uren.

- ☞ *“Laat zo’n JIP het huidige aanbod samenbrengen als frontoffice, maar ga geen nieuwe hulpverlening bieden.”*
- ☞ *“Het zou goed zijn als er een helder activiteitenoverzicht komt met alle leuke dingen voor jongeren in IJsselstein dat ook nog eens goed gecommuniceerd wordt met jongeren. Er wordt veel voor die doelgroep georganiseerd, maar er komen vaak maar weinig jongeren op af. Dat is zo jammer!”*

Het JIP moet outreachend werken

Ketenpartners willen dat het JIP outreachend gaat werken. Het JIP kan themavorlichtingen gaan geven op scholen en in jongerencentra, bijvoorbeeld over geldzaken en seksualiteit. Ook kan het JIP thema-ouderavonden verzorgen op scholen. En het JIP moet een jongere niet loslaten voordat die de juiste informatie heeft gekregen en goed is geholpen. De mensen die in het JIP werken moeten weten hoe jongeren denken en doen. Het zou goed zijn als ook jongeren zelf in het JIP kunnen werken of er stage kunnen lopen.

- ☞ *“Jongeren willen serieus genomen worden en willen graag snel antwoord op een vraag. Je moet dus heel duidelijk zijn in wat het JIP kan bieden, anders raak je ze snel kwijt.”*
- ☞ *“Je moet in het JIP jonge, vlotte mensen neerzetten. Het liefst staat er iemand die de jongeren kennen. Het duurt een tijd voordat een IJsselsteinse jongere iemand vertrouwt. Het JIP moet dus de tijd krijgen zich te bewijzen.”*

Het JIP moet onder regie van de gemeente vallen

De manier waarop JIP's in het land worden georganiseerd en aangestuurd verschilt nogal. Soms worden ze direct door een gemeente uitgevoerd, soms door een instelling binnen de gemeente (jongerenwerk of Maatschappelijke dienstverlening). De meeste kernpartners in IJsselstein zijn van mening dat het JIP onder regie van de gemeente moet vallen en goed moet aansluiten op het CJG. De JIP-manager is dan ook de directe partner van de CJG-manager.

Regie door de gemeente betekent echter niet dat de JIP-medewerkers in dienst moeten zijn van de gemeente. De meeste ketenpartners denken dat een lokale instelling het JIP het beste kan uitvoeren (CJG, GGD, jongerenwerk e.d.). Bovendien is de gemeente aan het reorganiseren en stoot het uitvoerende taken momenteel af. De gemeente heeft de mogelijkheid om participatie van instellingen vast te leggen in subsidiebeschikkingen en met een convenant.

- 💬 *“De gemeente heeft de regie, maar hoeft het JIP niet uit te voeren.”*
- 💬 *“Er zijn diverse organisaties binnen de gemeente die een JIP zouden kunnen uitvoeren. De gemeente is geen uitvoeringsorganisatie.”*

Het JIP moet een netwerk van betrokken partners om zich heen bouwen

Volgens de betrokken ketenpartners moeten bij het JIP in ieder geval het CJG, jongerenwerk, schuldhulpverlening, Jongerenloket, bibliotheek, politie, straatcoaches en scholen betrokken worden. De in dit onderzoek betrokken partners willen graag op het JIP spreekuren houden of voorlichting geven op hun vakgebied. Ze hebben behoefte aan meer contact met elkaar en zien het JIP als een goede mogelijkheid hiertoe. Ze zien het JIP als een netwerkorganisatie waar ze hun voordeel mee kunnen doen. Op die manier wordt het JIP een soort expertisecentrum voor professionals die met jongeren werken. Naast de vaste partners uit de gemeente moeten ook regionale instellingen zoals Bureau Jeugdzorg en Maliebaan aangesloten zijn bij JIP.

- 💬 *“We moeten het met z’n allen waarmaken. Het lijkt heel leuk en ook heel goed mogelijk om een deel van mijn werkzaamheden op het JIP uit te voeren!”*
- 💬 *“Het is goed als wij elkaar via zo’n JIP vaker kunnen spreken en informatie kunnen uitwisselen over waar we mee bezig zijn.”*

Het JIP moet lokale jongerenvraagstukken signaleren en inventariseren

Het JIP moet een goed registratiesysteem hebben. De vragen die leven onder jongeren in de gemeente moeten goed geregistreerd worden om deze vervolgens te kunnen vertalen in nuttige en bruikbare beleidsinformatie. Het JIP heeft daarmee ook een belangrijke signaleringsfunctie. Het JIP kan in kaart brengen met welke en vragen en problemen jongeren rondlopen. Dit is belangrijke informatie voor de gemeente en voor alle partners die zich bezig houden met jongeren. Nieuw te ontwikkelen aanbod kan gegenereerd worden vanuit het JIP.

- 💬 *“Dit is prachtig, ik zie het helemaal zitten. We bieden jongeren waar ze behoefte aan hebben en onszelf een schat aan informatie waarmee we de jongeren weer beter mee kunnen bedienen.”*

Het JIP moet in één keer goed worden neergezet

Om het JIP goed te laten werken, moet alles goed georganiseerd zijn. Als de basis niet goed is, is het zonde om er aan te beginnen. Er moet dus een goed projectplan komen. Er moet gecommuniceerd worden wat het JIP wel en niet biedt. Er moet inzichtelijk worden gemaakt wat de rol van jongeren is in en om het JIP. En het moet duidelijk zijn wie de regie heeft en wie verantwoordelijk is voor de uitvoering. Afspraken van ketenpartners moeten worden vastgelegd in een convenant om de medewerking te garanderen. De ketenpartners hopen dat het JIP kan waarmaken wat het beoogt en dat het niet ten onder gaat aan goede bedoelingen of een tekort aan middelen.

- ☞ *“Het moet wel in één keer staan. Het moet helemaal kloppen. Anders is het zonde van de tijd en het geld.”*
- ☞ *“Er moet een spetterende opening komen. Er kan een standje op de markt komen. Er moet goede bekendheid aan het JIP gegevens worden anders sterft het een vroegtijdige dood.”*

4. Behoeftenanalyse en Cocreatie

In de 2^e en 3^e week van december 2011 is met N = 32 IJsselsteinse jongeren en jongvolwassenen tussen de 12 en 21 jaar gesproken op vindplaatsen zoals het Cals College, diverse jongerencentra, café's in "het stadje", op straat en in het openbaar vervoer. Aanvullend is een enquête uitgezet op het Cals College, die door N = 40 jongeren is ingevuld. Dit exploratieve onderzoek was erop gericht inzicht te krijgen in het huidige gedrag van IJsselsteinse jongeren wanneer zij met vragen zitten over diverse thema's in hun leven en aan hun wensen en behoeften op dit gebied.

Op 15 december 2011 is op het Stadhuis gesproken met N = 6 leden van de Jeugdraad van IJsselstein. Daarop volgend zijn twee groepssessies met in totaal N = 28 jongeren gehouden op 22 december, ook op het Stadhuis. Het ging hier om cocreatiesessies, waarin jongeren en jongvolwassenen werden uitgedaagd om invulling te geven aan een concept voor een Jongeren Informatie Punt in IJsselstein. In de bijlage is meer informatie te vinden over de respondenten.

In dit hoofdstuk geven wij een terugkoppeling van de resultaten van het exploratieve onderzoek (behoeftenanalyse) en de cocreatie met jongeren en jongvolwassenen, waarbij wij de volgende conclusies bespreken:

- Jongeren uit IJsselstein identificeren zich met hun stadje en willen zich ervoor inzetten
- Jongvolwassenen maken zich zorgen over de toekomst van IJsselstein
- Belangrijke thema's voor jongeren: geluk, school, gezondheid, sfeer in huis, veiligheid
- Bij vragen wenden jongeren zich tot hun ouders, elkaar, vertrouwde personen en Google
- Jongeren geloven dat zij niet op de hoogte zijn van alle kansen en mogelijkheden in IJsselstein
- Relevante informatie voor jongeren en jongvolwassenen is beknopt, praktisch en op maat
- Jongeren zijn kritisch over websites: het moet rustig en visueel van aard zijn
- Boekjes en brochures spreken weinig jongeren aan; visuele flyers en posters zijn beter
- De eerste associatie bij JIP is Janneke, maar als afkorting spreekt het toch wel aan
- Door zich te richten op vragen en informatie kan het JIP wegblijven van probleemassociaties
- JIP moet een hoofdlocatie hebben in het centrum van IJsselstein
- De uitgangspunten respect, vertrouwen en persoonlijke aanpak zijn van belang
- Aan JIP moeten verschillende soorten medewerkers verbonden zijn
- JIP moet flexibel bereikbaar zijn: bezoeklocatie, online, telefonisch en per PING/What's App
- De uitstraling van JIP fysiek en in communicatie moet verzorgd en ongedwongen zijn
- JIP moet zoveel mogelijk communicatiekanalen gebruiken om bekend te worden
- JIP moet nauw samenwerken met partijen die jongeren nu al bereiken
- Een Jongeren-in-IJsselstein-agenda kan een goede insteek zijn voor social media rondom JIP
- "JIP voor jou" wordt door jongeren en jongvolwassenen spontaan bedacht als slogan

Jongeren uit IJsselstein identificeren zich met hun stadje en willen zich ervoor inzetten

Zowel jongeren (18-) als jongvolwassenen (18+) uit IJsselstein geven aan dat zij houden van IJsselstein en trots zijn dat zij uit IJsselstein komen. In hun beleving is IJsselstein heel anders dan het nabij gelegen Nieuwegein ("veel gezelliger") en Utrecht ("veel rustiger"). De jongeren in dit onderzoek wonen er over het algemeen graag en zijn meestal van plan er te blijven wonen. Ze waarderen de combinatie van een oud centrum met uitgaansgelegenheden en groene, comfortabele woonwijken daar omheen. Jongeren die weg willen zijn hoger opgeleid en willen graag naar een studentenstad. Zij geven echter ook aan dat de kans groot is dat ze na hun studie weer terug zullen komen naar IJsselstein.

- ☞ *"Het is veel groener en relaxter dan Utrecht."*
- ☞ *"Het is gezellig, iedereen kent elkaar, het is minder anoniem dan Nieuwegein."*
- ☞ *"Ik ben blij dat ik in IJsselstein woon, want je hebt alles hier wat je nodig hebt: een gezellig stadje om uit te gaan en te winkelen, rustige woonwijken met veel groen, veel sportverenigingen en een tram en bussen naar Utrecht voor als je toch even naar een grotere stad wil."*
- ☞ *"In Nieuwegein is wel een groot winkelcentrum, maar het is er niet gezellig en oud zoals hier."*
- ☞ *"Ik heb een tijdje in Utrecht gewoond, maar dat vond ik helemaal niks: veel te druk. Het is moeilijk om een goedkope huurwoning te vinden in IJsselstein, maar ik had mazzel."*
- ☞ *"IJsselstein is klein en veilig."*
- ☞ *"Als ik later een gezinnetje heb dan wil ik dat mijn kinderen net zo'n onbezorgde jeugd in IJsselstein zullen hebben als ik."*
- ☞ *"Mensen uit Nieuwegein en Vianen komen naar IJsselstein om uit te gaan."*
- ☞ *"Jeugd uit IJsselstein gaat soms weg om te studeren of te werken, maar de meesten keren altijd weer terug."*
- ☞ *"Het enige nadeel van het wonen in IJsselstein is soms dat iedereen altijd alles meteen weet. Er is hier geen anonimiteit."*

Een enkeling heeft wel eens een negatieve ervaring gehad in IJsselstein, zoals diefstal, vandalisme of een bedreiging. In deze gevallen wendt men zich over het algemeen tot de politie. Een deel van de jongeren heeft het idee dat IJsselstein in de loop der jaren wat minder veilig is geworden. Van deze jongeren wijt een deel dit aan de allochtonen. Een ander deel ageert hier juist fel tegen en geeft aan dat ook groepen autochtone jongeren voor overlast zorgen.

- ☞ *"De straatcoaches jagen de hangjongeren weg uit het stadje. Dat is op zich goed, maar wat er dan gebeurt is dat ze gaan rondhangen net buiten het stadje, waar wij wonen. En dan gaan ze rottigheid uithalen, bijvoorbeeld dingen uit je tuin stelen of autospiegels slopen."*
- ☞ *"Ik heb wel het idee dat het wat minder veilig is geworden de laatste tijd. Dat komt ook door bepaalde bevolkingsgroepen die meer rondhangen dan anderen."*
- ☞ *"Het is toch duidelijk dat de Marokkanen voor de meeste overlast zorgen? Waarom investeert de gemeente anders in een Marokkaanse straatcoach en waarom hebben ze anders hun eigen jongerencentrum?"*

Hoewel het bij de meeste jongeren in dit onderzoek nooit is opgekomen om zelf naar de gemeente toe te gaan om mee te denken, bijvoorbeeld door te participeren in de Jeugdraad of raadsvergaderingen bij te wonen, waarderen zij het zeer dat de gemeente hen betreft bij de ontwikkeling van een Jongeren Informatie Punt. Dit geeft hen het idee dat zij niet alleen betrokken zijn bij hun gemeente, maar de gemeente ook bij hen.

- 💬 *“Het geeft mij een goed gevoel dat ik mag meedenken hierover. Ik heb het idee dat ik iets goeds kan doen voor IJsselstein en voor jongeren in IJsselstein zoals ikzelf.”*
- 💬 *“Ik heb wel ideeën over IJsselstein, maar ik heb me er nooit in verdiept waar ik die kwijt zou kunnen. Aan enquêtes doe ik niet mee, dat vind ik te veel moeite. Maar zoals dit, dit vind ik erg leuk om aan mee te doen.”*

Jongvolwassenen maken zich zorgen over de toekomst van IJsselstein

Jongvolwassenen (18+) zien de gevolgen van de economische crisis terug op straat: winkels gaan dicht, burens worden werkloos. Ze vinden dat de gemeente hier beleid op moet ontwikkelen. Hoe dit beleid er precies uit moet zien weten ze niet, maar het lijkt hen in ieder geval belangrijk dat IJsselstein er alles aan blijft doen om mensen uit de omliggende gemeenten naar het stadje te trekken om er te winkelen en uit te gaan. Het betaald parkeren dat zal worden ingevoerd, staat hier haaks op en ontmoet dan ook veel tegenstand bij de IJsselsteinse jongvolwassenen. Ze zijn bang dat men dan eerder naar het winkelcentrum in Nieuwegein zal gaan.

- 💬 *“De één na de ander gaat failliet, dat vind ik wel moeilijk om te zien. Het wordt er ook niet gezelliger op, met al die lege etalages.”*
- 💬 *“Het is belangrijk dat het gezellig blijft in het stadje, zodat mensen er graag naar toe blijven komen. Als de gemeente het betaald parkeren gaat invoeren, dan voorzie ik dat veel mensen uit bijvoorbeeld Lopik voortaan eerder naar Nieuwegein zullen rijden.”*
- 💬 *“In IJsselstein is voor ons geen werk meer.”*

Belangrijke thema's voor jongeren: geluk, school, gezondheid, sfeer in huis, veiligheid

De top tien van belangrijke thema's voor IJsselsteinse jongeren ziet er als volgt uit:

1. dat je gelukkig bent
2. dat goed je het goed doet op school
3. dat je gezond bent
4. dat je het thuis gezellig hebt
5. dat je je zeker voelt
6. dat je een fijn huis hebt

7. dat je je veilig voelt
8. dat je je ouders vertrouwt
9. dat je respect hebt voor anderen
10. dat je weet wat goed en slecht is

Jongeren en jongvolwassenen in IJsselstein komen no-nonsense en nuchter over. In eerste instantie zeggen zij bijna allemaal zelden vragen te hebben en de dingen zelf of samen met vrienden op te kunnen lossen. De volgende thema's noemen zij spontaan als van belang: vrije tijd (wat te doen ermee en hoe deel je het in), vrienden, school, werk, studiekeuze, ouders, eigen geld verdienen (tegen het licht van de crisis), liefde, rechten en plichten, wat te doen bij pesten, omgaan met ruzies, drugs, relaties, rijbewijs, uiterlijk.

- ☞ *"Ik vind chillen wel het belangrijkste in mijn leven!"*
- ☞ *"Ik heb hele leuke collega's en dat vind ik dus wel belangrijk."*
- ☞ *"In het begin was school niet zo belangrijk, maar het wordt steeds belangrijker als je ouder wordt."*
- ☞ *"Ik vind het wel belangrijk of andere mensen me aardig vinden. Ik denk dat we dat allemaal wel hebben."*

Bij doorvragen blijken er toch wel over een aantal thema's vragen te bestaan. Zo geeft een aantal jongeren aan niet te weten wat ze in hun vrije tijd allemaal kunnen doen in IJsselstein. Men mist een centrale 'jong-in-IJsselstein-agenda'; men heeft het idee dat er meer wordt georganiseerd dan men weet.

- ☞ *"Ik weet dat je de Voorstraat hebt, maar wat kunnen we nog meer doen, want hier zit je alleen op zaterdagavond bijvoorbeeld."*

Ook leven er vragen over school en studie. Waar kun je goede bijlessen krijgen? Hoe vind je een studie die bij je past? Wat moet je doen als je gepest wordt op school?

- ☞ *"Ik wil niet aan een studie beginnen waar ik na een half jaar spijt van heb."*

Verder leven er vragen over werk en inkomen. Waar / hoe vind je een goed bijbaantje? Hoe kun je rondkomen van alleen studiefinanciering? Wat is het minimumloon en is dit in alle branches hetzelfde? Hoe gaat het met de economische crisis; wat zijn de vooruitzichten voor jongeren? Hoe zit het precies met belastingaangifte? Welke verzekeringen heb je nodig als je het huis uitgaat?

- ☞ *"Ik woon nog bij mijn ouders omdat ik echt niet weet hoe ik anders rond moet komen. I loop full-time stage en krijg daar 300 Euro per maand voor. Daarnaast heb ik studiefinanciering, maar dat is ook geen vetpot. Tijd voor een baantje heb ik niet."*
- ☞ *"Ik merk nu al aan mijn ouders dat het slecht gaat met de economie en dan vraag ik me wel af hoe dat is als wij straks groot zijn."*

- ☞ *“Met een bijbaan bereid je je vast voor op het echte leven, weet je wel, als je moet werken.”*
- ☞ *“Ik wist niet waar ik allemaal een baantje kon nemen.”*
- ☞ *“Ik wilde weten of ik niet werd afgezet: hoe weinig mag je eigenlijk verdienen?”*

Daarnaast is rechten en plichten een terugkerend thema. Wat zijn hun rechten op straat, wat zijn hun rechten op de werkvloer, waar hebben de jongeren überhaupt recht op en wat wordt er van ze verwacht. In dit kader worden – met name door allochtone jongeren – ook omgang met street coaches, politie en privacy genoemd: waarom worden jongeren weggestuurd als ze op het bruggetje staan en waarom hangen er overal camera's?

- ☞ *“Ik hoorde dat het strafbaar is als je de wetten van IJsselstein niet kent. Ik vraag me af of iemand die kent en hoe ik die te weten zou moeten komen.”*
- ☞ *“Ik mag niet met mijn vrienden chillen in het stadje, want dan komt de politie. Ik wil gewoon weten waarom?”*
- ☞ *“Tegenwoordig vooral met de crisis wil je weten hoe het zit met je rechten op werk.”*

Bij een deel van de jongvolwassenen spelen ook vragen over wonen. Wat doet de huurcommissie precies en hoe kun je daar gebruik van maken? Hoe kom je erachter welke huurbazen slecht zijn? Hoe weet je wanneer je kunt inschrijven op nieuwbouwprojecten? Hoe kom je aan een betaalbare huurwoning in IJsselstein?

Een enkeling heeft zich meteen op z'n 18^e verjaardag ingeschreven bij een woningbouwvereniging, maar de meeste jongeren zijn niet op de hoogte van deze mogelijkheid en komen er pas achter hoe moeilijk het is wanneer ze er (begin 20) aan toe zijn het ouderlijk huis te verlaten.

- ☞ *“Ik wou dat iemand mij had verteld dat je je in kunt schrijven als je 18 bent. Een vriend van me heeft dat gedaan en die heeft nu een heel mooie studio in het stadje. Maar ik zit voorlopig nog vast bij mijn moeder.”*

Een deel van de jongeren in dit onderzoek geeft echter aan voorlopig helemaal het huis niet uit te willen gaan; thuis wordt alles voor hen gedaan, het is er gezellig en het is goedkoop!

- ☞ *“Ik vind het heel fijn bij mijn moeder; ik hoef voorlopig niet weg! Ze kan lekker koken, ze is heel lief en ze laat me altijd met rust.”*

Meer beladen onderwerpen zoals seks, drugs en alcohol zijn bijna niet genoemd. Jongeren in IJsselstein geven aan dat zij over dit soort dingen niet met 'vreemden' praten, maar met elkaar en eventueel met iemand die zij vertrouwen, zoals bepaalde jongerenwerkers. Stella de Bie (jongerenwerker bij Xperience) beaamt dat jongeren regelmatig naar haar toekomen met vragen over drugs, zoals welke dosis moet je nemen van een XTC-pil, hoe is het om GHB te nemen, hoe weet je of een pilletje goed is?

Bij vragen wenden jongeren zich tot hun ouders, elkaar, vertrouwde personen en Google

Een deel van de jongeren in dit onderzoek geeft aan eerst zelf een antwoord te zoeken op vragen, voordat zij er met derden over gaan praten. Vertrouwen is hiervoor de motivatie: men is bang voor een vervelende reactie van een ander of doorvertellen.

- “Ik wil niet dat ik dan de volgende dag op school kom en dat iedereen het dan opeens weet.”
- “Ik vertrouw niemand, dus ik vraag anderen ook niks.”

Wanneer men derden inschakelt om een bepaalde vraag te beantwoorden, dan lijken vertrouwen en betrokkenheid belangrijker te zijn dan inhoudelijke kennis over het onderwerp. Daarom staan voor zowel jongere als oudere jongeren ouders vooraan als belangrijke informatieverstrekkers voor praktische zaken zoals geld, werk en school. Ouders (moeders) helpen met de administratie, met het vinden van werk en met het uitzoeken van een opleiding.

- “Toen ik graag een baantje wilde hebben, heb ik aan mijn ouders gevraagd waar ik het beste kon zoeken en zij zeiden dat ik in de krant moest kijken.”

Ook geeft een deel van de (autochtone) jongeren aan dat zij met hun moeder overal over kunnen praten: van pesten tot seksualiteit. Een ander deel van de jongeren is echter van mening dat ouders niet veel begrijpen van hun leven en gebruiken ouders daarom niet als vraagbaak voor meer sociaal-emotionele onderwerpen.

- “Ik heb een heel goede band met mijn ouders. Ik kan alles met hen bespreken en zij zullen mij nooit laten vallen.”
- “Ik werd echt heel erg gepest op mijn vorige school, dus daar heb ik het met mijn moeder over gehad.”
- “Ouders snappen minder goed wat er allemaal in ons leven speelt.”
- “Mijn vader is bouwvakker en mijn moeder is secretaresse of zo iets. Wat weten zij nou?”

Ook broers en zussen worden genoemd als belangrijke informatiebron, met name als men beschikt over een oudere broer of zus.

- “Voor sommige dingen ga ik liever naar m’n broer toe: met hem kan ik over alles praten. Als ik dat met m’n ouders zou doen, zouden ze gaan zeiken en daar heb ik geen zin in. Ik wil juist advies.”

Verder bespreken jongeren van alles met hun vrienden (zowel ‘live’ als via sociale media zoals Facebook en Twitter¹). Ze praten liever met vrienden dan met deskundigen, want deskundigen kennen ze meestal niet en vertrouwen hen daardoor minder. Ook zware onderwerpen zoals zwangerschap en verslaving worden met vrienden besproken.

¹ Ze gebruiken bijna niet meer Hyves; “Hyves is dood” volgens de jongeren. De meeste jongeren in dit onderzoek hebben een Facebook account en velen Twitteren ook.

- ☞ *“Dan ben je gewoon met elkaar aan het praten en dan heb je opeens een vraag die je stelt. Zo van, doen jouw ouders dat eigenlijk ook?”*
- ☞ *“Ik praat eerder met vriendinnen dan met de vertrouwenspersoon op school, want de vertrouwenspersoon vertrouw ik niet; die vertelt alles door aan je ouders.”*

Ook maken jongeren gebruik van hun directe omgeving. Als zij bijvoorbeeld een stageplaats moeten vinden, dan vragen ze dat op hun sportschool of in hun jongerencentrum. Ook school wordt genoemd als informatieplek: de mentor of decaan kan stageplekken regelen en heeft een overzicht van mogelijke opleidingen. Leraren die betrokken zijn bij de leerlingen worden eerder benaderd en sympathiek gevonden. Ook onder de jongerenwerkers is het de betrokkenheid die de jongeren “aanvoelen”. Het feit dat de jongerenwerkers er voor hun zijn, geeft ze een fijn gevoel en zorgt ervoor dat ze eerder met vragen zullen komen.

- ☞ *“Er zijn veel leraren die wel zien dat het niet goed met je gaat, maar die kan het niks schelen. Die komen hier alleen om hun werk te doen.”*

Hoger opgeleide jongeren geven vaker aan dan lager opgeleide dat zij ook wel informatie zoeken via internet. Gaan ze naar het internet, dan typen ze iets in bij Google. Rechtsreeks naar websites surfen doen jongeren eigenlijk niet. Ze zijn dan ook niet bekend met op hen gerichte websites zoals die van Sense (www.sense.info/utrecht). Regelmatig geven jongeren aan het moeilijk te vinden om gericht informatie te vinden op het internet; ze weten niet hoe ze goed moeten zoeken.

- ☞ *“Die website is nooit bij ons onder de aandacht gebracht.”*
- ☞ *“Ik heb eerst vijf verschillende websites lopen afzoeken, voordat ik mijn antwoord had.”*
- ☞ *“Ik heb samen met mijn economie leraar op internet gekeken naar mijn minimumloon, want ik kon het zelf niet vinden.”*

Een deel van de jongeren gaat liever niet online voor informatie, maar geeft de voorkeur aan praten met een vertrouwd persoon.

- ☞ *“Je gaat toch niet op internet kijken als je een probleem hebt, alsof je daar een antwoord kan krijgen.”*
- ☞ *“Ik vraag het eerst aan mijn vrienden en daarna aan mijn ouders. Internet is derde rang voor als ik nog steeds geen antwoord heb.”*

Jongeren geloven dat zij niet op de hoogte zijn van alle kansen en mogelijkheden in IJsselstein

Hoewel jongeren op zich wel tevreden zijn met hun huidige informatievoorzieningen, geven zij aan dat zij het idee hebben lang niet alles te weten van de mogelijkheden en kansen die IJsselstein (en omgeving) hen biedt.

- ☞ *“Er is zo veel wat je niet weet, daar loop je dan toevallig een keer tegenaan...”*

- ☞ *“Je hoort alles via-via, er is niet echt een goed informatiekanaal met informatie over IJsselstein. Als je IJsselstein intypt in Google krijg je helemaal niks.”*
- ☞ *“Het komt erop aan of je de juiste mensen kent.”*

In de beleving van jongeren is veel informatie over de gemeente voor hen niet toegankelijk en/of niet bekend. Om toch op de hoogte te blijven vertrouwen zij eerder op vrienden en hun directe omgeving, dan op ‘officiële’ kanalen, zoals informatie vanuit de overheid of andere officiële instanties. Jongeren weten de ‘officiële’ kanalen niet te vinden en als zij er toevallig toch terecht komen, dan is de informatie voor hen niet behapbaar vormgegeven (veel tekst, weinig beeld, drukke opmaak, veel jargon).

Relevante informatie voor jongeren en jongvolwassenen is beknopt, praktisch en op maat

Jongeren van tegenwoordig hebben – via het internet – zo’n berg aan informatie tot hun beschikking, dat ze ‘door de bomen het bos niet meer zien’ en liefst korte, bruikbare tips op maat willen hebben. Iets wat ze direct kunnen gebruiken of toepassen in hun eigen situatie is veel relevanter dan algemene informatie die ze mogelijk op een eventueel later tijdstip kunnen gebruiken.

Heel concreet willen jongeren wat ze wanneer en hoe moeten doen, gegeven hun specifieke vraag. Bij een rijbewijs aanvragen gaat het om de noodzakelijke stappen die ze moeten ondernemen, bij zoeken naar minimumloon willen ze alleen een bedrag zien, als ze veel gepest worden op school is het handig om te weten dat ze van school kunnen wisselen, voor betere voetbaltrucjes kijken ze op youtube, als ze weggestuurd worden door de politie willen ze weten wat ze kunnen zeggen, als ze zich vervelen willen ze een activiteit. Slechts een enkeling geeft aan nieuwsgierig te zijn naar meer achtergronden, omdat het “leuk is om meer van iets af te weten”.

- ☞ *“Ik zou het wel fijn vinden om bijvoorbeeld meer over een ziekte te weten, want dan kan je dat weer aan andere mensen vertellen.”*

Jongeren zijn kritisch over websites: het moet rustig en visueel van aard zijn

Diverse op jongeren gerichte websites worden afgewezen op basis van uitstraling en inhoud. Qua uitstraling zijn ze ofwel te druk of onaantrekkelijk qua vormgeving, ofwel te veel gebaseerd op tekst en te weinig visueel. Qua inhoud bieden ze geen meerwaarde boven Google omdat de informatie te algemeen van aard is.

Over de website van JIP Den Haag (www.jipdenhaag.nl) zijn jongvolwassenen (18+) positiever dan jongeren (18-). Jongeren vinden het te veel tekst en te weinig plaatjes; ook missen ze een zoekoptie en vinden ze het druk overkomen. Bij doorklikken op onderwerpen vinden ze de informatie te algemeen en onvoldoende praktisch toepasbaar in hun eigen leven.

☞ *“Een site zonder zoekbalk vind ik sowieso niks.”*

Jongvolwassenen vinden het juist overzichtelijk door de duidelijke koppen en vinden de teksten goed behapbaar en informatief.

De website van het JIP Haarlemmermeer (www.jiphaarlemmermeer.nl) vinden jongeren (18-) aantrekkelijk door de visuele navigatie: elk onderwerp is voorzien van een duidelijk plaatje, zodat je in principe niet eens hoeft te lezen. Jongvolwassenen vinden dit juist rommelig en druk overkomen.

☞ *“De site is te rommelig. Het lijkt op Hyves, dat is ook zo chaotisch. Te veel kleuren, een beetje slordig qua indeling.”*

De thema's die genoemd worden – geld, gezondheid, hulp, jong moeder, meedoen, recht, school, seks, verslaving, vrije tijd, werken, wonen – vinden zowel jongeren als jongvolwassenen interessant. Teleurstelling treedt echter op bij doorklikken: zo vindt men het niet prettig om doorgelinkt te worden naar de site van het NIBUD en vindt men de informatie die men daar aantreft over zakgeld niet up-to-date.

☞ *“Deze bedragen voor zakgeld zijn gebaseerd op de jaren 70.”*

Ook valt op dat de site onvoldoende wordt bijgehouden: op 22-12-2011 staat nog steeds op de homepage dat het spreekuur van 31-10-2011 is komen te vervallen.

Wat betreft de website Jong in Almere (www.jonginalmere.nl) zijn jongeren en jongvolwassenen overwegend negatief. Men vindt deze site kaal en onprofessioneel overkomen door de stippellijnen. Daarnaast vindt men het niet helder wat men 'kan' met deze site. Negatief vindt men ook de 'urban' opmaak van de site: lang niet alle jongeren identificeren zich met deze stijl, dus men vindt het niet slim om zo'n stempel te drukken op een site die voor iedereen zou moeten zijn.

☞ *“Wat een vage site is dit, wat moet ik hiermee?”*

☞ *“Dit is door iemand gemaakt die denkt dat alle jongeren skaten.”*

Beter zou zijn om een dergelijke site simpel en zakelijk te houden. Men haakt af wanneer een pop-up verschijnt of je mee wil doen aan onderzoek. Ook is men teleurgesteld over de informatie die je krijgt wanneer je op één van de onderwerpen klikt. Zo verschijnt er bij het onderwerp seksualiteit een hoop tekst, terwijl men tutorial filmpjes had verwacht. Die kun je uiteindelijk wel krijgen als je de link volgt naar de website vrijlekker.nl, maar dan zijn jongeren al afgehaakt.

☞ *“Je moet zo min mogelijk hoeven te klikken en niet doorgelinkt worden naar andere websites. Het moet meteen duidelijk zijn.”*

Sites die jongeren zelf noemen als overzichtelijk en goed op jongeren gericht, zijn Google en Facebook. Ongeacht de hoeveelheid informatie blijft de interface van deze sites simpel: helder gerubriceerd op onderwerp en met een goede zoekmachine.

Belangrijk op een site vinden jongeren en jongvolwassenen een kopje met “veel gestelde vragen” bij elk onderwerp. Verder zouden jongeren graag een gastenboek zien, terwijl jongvolwassenen dit juist geen goed idee vinden omdat het de objectiviteit van een site vermindert. Zowel jongeren als jongvolwassenen vinden het goed vinden als er filmpjes op een site staan in plaats van of aanvullend op tekst.

Boekjes en brochures spreken weinig jongeren aan; visuele flyers en posters zijn beter

Brochures worden naar eigen zeggen weinig tot niet door jongeren gebruikt als informatiebron. Men denkt dan aan een hoop tekst, weinig plaatjes, moeilijk zoeken en vaak net niet dat antwoord op je vraag dat je zoekt. Voor deze generatie zijn brochures gewoon niet interactief en niet visueel genoeg.

- ☞ *“Als er dan iets in staat waar je meer over wilt weten dan kan dat niet, terwijl je op internet meteen dat woord kan opzoeken. Dan hoeft je niet de hele tekst te lezen, maar kan je wat meer kiezen waarover je wilt lezen.”*
- ☞ *“Dat vind ik vaak veel te onoverzichtelijk met al die tekst.”*
- ☞ *“Het heeft te veel tekst en wij jongeren lezen niet genoeg. Bij te veel tekst haak ik af.”*

Wat jongeren wèl aanspreekt als communicatiemiddel zijn posters. Posters hebben vaak een pakkend plaatje en niet te veel tekst, eventueel met een doorverwijzing naar een website. Idealiter hangen de posters in bus- en tramhokjes, zodat je ze ziet als je staat te wachten en op plekken waar jongeren veel komen, zoals school, jongerencentra en bepaalde café's.

Daarnaast geeft een deel van de jongeren aan dat het goed is om niet alleen een website te hebben, maar ook iets van papier dat je mee kunt nemen en lezen in de bus of tram. Belangrijk in print is dat je meteen ziet om *wat* het gaat, *waar* het is (online en offline) en *wanneer* je het kunt bereiken of bezoeken. Ook belangrijk is om gebruik te maken van sprekend beeld met identificatiewaarde en om lappen tekst te vermijden. Wanneer een flyer, folder of boekje supersaai overkomt, met veel kleine lettertjes en weinig beeld, verdwijnt het linea recta in de prullenbak.

Er bestaat een duidelijk verschil tussen saai en zakelijk. Zakelijk is niet saai, maar wel overzichtelijk, praktisch en niet overdreven versierd. Het beeld bij zakelijk is altijd functioneel beeld: het ondersteunt de tekst en verheldert deze, in plaats van de aandacht ervan af te leiden.

De themafolders van het JIP worden direct afgedaan als amateuristisch en veel te veel tekst. Deze gaan onmiddellijk de prullenbak in.

- ☞ *“Dit ziet er echt zo uit van: we hebben dit even met het fotokopieerapparaat in elkaar geknutseld om geld te besparen. Net als wat leraren op school soms zelf maken als ze seksuele voorlichting moeten geven. Dat ga je zeker niet lezen. Er staan ook veel te veel kleine lettertjes in.”*

De eerste associatie bij JIP is Janneke, maar als afkorting spreekt het toch wel aan

Hoewel jongeren in eerste instantie bij JIP denken aan Janneke en daarmee aan kleine kinderen, wordt in tweede instantie toch overwegend positief gereageerd op de naam JIP als afkorting van Jongeren Informatie Punt. Een Jongeren Informatie Punt dekt precies de lading van een plek waar jongeren informatie kunnen vinden over alles wat hen bezig houdt; dit vinden jongeren in principe goed. Hoewel jongeren aangeven een Engelse naam beter te vinden aansluiten bij hun leeftijdscategorie, vinden ze JIP wel een herkenbare en gemakkelijk te onthouden naam.

- 💬 *“Als het duidelijk is dat JIP staat voor Jongeren Informatie Punt, dan is het wel een duidelijke naam, dan weet ik zo gauw geen betere naam.”*
- 💬 *“Het is wel een naam die je onthoudt. Ik zou het niet anders noemen.”*
- 💬 *“Oh! Het staat voor Jongeren Informatie Punt! Dan vind ik het eigenlijk een goeie naam.”*

Slechts enkelen in dit onderzoek hebben wel eens van een JIP gehoord en slechts één meisje is er (in het kader van haar opleiding) geweest. Het begrip is voor de meesten dus nog oningevuld. Dat betekent dat wanneer een consequent aantrekkelijk beeld wordt geschetst bij de naam JIP, dit voor jongeren een positief begrip kan worden dat los komt te staan van Jip en Janneke.

- 💬 *“Ik ben wel eens bij een JIP geweest: het is iets heel goeds, want je kunt zomaar binnenlopen en dan is er ontzettend veel informatie over van alles beschikbaar en computers waar je op kunt surfen en mensen aan wie je vragen kunt stellen.”*

Alternatieve namen die genoemd zijn: Het centrum, Het JIVP (Jongeren Informatie en VoorlichtingsPunt), XTC (Xtreem Trust Centre), JOP (Jongeren Ontwikkel Punt), IVJ (Informatie voor Jongeren), Go.

Door zich te richten op vragen en informatie kan het JIP wegblijven van probleemassociaties

Als JIP primair wordt ingestoken op het beantwoorden van (praktische) vragen die jongeren kunnen hebben, dan wordt het ‘gedeproblematiseerd’. Dat betekent dat JIP moet gaan communiceren over praktische en neutrale thema’s zoals geld, werk, huisvesting en sport. Wanneer je binnenkomt op de hoofdlocatie of op de homepage, dan zie je vanzelf dat er ook informatie is over seksualiteit, gezondheid, rechten en plichten, drugs, alcohol, gokken, gamen en sociale problemen zoals pesten, eenzaamheid en ruzie. JIP moet volgens jongeren dergelijke meer problematische onderwerpen niet opspelen in communicatie, anders dreigt een negatieve associatie.

- 💬 *“Als ze gaan zeggen dat ze er zijn voor vragen over drugs, alcohol, gokken en seksualiteit dan wordt het meteen heel zwaar en gaat niemand er meer naar toe. Ze moeten zeggen dat ze alles weten over bijbaantjes, stages, kamers huren, formulieren invullen en dat soort dingen. Als je er dan een paar keer geweest bent en je bent goed geholpen, dan ga je die mensen vertrouwen en stel je ook andere vragen.”*

- ☞ *“Ze moeten echt heel breed informatie gaan bieden over van alles en nog wat. Het moet niet zo zijn dat iedereen meteen weet dat je een SOA hebt omdat je bij JIP bent geweest.”*
- ☞ *“Het JIP moet zich duidelijk richten op de kerntaken: informatie en praktische hulp. Al het andere moeten ze niet zelf gaan doen, maar ernaar doorverwijzen. Je gaat er heen voor informatie en niet omdat je geholpen moet worden met een probleem.”*
- ☞ *“JIP is een praktische connectie tussen alle jongeren die wonen in IJsselstein en datgene wat er al voor hen bestaat in IJsselstein. JIP is niet iets nieuws, maar het leidt jongeren toe naar wat er al bestaat, want er bestaat al zo veel waar wij geen weet van hebben...”*

JIP moet een hoofdlocatie hebben in het centrum van IJsselstein

Hoewel jongere jongeren (15-18) blijken te geven van een grote behoefte aan anonimiteit in de vorm van informatie en advies via internet, zijn alle jongeren in dit onderzoek van mening dat JIP niet alleen virtueel en op papier moet bestaan. Er moet zeker ook een (gemakkelijk te vinden) hoofdlocatie zijn, een plek waar je naar toe kunt om iemand te spreken.

- ☞ *“Iemand spreken is beter dan een computer.”*
- ☞ *“Als iets ook een locatie heeft dan komt het vertrouwd over dan als het alleen maar een website is.”*

De JIP-locatie moet in de buurt van het stadje komen, zodat als je er langs loopt en nog een vraag hebt je naar binnen kan lopen. Ook in de nieuwe bibliotheek zou aantrekkelijk kunnen zijn, mits het niet zo is dat je daar dan ook stil moet zijn.

- ☞ *“Als het makkelijk te vinden is, kom ik wel binnen.”*
- ☞ *“Het moet op één centraal punt zitten in het stadje. Eén JIP is genoeg, want IJsselstein is niet zo groot.”*
- ☞ *“Jongeren zijn lui. Het moet ergens zitten waar we toch al veel komen, want je gaat niet speciaal ergens heen.”*
- ☞ *“Als het in de nieuwe bieb komt dan weet iedereen het te vinden.”*
- ☞ *“Als het in de bieb zit dan heb je een alibi om er toevallig even langs te lopen, kijken wie er werkt en of je daar je vraag bij wilt stellen.”*

De JIP-locatie moet niet geassocieerd worden met gemeentelijke diensten of hulpverleningsinstanties, dus in het stadhuis of het CJG-gebouw vinden jongeren een slecht idee.

De uitgangspunten respect, vertrouwen en persoonlijke aanpak zijn van belang

Men gaat ervan uit dat de JIP-medewerkers zijn geselecteerd en opgeleid om superinteger te zijn en altijd de regels van de privacy te respecteren.

- ☞ *“Je moet er echt van op aan kunnen dat ze je privacy bewaken. Ze moeten bijvoorbeeld nooit je ouders erbij halen als jij dat niet wilt. En mocht je ze kennen, dan moeten ze natuurlijk nooit dingen doorvertellen aan bekenden.”*
- ☞ *“Respect is goed, want je moet altijd respect hebben, weet je.”*
- ☞ *“De persoonlijke aanpak vind ik goed, want je wilt toch als apart persoon behandeld worden.”*
- ☞ *“Privacy is erg belangrijk. Misschien moeten ze bij het eerste gesprek iets overhandigen dat je allebei tekent, waarbij beloofd wordt dat ze niet achter je rug om dingen gaan doorvertellen.”*

Bij ‘persoonlijke aanpak’ hoort volgens jongeren ook dat het JIP aan opvolging doet: wie bij het JIP geweest is wordt na verloop van tijd door de JIP-medewerker met wie hij of zij te maken heeft gehad, nagebeld met de vraag hoe het nu gaat, of de vraag naar tevredenheid beantwoord is en of de jongere mogelijk nog andere vragen heeft. (Nabellen gebeurt uiteraard alleen wanneer de jongere zelf zijn of haar telefoonnummer heeft achtergelaten en natuurlijk zal het JIP nooit deze persoonsgegevens zonder toestemming van de jongere delen met derden).

- ☞ *“Als die persoon mij zou bellen om te vragen hoe het nu gaat, dan zou ik mij serieus genomen voelen. Het maakt ook de drempel lager om dan weer een andere vraag te stellen.”*

Aan JIP moeten verschillende soorten medewerkers verbonden zijn

Jongeren vinden het belangrijk dat er verschillende soorten JIP-medewerkers zijn: ouder, jonger, mannen, vrouwen en liefst verschillende etniciteiten. Want hoewel je sommige praktische vragen aan iedereen kunt stellen, geldt voor meer intieme vragen dat jongeren liever met iemand van hun eigen sekse praten. Er moeten echter ook weer niet TE veel medewerkers zijn, want het is van belang dat je op een gegeven moment de gezichten gaat kennen, wat zal bijdragen aan het gevoel van vertrouwen.

Voor kleine, makkelijke vragen zouden jongeren graag door een leeftijdsgenoot geholpen worden (18-25). Hierbij lijkt het erop alsof ze bevestiging zoeken. Dit doen ze ook al door veel dingen onderling met vrienden te bespreken. Voor wat zwaardere onderwerpen zouden ze liever door een wat ouder iemand (25-35) geholpen te willen worden.

- ☞ *“De drempel is altijd hoog om naar een plek te gaan, zeker als daar zo iemand van vijftig zit die jou niet begrijpt. Als er jongeren werken die jouw taal spreken en weten hoe jouw wereld werkt, dan helpt dat zeker om ernaar toe te gaan.”*
- ☞ *“Die jongeren zitten daar puur informatief, onafhankelijk en zonder oordeel, niet vanuit een corrigerende taak. Oudere mensen hebben toch meer de neiging om je te vertellen hoe het moet.”*
- ☞ *“Een ouder iemand begrijpt sommige dingen misschien niet, maar voor bepaalde vragen moet je gewoon ervaring hebben en goed opgeleid zijn. Ook zijn oudere mensen betrouwbaarder in dat ze geen informatie van je gaan door lullen.”*

Een deel van de jongeren vraagt zich af of de JIP-medewerkers uit IJsselstein moeten komen. Men geeft aan dat hier misschien ook een mix in kan worden aangebracht: een deel wel en een deel niet. Voor praktische vragen maakt het niet uit, maar bepaalde vragen stel je liever niet aan een bekende.

💬 *“Dat wil ik echt niet! Straks kom je elkaar nog tegen in het stadje, ofzo.”*

💬 *“Dan heb je een moeilijk verhaal verteld en dan wordt hij opeens het nieuwe vriendje van je zus.”*

Een deel van de jongeren zou het wel aantrekkelijk vinden om zelf JIP-medewerker te worden. Ze denken dat dit een betaalde functie is die goed staat op je CV en waar je veel van leert.

💬 *“Je leert ook je eigen problemen oplossen als je daar werkt.”*

JIP moet flexibel bereikbaar zijn: bezoeklocatie, online, telefonisch en per PING/What'sApp

Jongeren verwachten dat JIP eigenlijk altijd bereikbaar is als je het nodig hebt, in ieder geval van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat online en per telefoon / SMS / What'sApp / PING. Chat en email worden geschikt geacht voor 'lastige' vragen die je liever anoniem stelt.

💬 *“Dat chatten vind ik wel goed, want stel dat je het te moeilijk vindt, kan het gewoon anoniem.”*

What'sApp en PING vindt men klantgericht omdat dit geld uitspaart. Wel wordt genoemd dat niet cool is als je vrienden JIP in je contactenlijst zouden zien, dus wellicht dat daar iets op verzonnen kan worden.

💬 *“Als ik ze kan whatsappen vind ik echt super, want weet je hoe veel ik per maand al aan abonnementskosten heb.”*

Wat betreft openingstijden van de hoofdlocatie verschillen de meningen. Volgens een deel van de jongeren zou JIP zeer ruime openingstijden moeten hebben (“net als een supermarkt”), maar de meesten denken dat een aantal middagen na school en één tot twee avonden zal volstaan.

💬 *“Ik vind elke dag wel een beetje veel. Volgens mij is twee dagen wel genoeg.”*

💬 *“In het weekend mag het wel eerder open.”*

💬 *“Van mij hoeft het niet tot zo laat open. Ik moet toch de volgende dag naar school.”*

💬 *“In de vakantie kunnen de tijden anders zijn, zodat je niet de hele dag hoeft te wachten.”*

Jongeren vinden het ook een goed idee dat speciaal opgeleide JIP-jongeren over het JIP gaan vertellen op hun eigen school en eventueel daar ter plekke al vragen kunnen beantwoorden. Een deel van de jongeren oppert dat er ook op gezette tijden een JIP-medewerker in een kamertje op school kan zitten. Andere jongeren vinden dat echter geen goed plan, omdat ‘iedereen dan kan zien dat je daar naar binnen gaat’. Voor jongeren die veel in jongerencentra komen zou het goed zijn als JIP-medewerkers zich ook geregeld in de jongerencentra laten zien.

- ☞ *“JIP-medewerkers moeten op strategische punten en tijden vindbaar zijn, waarbij alle wijken afgedekt worden.”*

Het idee dat JIP-jongeren door het stadsdeel trekken en op straat met jongeren praten, spreekt jongeren in IJsselstein niet zozeer aan. Ze noemen dit ‘stalkerig’. Wel zouden ze het een goed idee vinden als je eventueel ook met een JIP-medewerker ergens op neutraal terrein kunt afspreken.

- ☞ *“De JIP-medewerkers zouden deels volgens een flexibel afspraakmodel kunnen werken. Je hebt dan maar beperkte openingstijden nodig.”*

Thematische spreekuren zijn een goed idee mits deze ‘niet-problematisch’ van aard zijn

Jongeren vinden het belangrijk dat JIP een hoofdlocatie heeft waar je op gezette tijden binnen kunt lopen zonder afspraak. Dat er daarnaast thematische spreekuren zijn op bepaalde dagen en tijden vindt men een goed idee, mits het gaat over ‘niet-problematische’ dingen. Het zou goed zijn als jongeren ook zelf thema’s kunnen aandragen, zodat het echt gaat om dingen die relevant en herkenbaar voor hen zijn.

Thema’s die aanspreken zijn geld, werk, stages, huisvesting, liefde, gezondheid, rechten en plichten en vrije tijd. Dit zijn thema’s die jongeren breed bezig houden en die geen problematische insteek hebben.

- ☞ *“Voor een thema als werk kun je bijvoorbeeld ook succesvolle lokale ondernemers uitnodigen die jongeren vertellen hoe zij het hebben aangepakt. Of politici uit de gemeente. Het JIP legt dan echt verbindingen tussen jongeren en personen of instanties die belangrijk voor hen kunnen zijn.”*
- ☞ *“In het thema werk kun je ook een sollicitatietraining geven en helpen bij het schrijven van sollicitatiebrieven.”*

Drugs, alcohol en gokken moeten volgens jongeren niet als aparte thema’s worden opgenomen omdat deze thema’s juist wel een problematische insteek hebben en het JIP al gauw iets ‘voor problemen’ wordt als deze thema’s apart gecommuniceerd gaan worden. Wel kunnen ze aan de orde komen bij andere thema’s, zoals gezondheid en geld.

Het idee dat er bij thematische spreekuren experts aanwezig zijn die direct over dat onderwerp diepere vragen kunnen beantwoorden of bijvoorbeeld tests kunnen afnemen (bijv. SOA-tests bij het spreekuur over liefde), spreekt jongeren aan. Het verkleint de kans dat je door het JIP wordt doorverwezen naar een andere instantie; het JIP wordt zo echt de voordeur voor heel veel verschillende organisaties.

Daarnaast vinden jongeren het een goed idee wanneer er regelmatig een maatschappelijk werker aanwezig is op het JIP, met wie je zonder afspraak in een gesloten ruimte kunt praten.

- ☞ *“Als je een wat groter probleem hebt, dan wil je wel met iemand praten die daar echt verstand van heeft. Niet met zo’n jongere van het JIP.”*

De uitstraling van JIP fysiek en in communicatie moet verzorgd en ongedwongen zijn

Wanneer het JIP zou kiezen voor een verzorgde, moderne en toch persoonlijke en ongedwongen uitstraling zou het jongeren duidelijk maken dat zij serieus genomen worden en welkom zijn. Een dergelijke verzorgde uitstraling zou JIP moeten nastreven in zowel de hoofdlocatie als alle communicatie online en offline.

☞ *“Een beetje zoals de VVV: je loopt er makkelijk binnen, je hebt niet het idee dat je meteen weer weg moet en je kunt er veel informatie vinden.”*

Terwijl jongeren in IJsselstein het belangrijk vinden dat het JIP een warme, huiselijke sfeer heeft die uitnodigend werkt, geven zij ook aan dat er een duidelijk onderscheid moet bestaan tussen JIP versus jongerencentra. Waar jongerencentra als doel hebben om jongeren een relaxed onderdak te bieden waar ze kunnen ontspannen, moet het JIP toch vooral functioneel zijn. Wel uitnodigend en je moet ook wel even kunnen zitten om te surfen op het internet of informatieboekjes te lezen of te praten met andere jongeren daar die al dan niet van het JIP zijn, maar je komt er niet alleen om te chillen. Dat zal volgens jongeren voorkómen dat er steeds dezelfde groep jongeren gaat rondhangen, iets wat automatisch gebeurt bij jongerencentra en waardoor andere jongeren dan juist niet komen.

Een huiselijke, uitnodigende sfeer en de mogelijkheid om even te zitten bij het JIP is voor jongeren in IJsselstein belangrijk om vertrouwen op te bouwen met het JIP en de mensen die er werken. Ze geven bijna allemaal aan dat ze er een aantal keer geweest moeten zijn met kleine vragen of zonder specifiek doel, voordat ze grotere vragen zouden durven voorleggen.

- ☞ *“Ik zou er eerst gewoon heengaan om een beetje op het internet te surfen. Als je er dan een paar keer geweest bent, dan stel je misschien eens een vraag.”*
- ☞ *“De regels moeten gemaakt worden door de jongeren die daar komen, zodat het niet te streng is allemaal.”*
- ☞ *“Je moet er wel mogen eten en drinken.”*
- ☞ *“Je moet op een informele manier met elkaar om kunnen gaan. De vertrouwensband moet er al zijn voordat je een vraag hebt.”*
- ☞ *“Er moet muziek op de achtergrond aan staan.”*
- ☞ *“Het moet er wel leuk uit zien; je moet je er thuis voelen.”*
- ☞ *“Ik vind spontaniteit erg belangrijk. Van alles: hoe het eruit ziet en hoe de mensen zijn.”*
- ☞ *“Het moet er gewoon gezellig zijn met spulletjes van de IKEA.”*
- ☞ *“Het moet er gezellig zijn, maar er moeten ook computers staan. Dan kan je meteen iets opzoeken als je een vraag hebt.”*
- ☞ *“Het moet eruit zien als een plek waar je ook gewoon advies aan elkaar kunt vragen.”*
- ☞ *“Zitzakken zijn echt goed.”*

JIP moet zoveel mogelijk communicatiekanalen gebruiken om bekend te worden

Jongeren vinden het belangrijk dat JIP breed bekend wordt gemaakt onder de doelgroep. Ze raden JIP aan om zoveel mogelijk communicatiekanalen in te zetten, waarvan school een belangrijke is. Op school zouden jongeren posters ophangen, kaarten zetten in Boomerang standaards, mogelijk een eigen JIP folderrek plaatsen (hoewel folders op school wel een grote kans lopen om in capuchons en op de grond te eindigen) en vooral ook gebruik maken van persoonlijke communicatie, waarbij JIP-jongeren in de klas gaan uitleggen wat JIP te bieden heeft. Daarnaast noemen jongeren communicatie op straat (posters, abri's bij OV), social media, folderrekken en Boomerangkaarten in jongerencentra en sportverenigingen. Ook benadrukken ze dat JIP bovenaan moet verschijnen als jongeren in Google dingen intypen die erbij passen.

- ☞ *"Boomerangkaarten, daar kijkt iedereen altijd wel naar, dat is een goede manier om bekend te worden."*
- ☞ *"Via Google moet je als eerste op JIP komen als je iets intypt wat te maken heeft met jongeren."*
- ☞ *"Op je Twitter of Facebook zou je bijvoorbeeld kunnen aangeven dat je iets gevonden hebt via JIP."*

JIP-flyers of JIP-kaarten moeten volgens jongeren eigenlijk alleen het adres en openingstijden van de hoofdlocatie noemen, de URL van de website en evt. de thematische spreekuren die de hoofdlocatie biedt. De bedoeling van zo'n flyer is immers om jongeren het JIP te laten bezoeken, in persoon of virtueel en niet om informatie te geven. Op de voorkant van de flyer zou de slogan "super veel info" kunnen worden gebruikt om te triggeren.

De website zou net zo simpel en functioneel moeten zijn als die van Google of Facebook, maar wel visueller van aard, waarbij je op de homepage meteen ziet wat het JIP is en de thema's ziet waarover het JIP informatie biedt. Deze thema's zouden gevisualiseerd moeten worden zoals op de site van JIP Haarlemmermeer. Daarnaast zouden er foto's van een aantal heel verschillende jongeren aanklikbaar kunnen zijn, waarna je een stukje film te zien krijgt waarin deze jongere uitlegt wat hij of zij aan het JIP heeft gehad.

- ☞ *"Je moet jongeren daaraan verbinden met wie andere jongeren zich kunnen identificeren."*

Verder moet de website beschikken over een goede zoekmachine die een centrale plek inneemt en moet de site mogelijkheden tot interactie bieden, in ieder geval via email en/of chat met deskundigen. Ook zou het leuk zijn als je je leeftijd en sekse in kunt geven, waarna de vormgeving en inhoud van de homepage verandert.

De informatie op de website moet specifiek gericht zijn op IJsselstein en moet praktische overzichten leveren van relevante adressen in IJsselstein: als het ware een jongerenwegwijzer door de gemeente. Als je bijvoorbeeld op de rubriek 'sport' klikt en daarna op 'voetbal', dan krijg je een overzicht van alle voetbalclubs en alle voetbal evenementen in IJsselstein.

☞ *“Eigenlijk zou je de website moeten laten bouwen door jongeren zelf, dan weet je zeker dat wat erop staat ook echt relevant is voor jongeren.”*

Het belangrijkste communicatiekanaal is mond-tot-mondreclame. Hiervoor is het van essentieel belang dat elke ervaring die een jongere bij het JIP heeft, een positieve is. Alleen dan zal hij of zij over het JIP gaan praten in zijn vriendengroep. En als dat gebeurt, dan zal het JIP zich als een olievlek verspreiden door IJsselstein.

Andere ideeën voor de communicatie van het JIP die genoemd zijn: een marktkraampje op de markt dat bemand wordt door jongeren die reclame maken voor het JIP en een autootje met megafoon dat door IJsselstein rijdt en de naam JIP, het adres, de website en de slogan roept. Een ander idee is om JIP een verplicht onderdeel van de maatschappelijke stage op het VO te maken. Zo krijgt iedere jongere automatisch te maken met JIP. Ook een JIP-oppasservice zou een manier kunnen zijn om jonge meisjes naar het JIP te trekken en huiswerkbegeleiding zou JIP aantrekkelijk kunnen maken voor jongeren op het voortgezet onderwijs.

Een belangrijk moment voor communicatie over het JIP is de opening. Geopperd wordt deze te laten plaatsvinden op Koninginnedag. Dan is iedereen in het stadje, dus als je dan JIP-jongeren laat rondlopen met JIP-T-shirts en JIP-flyers en je kunt een cadeautje afhalen bij het JIP, dan weet meteen heel IJsselstein van het bestaan ervan.

Specifieke voordelen van JIP die jongeren duidelijk opgespeeld willen zien in communicatie zijn: informatie, altijd een oplossing, altijd bereikbaar, anoniem, gratis, snel, denkt met je mee, makkelijk bereikbaar, vrijblijvend.

JIP moet nauw samenwerken met partijen die jongeren nu al bereiken

Jongeren geven aan dat het van belang is dat iedereen die nu al met jongeren werkt in IJsselstein, op de hoogte raakt van het JIP en jongeren ernaar kan doorverwijzen. Anderzijds moet het JIP kunnen doorverwijzen naar organisaties die nu al met jongeren werken. Dat kan gaan om organisaties die gespecialiseerd zijn in bepaalde problemen, zoals schuldhulpverlening, maar ook om organisaties die gespecialiseerd zijn in vrije tijd, zoals het jongerenwerk. Ook organisaties als het Laks en kerken worden genoemd als belangrijke samenwerkingspartners voor JIP.

☞ *“Het JIP moet ook precies weten wat er allemaal te doen is in de gemeente, bijvoorbeeld wat voor sportevenementen er allemaal zijn.”*

Hoewel een deel van de jongeren begrijpt dat ook de politie een belangrijke samenwerkingspartij voor het JIP is, staan met name allochtone jongeren zeer wantrouwend tegenover de politie. Als het JIP ook de allochtone jongeren wil bereiken, is het aanbevelenswaardig om het JIP niet in verband te brengen met de politie. Het beste is om te noemen dat het JIP samenwerkt met alle organisaties in IJsselstein die zich

bezig houden met jongeren, maar om deze organisaties niet bij naam te noemen. Het is voor jongeren niet relevant om welke organisaties het precies gaat, maar wel om zeker te weten dat JIP altijd de juiste informatie paraat heeft en goed kan doorverwijzen wanneer nodig.

💬 *“De kracht van JIP is dat het de mensen die je het beste kunnen helpen, vindbaar voor je maakt.”*

De jongeren uit de verschillende jongerencentra geven aan het een groot pluspunt te vinden als ‘hun’ jongerenwerker verbonden is aan het JIP. Dit zal het gevoel van vertrouwen in het JIP bij deze jongeren vergroten.

💬 *“Stella is nu al mijn JIP. Ik kan AL-LES aan haar vragen.”*

Een Jongeren-in-IJsselstein-agenda kan een goede insteek zijn voor social media rondom JIP

Zowel jongeren als jongvolwassenen hebben het idee dat er weinig voor hen wordt georganiseerd in IJsselstein. Ook geloven ze dat ze lang niet alles weten wat er wordt georganiseerd. Het lijkt hen daarom een goede insteek voor de social media rondom JIP om een jongeren-in-IJsselstein-agenda te starten op Twitter (met links naar Facebook en naar de JIP-site). Ofwel: als je vriend wordt van JIP op Facebook en/of JIP volgt op Twitter, dan weet je altijd wat er voor jongeren speelt in de gemeente. Het hoeft niet per se compleet te zijn, als het maar regelmatig wordt geupdate en relevante evenementen weergeeft. Het zou heel goed bijgehouden kunnen worden door jongeren zelf, niet alleen JIP-jongeren, maar ook andere jongeren die dingen kunnen toevoegen die zij bijvoorbeeld zelf organiseren.

Men waarschuwt wel voor het gebruik van social media. Het JIP zou hier niet TE zwaar op moeten leunen, omdat deze een niet-serieus imago hebben. Om de uitstraling van JIP betrouwbaar te houden is het belangrijk dat de website het belangrijkste communicatiemedium blijft en dat social media hieraan ondersteunend zijn en tot doel hebben jongeren naar de website te trekken.

💬 *“Het is op zich wel leuk als er een Twittergedeelte op de site is, maar daar moet niet de nadruk op liggen.”*

“JIP voor jou” wordt door jongeren en jongvolwassenen spontaan bedacht als slogan

Zowel jongeren als jongvolwassenen vinden dat JIP een slogan moet voeren die het persoonlijke karakter overbrengt. In beide cocreatiegroepen werd spontaan de slogan “JIP voor jou” geopperd. Deze slogan zou op posters inabri's moeten staan met een herkenbaar JIP-logo, een URL en het adres van de hoofdlocatie erbij. Wat betreft logo vindt men het landelijke JIP-logo prima.

💬 *“Het is goed om het landelijke logo te gebruiken, want als je dan verhuist kun je het JIP ook makkelijk vinden.”*

5. Concept JIP IJsselstein

In dit hoofdstuk beschrijven wij JIP IJsselstein alsof het al bestaat. Deze tekst is gebaseerd op alle gesprekken en sessies die wij met stakeholders en jongeren gevoerd hebben en schetst een optimale situatie. In een latere fase moet worden onderzocht in hoeverre dit optimale scenario haalbaar is.

Onderstaande tekst beschrijft het JIP op de volgende onderdelen:

- Wat is het JIP?
- Het JIP voor jongeren en mensen die met jongeren te maken hebben
- De fysieke locatie van het JIP
- Het JIP online (website, Facebook, Twitter, Hyves)
- Informatieverspreiding door het JIP
- De marketing en communicatie van het JIP
- De mensen die voor het JIP werken
- Het registratiesysteem van het JIP
- Samenwerking in de keten

Wat is het JIP?

Het JIP (Jongeren Informatie Punt) bestaat uit een website en een vestiging in het centrum van IJsselstein waar alle jeugdigen in IJsselstein van 12 t/m 23 jaar gratis en zonder afspraak informatie en advies kunnen krijgen over onderwerpen zoals gezondheid, seksualiteit, drugs, alcohol, hulpverlening, rechten en plichten, de omgang met ouders, broers / zussen en vrienden, school, werk, vrije tijd, geld en wonen.

Praktische vragen kunnen via het JIP meestal direct beantwoord worden. Voor inhoudelijke vragen zijn er thematische spreekuren bij het JIP en/of kunnen JIP-medewerkers een afspraak met een deskundige regelen. Waar nodig zal de JIP-medewerker persoonlijk meegaan naar zo'n afspraak.

'Het gezicht' van het JIP zijn goed opgeleide medewerkers, mannen en vrouwen, tussen de 20 en 30 jaar. Zij bemannen de vestiging van het JIP en zijn deels flexibel inzetbaar voor afspraken met jongeren buiten de reguliere openingstijden van de JIP-vestiging om. Achter de schermen zijn aan het JIP verschillende beroepsgroepen verbonden die elk vanuit hun eigen expertise nauw samenwerken aan de missie dat het goed gaat met alle jeugdigen in IJsselstein. Hierbij zijn de uitgangspunten altijd: respect, privacy, vertrouwen, persoonlijke aanpak, autonomie geven en eigen kracht versterken.

Via het JIP hebben jeugdigen en mensen die – zowel betaald als vrijwillig – met jeugdigen werken (bijv. docenten, sportcoaches, politieagenten en jongerenwerkers) toegang tot zowel een dekkend basisaanbod van informatie, voorlichting, jeugd public health en algemene en preventieve zorg en steun, als een sluitende keten en een dekkend aanbod van gespecialiseerde zorg en steun.

De visie achter het JIP is dat het goedkoper en beter is voor de samenleving om te investeren in preventie, autonomie en het versterken van de eigen kracht van jeugdigen, dan om te focussen op interventie wanneer problemen al relatief groot zijn. Dat wil overigens niet zeggen dat complexe gevallen niet welkom zijn in het JIP. Integendeel, het JIP weet ook de weg naar de gespecialiseerde jeugdzorg. Voordeel daarvan is dat er direct kan worden doorverwezen en overlegd, zonder dat er een langdurig traject tussen zit.

Het JIP voor jongeren en mensen die met jongeren te maken hebben

Voor jongeren en voor mensen die met jongeren te maken hebben is het JIP een even vanzelfsprekende openbare voorziening als de bibliotheek, net zo bekend als de HEMA.

Het JIP heeft een heldere website, een goed bereikbare hoofdlocatie en diverse folderrekken op locaties waar jongeren veel komen, zoals scholen, jongerencentra, sportverenigingen en de bibliotheek.

Op de overzichtelijke website van het JIP kun je praktische informatie over IJsselstein vinden en anoniem informatie en anoniem advies krijgen per email en/of chat. Verder is het JIP elke werkdag van 8:00 tot 10:00 en van 16:00 tot 20:00 uur telefonisch of per SMS / PING / What'sApp bereikbaar. Ook biedt het via Facebook, Twitter en de website een jongeren-in-IJsselstein-agenda die een overzicht geeft van leuke en/of interessante dingen.

Het JIP is resultaatgericht en is laagdrempelig toegankelijk voor alle soorten jongeren. Iedereen kan er betrouwbare informatie en een goed advies of passende doorverwijzing krijgen. Je voelt je er nooit betutteld of gedwongen, maar je wordt er serieus genomen en je gaat er altijd weg met relevante informatie of een concrete afspraak met een expert die je verder kan helpen met de specifieke vraag die je hebt (bijv. iemand van schuldhulpverlening, een arbeidsconsulent of een verslavingsdeskundige).

Wie virtueel, telefonisch of in persoon contact opneemt met het JIP wordt direct te woord gestaan. Waar mogelijk krijgt men meteen antwoord op de vraag; in andere gevallen krijgt men inzicht in de vervolgstappen die men kan zetten, met vaak ook al een concrete afspraak met een deskundige.

De fysieke locatie van het JIP

De JIP-vestiging is drie dagen per week geopend van 16:00 tot 18:00 uur (op vrijdagen tot 20.00 uur) en is gevestigd in het Stadjie of op het Podium (Bibliotheek/Cultuurhuis). De locatie heeft een verzorgde, huiselijke uitstraling. Het JIP is een laagdrempelige informatiewinkel en geen kantoor waar je eerst drie deuren, een trap en lift moet trotseren om binnen te komen.

Je komt binnen in een centrale ruimte met gratis koffie, thee en water. Daar staat een leestafel vol leuke en zinnige informatie voor jongeren in IJsselstein, variërend van sportactiviteiten en festivals tot assertiviteitstrainingen en cursussen omgaan met geld. Ook staan in de centrale ruimte banken en zitjes om te lezen of te praten en er staan een paar computers om te surfen over de website van het JIP of om informatie te zoeken.

Hoewel het niet de bedoeling is dat jongeren hier gaan zitten chillen, mag iedereen binnen komen lopen en even blijven hangen om informatie te lezen of te praten met andere bezoekers of met de mensen die het JIP bemannen. Wie behoefte heeft aan privacy kan ook in een aparte ruimte gaan zitten.

Het JIP online (website, Facebook, Twitter, Hyves)

Online is het JIP goed te vinden via een duidelijke website. Deze site fungeert als een 'portal' naar alle organisaties in IJsselstein in de regio die voor jongeren relevant kunnen zijn, van feestorganisaties tot psychologen. Ook staat er informatie op over onderwerpen zoals gezondheid, seksualiteit, drugs of alcohol, hulpverlening, rechten en plichten, de omgang met ouders, broers / zussen en vrienden, school, werk, vrije tijd, geld en wonen. De site is visueel van aard, met functioneel beeld (foto's en filmpjes) en zonder lange teksten. Via de website kunnen jongeren ook per email en/of chat informatie en advies krijgen van medewerkers van het JIP.

Daarnaast zit JIP IJsselstein online op Facebook, Hyves en Twitter. Daar heeft het JIP actieve profielen, die vaak worden bijgewerkt met relevante informatie, tips, tricks en een jongeren-in-IJsselstein-agenda. Via deze profielen onderhoudt het JIP direct contact met jongeren in IJsselstein en kunnen jongeren bijvoorbeeld hun eigen ideeën kwijt voor verbetering van het JIP.

Informatieverspreiding door het JIP

Op plekken waar veel jongeren komen, zoals jongerencentra, bibliotheken, scholen en sportverenigingen hangen posters van het JIP en staan folderrekken met folders en flyers over uiteenlopende onderwerpen die voor jongeren in IJsselstein relevant kunnen zijn. Hier zitten ook visitekaartjes in van de centrale locatie, met het adres en telefoonnummer erop. Met zo'n visitekaartje kun je op de hoofdlocatie een kleine verrassing ophalen (bijv. chocola of een memory stick). Verder heeft het JIP bemande informatiestands op de markt, op jongerenfeesten en festivals waar veel jongeren komen.

De marketing en communicatie van het JIP

Een aantal keer per jaar geeft het JIP voorlichting op scholen. Speciaal opgeleide vrijwilligers vertellen op hun eigen school wat het JIP voor jongeren kan betekenen en JIP-medewerkers geven thema-voorlichtingen aan scholieren en eventueel hun ouders. Daarnaast zullen de vrijwilligers regelmatig flyeren voor het JIP op drukke dagen in het Stadje, zoals Koninginnedag, en zal het JIP regelmatig posters ophangen op straat, bijvoorbeeld in bushokjes.

Op plekken waar veel jongeren komen liggen bovendien flyers van het JIP, die er aantrekkelijk uitzien door vrolijk kleurgebruik en een aansprekende jongere op de voorkant. Er staat niet te veel tekst in de flyer: een korte beschrijving van wat het JIP biedt, waar het zit en hoe/wanneer je het kunt bereiken. De slogan van het JIP is: **“JIP voor jou!”**

De mensen die voor het JIP werken

De mensen die voor het JIP werken zijn zelf niet per se hulpverlener of deskundige op een bepaald gebied, maar zijn zeer goed op de hoogte van de sociale kaart voor jongeren in IJsselstein en van alle andere activiteiten en initiatieven die in IJsselstein voor jongeren worden georganiseerd. Ze zijn getraind op vraagverheldering en doorverwijzing. Het zijn mannen en vrouwen, autochtoon en allochtoon tussen de 20 en 30 jaar oud.

Veel praktische vragen van jongeren en van mensen die met jongeren werken zullen zij direct kunnen beantwoorden. Voor meer inhoudelijke vragen zullen zij doorverwijzen naar een deskundige op dat gebied. In dat geval maken zij de afspraak waar de jongere (of iemand die namens een jongere met het JIP contact opnam) bij aanwezig is en indien nodig zullen zij deze ook voorbereiden op de afspraak en vergezellen naar de afspraak toe.

Het JIP kun je dus zien als een centraal knooppunt in een web van gespecialiseerd aanbod. De functie van het JIP is om dit aanbod up-to-date te houden zodat zij jongeren (en/of mensen die met jongeren werken) hier doorheen kunnen loodsen. Bij het JIP zelf werken niet heel veel mensen. Het is een platte organisatie die in nauw overleg met de betreffende beleidsadviseur van de gemeente, gerund wordt door een manager die parttime kantoor houdt op de hoofdlocatie.

Deze manager heeft een team van JIP-medewerkers onder zich dat de informatie up-to-date houdt, de vestiging, telefoon, chat en email bemant, de website, Hyve, Facebook en Twitter pagina bijhoudt, zich bezig houdt met de inrichting en marketing van het JIP en de planning maakt. De JIP-medewerkers zijn gedeeltelijk stagiaires, gedeeltelijk betaalde krachten. Daarnaast werkt het JIP met vrijwilligers die ofwel voor “credits” ofwel in het kader van bijvoorbeeld de maatschappelijke stage specifieke acties voor het JIP uitvoeren, zoals flyeracties en voorlichtingen op hun eigen school.

Het registratiesysteem van het JIP

Het JIP houdt bezoekersaantallen en doorverwijzingen bij in een registratiesysteem. Ook doet het JIP aan opvolging: er wordt na verloop van tijd contact opgenomen met zowel de doorverwezen jongere als met de deskundige naar wie is doorverwezen, om te bepalen of de doorverwijzing effectief was. Ook de uitkomst van de opvolging wordt bijgehouden in het registratiesysteem, zodat op termijn onderzoek kan worden gedaan naar de effectiviteit van het JIP. De manager en beleidsadviseur kunnen deze informatie gebruiken om de wethouder en de raad te informeren en om bij te sturen.

In het registratiesysteem worden geen persoonsgegevens opgenomen; de informatie wordt anoniem verwerkt om de privacy van de jongeren te garanderen.

Een goed registratiesysteem draagt bij aan de signalerings- en inventarisatiefunctie die het JIP op het gebied van preventief jeugd- en jongerenbeleid heeft.

Samenwerking in de keten

De ketenpartners van het JIP (CJG, SMW, Pulse, Schuldhulp, Jongerenloket SoZa, straatcoaches, politie, scholen, leerplicht, sportverenigingen, huisvestingsinstanties etc.) worden door de manager nauw betrokken bij het JIP. Zij weten elkaar te vinden, zijn op de hoogte van elkaars expertise en aanbod en overleggen regelmatig met elkaar. Ook is het mogelijk voor diverse hulpverleners om periodieke spreekuren op het JIP te organiseren over diverse onderwerpen zoals seksualiteit, rechten en plichten, schulden en geld etc. Het is een pre als het jongerenwerk en een jeugdmaatschappelijk werker verbonden zijn aan het JIP die enkele laagdrempelige gesprekken kan voeren met jongeren die in een dip zitten. Deze jongeren zijn te “licht” voor de geïndiceerde jeugdzorg, maar hebben wel een steuntje in de rug nodig.

Kortom, bij het JIP kun je informatie en advies vinden over alle dingen die in jouw leven belangrijk zijn. Bij het JIP word je altijd serieus genomen en verder geholpen.

6. De kosten van een JIP

De kosten van een JIP hangen af van vele factoren. Wordt het een virtueel JIP met losse activiteiten, zoals in Amsterdam-ZuidOost? Of wordt het een fysiek JIP dat dagelijks geopend is en ook een website heeft, een email- en chatfunctie en spreekuren? Het is op dit moment onmogelijk om de exacte kosten van het beoogde JIP in IJsselstein in beeld te brengen omdat de reikwijdte van dit JIP nog niet is bepaald en nog niet helder is of wellicht schaalgrootte gerealiseerd kan worden door samen te werken met aangrenzende gemeenten.

Uitgaande van de gesprekken met jongeren en stakeholders in IJsselstein gaat de sterke voorkeur uit naar een fysiek JIP op een drukke, centrale plek in de stad, dat enkele dagen per week op gezette tijden geopend zal zijn. Tijdens openingstijden zal personeel (en/of vrijwilligers) op de locatie aanwezig moeten zijn. Daarnaast gaan JIP-medewerkers (en/of vrijwilligers) ook naar plekken waar jongeren veel komen, zoals scholen, jongerencentra en hangplekken.

Als indicatie voor de mogelijke structurele kosten voor een JIP in IJsselstein volgen hieronder twee voorbeelden. Als eerst het JIP in Amsterdam-Oost, een “minimaal JIP” en als tweede het JIP in Den Haag, een “maximaal JIP”.

6.1 Kostenindicatie minimaal JIP

Een minimaal JIP, zoals in Amsterdam-Oost heeft een coördinator voor acht uur per week en een stagiaire voor een aantal uren per week. Hiernaast wordt gebruik gemaakt van vrijwilligers. In Oost is er jaarlijks contact met ongeveer 600 jongeren. Dit JIP heeft geen eigen website. Het JIP is een kleine ruimte (een kamer in een Dienstencentrum), waar op drie dagen per week spreekuur worden gehouden. Verder zit het JIP in Oost op twee scholen met per school één spreekuur per week en verzorgt het JIP acht keer per jaar voorlichting en lesprogramma's op deze scholen. In totaal gaat het om zo'n 600 betaalde uren per jaar. De subsidie die stadsdeel Oost krijgt voor de uitvoering van dit JIP een bedrag van € **38.000,-**. (Om kostendekkend te zijn is minimaal € **51.000,-** nodig).

6.2 Kostenindicatie maximaal JIP

Een maximaal JIP, zoals in Den Haag, heeft een coördinator voor 20 uur per week, twee HBO-geschoolde jongerenadviseurs voor 36 uur per week en een stagiaires voor 32 uur per week (10 maanden). Jaarlijks is er contact met zo'n 3000 jongeren (op locatie, telefonisch en via mail). Dit JIP heeft een actuele website waar dagelijks nieuws op wordt geplaatst. Ook is er een chatfunctie en een mailfunctie. Het JIP is dagelijks (niet in het weekend) van 12.00 tot 17.00 uur geopend en tijdens kantooruren telefonisch bereikbaar.

De locatie ligt in het centrum van Den Haag, ziet er van buiten uit als een winkel en is binnen aantrekkelijk en zakelijk ingericht. Er is een balie, goed gevulde folderrekken, twee computers waar jongeren vrij gebruik van kunnen maken en twee aparte spreekkamers. Er wordt op diverse scholen voorlichting gegeven en er zijn diverse regelmatig terugkerende thema-sprekken op het JIP, zoals het geld-sprekkuur, het SOA-sprekkuur en een juridisch spreekuur. Hiervoor wordt samengewerkt met diverse instanties als de GGD, Sense en de rechtswinkel. Dit JIP ontwikkelt eigen foldermateriaal, neemt deel aan relevante netwerk-overleggen (loverboys, CJG, 12+ etc.) en ontwikkelt diverse projecten, bijvoorbeeld een project voor jonge moeders. In totaal gaat het om zo'n 2.700 betaalde uren per jaar. De structurele kosten voor dit JIP bedragen **€ 190.000,-**. Gedeeltelijk komt dit geld uit stedelijke subsidies, gedeeltelijk wordt het geworven uit fondsen.

De hierboven beschreven kosten betreffen de jaarlijkse kosten voor personeel, huur, website en foldermateriaal. Daarnaast moet rekening worden gehouden met eenmalige opstartkosten voor het ontwikkelen van een JIP. Het gaat hierbij om het inrichten van de ruimte, het ontwikkelen van de website, marketing en communicatie.

7. Bijlagen

Dit hoofdstuk bevat de volgende bijlagen:

- 7.1 Overzicht stakeholders betrokken bij marktanalyse
- 7.2 Gespreksleidraad marktanalyse (interviews met ketenpartners)
- 7.3 Beoordeling concepttekst door jongeren tijdens behoeftenanalyse
- 7.4 Gespreksleidraad behoeftenanalyse (gesprekken met jongeren op vindplaatsen)
- 7.5 Overzicht jongeren betrokken bij Cocreatie
- 7.6 Beoordeling concepttekst door jongeren tijdens cocreatie
- 7.7 Gespreksleidraad cocreatie (sessies met jongeren)
- 7.8 Het Europees Handvest Jeugdinformatie
- 7.9 Geraadpleegde bronnen

7.1 Overzicht stakeholders betrokken bij marktanalyse

Werkgroep:	Geïnterviewde ketenpartners:	Ketenpartners aanwezig bij informatiebijeenkomst op 19-12-2011:
- Beleidsadviseur Jeugd - CJG-manager - CJG-procesregisseur - Jongerenwerkster Pulse	- Medewerker jongerenloket Sociale Zaken - Schoolleider Cals College (met de portefeuille “zorg” in haar pakket) - Verzuimcoördinator Cals College - Zorgcoördinator Cals College - 2 leerplichtambtenaren - Jeugdarts GGD Midden-Nederland - Schoolmaatschappelijk werkster Vitras - 3 jongerenwerkers Pulse - Medewerker bureau Schuldhulpverlening gemeente IJsselstein	- Wethouder Jeugd - CJG (2 personen) - Bibliotheek - Primair Onderwijs - Directeur Pulse - Beleidsadviseur veiligheid - Beleidsadviseur Jeugd - Politie (2 personen)

7.2 Gespreksleidraad marktanalyse (interviews met ketenpartners)

- Spontane reacties “JIP”
 - Bekendheid, ervaring met JIP en soortgelijke voorzieningen
 - Positieve ervaringen (toppers)
 - Negatieve ervaringen (flopers)
- Waardering:
 - Sterke punten JIP en soortgelijke voorzieningen
 - Minder sterke punten
 - Verbeterpunten
- Visie:
 - Op welke behoeften moet het JIP inspelen
 - Binnen welke ontwikkelingen past het JIP
- Verwachtingen:
 - Verschijningsvorm: wat is een JIP, fysiek en/of digitaal
 - Organisatievorm: samenwerkingsverband / stichting
 - Partners / medewerkers JIP
 - Plaats(en) JIP
 - Werkingsmechanisme: hoe ‘werkt’ het JIP
 - Effecten: wat ‘doet’ het JIP
- Doelgroepperceptie:
 - Primaire doelgroep: wie gaan er vooral gebruik maken van het JIP
 - Secundaire doelgroep: voor wie is het JIP nog meer
- ‘Concurrentieveld’
 - Andere voorzieningen voor jongeren waar het JIP contact mee moet zoeken
 - Hoe onderscheidt het JIP zich van deze andere voorzieningen
 - Hoe moet het JIP aansluiten bij het CJG
- Advies
 - Hoe zou jij het JIP ontwikkelen
 - Welke rol zou je jongeren daarin geven
 - Waar moeten we in ieder geval aan denken
 - Wat zijn valkuilen om te vermijden
 - Personen die we moeten spreken
 - Initiatieven die we moeten onderzoeken
 - Laatste tips & tricks
 - Waar moet het JIP komen

7.3 Beoordeling concepttekst door jongeren tijdens behoeftenanalyse

Onderstaande tekst is tijdens de behoeftenanalyse door N = 17 jongeren gelezen en voorzien van plusjes en minnetjes. In deze bijlage is de analyse van deze beoordeelde teksten opgenomen.

dit spreekt jongeren zeer aan

dit spreekt jongeren wel aan

hier zijn jongeren neutraal over

dit spreekt jongeren minder aan

dit spreekt jongeren helemaal niet aan

Bij JIP (Jongeren Informatie Punt) kunnen alle jongeren in IJsselstein **gratis en zonder afspraak informatie en advies** krijgen over alle onderwerpen die belangrijk zijn in hun leven.

De uitgangspunten van JIP zijn: **respect, vertrouwen, persoonlijke aanpak en positief.**

JIP heeft een **goed bereikbare hoofdlocatie** (dagelijks geopend van 15:00 tot 21:00 uur), die wordt bemand door speciaal opgeleide jongeren (18+) uit IJsselstein.

Zij gaan ook dagelijks de straat op om vragen van jongeren op straat te beantwoorden.

Verder is JIP elke dag van 9:00 tot 22:00 uur telefonisch of per **SMS / PING / WhatsApp** bereikbaar en staan er JIP folderrekken op scholen, jongerencentra en sportverenigingen.

Op de overzichtelijke **website** van JIP kun je praktische informatie over IJsselstein vinden en **anoniem informatie en advies krijgen per email en/of chat.**

Verder biedt JIP via **Facebook en Twitter** een jongeren-in-IJsselstein-agenda die een overzicht geeft van leuke en/of interessante dingen. Hier kun je zelf ook dingen aan toevoegen.

Achter de schermen zijn aan JIP verschillende organisaties verbonden die nauw samenwerken, waaronder instellingen voor **onderwijs**, maatschappelijk werk en de **politie.**

Hierdoor kunnen praktische vragen over bijvoorbeeld geld, werken, school, wonen, sporten en gezondheid via JIP **direct** beantwoord worden.

Voor inhoudelijke vragen zijn er thematische spreekuren bij JIP en/of kunnen JIP-medewerkers een afspraak met een deskundige regelen.

Waar nodig zal de JIP-medewerker persoonlijk meegaan naar zo'n afspraak.

Kortom, JIP geeft jongeren informatie en advies over alle dingen die in hun leven belangrijk zijn.

Iedereen wordt bij JIP altijd serieus genomen en verder geholpen.

7.4 Gespreksleidraad behoeftenanalyse (gesprekken met jongeren op vindplaatsen)

Introductie

- Welkom, voorstellen interviewer
- Voorstellen respondent
- Doel van het interview
- Geen goed / fout

JIP IJsselstein

Voorleggen tekst en sfeerbeeld; meelesen

- **Spontane reacties** op de tekst over het JIP en sfeerbeeld
- **Beleving JIP:** plussen / minnen / drijfveren / drempels / verbeterpunten
- **Vragen m.b.t. JIP:** in hoeverre is helder wat het JIP is; welke vragen heeft men erover
- **Doornemen tekst op onderdelen JIP**
 - uitgangspunten, locatie, openingstijden, medewerkers, producten en diensten, werkwijze
- **Ideeën voor inhoud, vorm en kanalen communicatie JIP** n.a.v. de concepttekst

Afsluiting

- Laatste tips voor JIP
- Bedanken

7.5 Overzicht jongeren betrokken bij Cocreatie

12-18 jarigen (N = 16)

Meisjes (N = 6)

Lamyae	14 jaar	3TL
Nouk	16 jaar	5 Gymnasium
Milou	17 jaar	MBO bouwkunde, architectuur en design
Halima	17 jaar	5 HAVO
Nina	18 jaar	HBO communicatiemanagement
Jitske	18 jaar	6 VWO

Jongens (N = 10)

Abdul	15 jaar	3 TL
Yorick	15 jaar	5 VWO
Melvin	16 jaar	5 VWO
Sem	16 jaar	4 TL
William	16 jaar	5 HAVO
Kasper	16 jaar	5 VWO
Mathieu	17 jaar	4 HAVO
Jelle	17 jaar	5 VWO
Sergio	17 jaar	MBO
Costian	17 jaar	MBO

19-25 jarigen (N = 13)

Meisjes (N = 5)

Esmée	19 jaar	HBO ecologische pedagogiek
Djarna	21 jaar	HBO voeding en diëtiëk
Roberta	22 jaar	HBO bedrijfseconomie
Siham	23 jaar	HBO management in zorg
Deborah	23 jaar	HBO eventmanagement

Jongens (N = 8)

Thomas	19 jaar	6 VWO
Vincent	19 jaar	HBO bouwtechnische bedrijfskunde
Ismail	20 jaar	HBO economie lerarenopleiding
Niels	21 jaar	MBO uitvoering grond en waterbouw
Stefan	21 jaar	5 HAVO
Wilco	21 jaar	werkend
Patrick	23 jaar	HBO technische bedrijfskunde
Bas	25 jaar	werkend

7.6 Beoordeling concepttekst door jongeren tijdens cocreatie

Onderstaande tekst is tijdens de cocreatie door N = 15 jongeren tussen de 14 en 18 jaar en door N = 9 jongeren tussen de 19 en 23 jaar gelezen en voorzien van plusjes en minnetjes. In deze bijlage is de analyse van deze beoordeelde teksten opgenomen.

14-18 jarigen

dit spreekt jongeren zeer aan

dit spreekt jongeren wel aan

hier zijn jongeren neutraal over

dit spreekt jongeren minder aan

dit spreekt jongeren helemaal niet aan

Bij JIP (Jongeren Informatie Punt) kunnen alle jongeren in IJsselstein **gratis en zonder afspraak informatie en advies** krijgen over alle onderwerpen die belangrijk zijn in hun leven.

De uitgangspunten van JIP zijn: **respect, vertrouwen, persoonlijke aanpak, positief en privacy gewaarborgd.**

JIP heeft een **goed bereikbare hoofdlocatie** (drie dagen per week geopend van 16:00 tot 18:00 uur en een avond in de week van 16:00 tot 20:00 uur).

De hoofdlocatie wordt bemand door speciaal opgeleide jongeren (18+) uit IJsselstein.

Zij gaan ook dagelijks de straat op om vragen van jongeren op straat te beantwoorden.

Verder is JIP elke dag van 8:00 tot 10:00 en van 16:00 tot 20:00 uur telefonisch of per **SMS / PING / WhatsApp** bereikbaar en staan er JIP folderrekken op scholen, jongerencentra en sportverenigingen. Op de overzichtelijke **website** van JIP kun je praktische informatie over IJsselstein vinden en **anoniem informatie en advies krijgen per email en/of chat.**

Verder biedt JIP via **Facebook en Twitter** een jongeren-in-IJsselstein-agenda die een overzicht geeft van leuke en/of interessante dingen.

Achter de schermen zijn aan JIP alle organisaties verbonden die met jongeren te maken hebben.

Hierdoor kunnen praktische vragen over bijvoorbeeld geld, werken, school, wonen, sporten en gezondheid via JIP **direct** beantwoord worden.

Voor inhoudelijke vragen zijn er thematische spreekuren bij JIP en/of kunnen JIP-medewerkers een afspraak met een deskundige regelen.

Waar nodig zal de JIP-medewerker persoonlijk meegaan naar zo'n afspraak.

Kortom, JIP geeft jongeren informatie en advies over alle dingen die in hun leven belangrijk zijn.

Iedereen wordt bij JIP altijd serieus genomen en verder geholpen.

19-23 jarigen

dit spreekt jongeren zeer aan

dit spreekt jongeren wel aan

hier zijn jongeren neutraal over

dit spreekt jongeren minder aan

dit spreekt jongeren helemaal niet aan

Bij JIP (Jongeren Informatie Punt) kunnen alle jongeren in IJsselstein **gratis en zonder afspraak informatie en advies** krijgen over alle onderwerpen die belangrijk zijn in hun leven.

De uitgangspunten van JIP zijn: **respect, vertrouwen, persoonlijke aanpak, positief en privacy gewaarborgd.**

JIP heeft een **goed bereikbare hoofdlocatie** (drie dagen per week geopend van 16:00 tot 18:00 uur en een avond in de week van 16:00 tot 20:00 uur).

De hoofdlocatie wordt bemand door speciaal opgeleide jongeren (18+) uit IJsselstein.

Zij gaan ook dagelijks de straat op om vragen van jongeren op straat te beantwoorden.

Verder is JIP elke dag van 8:00 tot 10:00 en van 16:00 tot 20:00 uur telefonisch of per **SMS / PING / WhatsApp** bereikbaar en staan er JIP folderrekken op scholen, jongerencentra en sportverenigingen.

Op de overzichtelijke **website** van JIP kun je praktische informatie over IJsselstein vinden en **anoniem informatie en advies krijgen per email en/of chat.**

Verder biedt JIP via **Facebook en Twitter** een jongeren-in-IJsselstein-agenda die een overzicht geeft van leuke en/of interessante dingen.

Achter de schermen zijn aan JIP alle organisaties verbonden die met jongeren te maken hebben.

Hierdoor kunnen praktische vragen over bijvoorbeeld geld, werken, school, wonen, sporten en gezondheid via JIP **direct** beantwoord worden.

Voor inhoudelijke vragen zijn er thematische spreekuren bij JIP en/of kunnen JIP-medewerkers een afspraak met een deskundige regelen.

Waar nodig zal de JIP-medewerker persoonlijk meegaan naar zo'n afspraak.

Kortom, JIP geeft jongeren informatie en advies over alle dingen die in hun leven belangrijk zijn.

Iedereen wordt bij JIP altijd serieus genomen en verder geholpen.

7.7 Gespreksleidraad cocreatie (sessies met jongeren)

22-12-2011 op het stadhuis van IJsselstein

Sessie 1 (14-18 jarigen) 17:00 – 19:00

Sessie 2 (18-23 jarigen) 19:30 – 21:30

Duur sessies: 2 uur

- | | | |
|---|--------|-----------------------------|
| 1 | 15 min | Kennismaking en introductie |
| 2 | 50 min | Beleving concept JIP |
| 3 | 50 min | Optimalisatie concept JIP |
| 4 | 5 min | Afsluiting |

Gebruik sessieleidraad

Als leidraad hanteren we onderstaande punten. De formulering van de onderwerpen en de volgorde waarin vragen worden gesteld, liggen niet vast. We sluiten aan bij het antwoord-patroon van de jongeren. Steeds vragen we om een motivatie van het antwoord (hoe en waarom).

1) Kennismaking en introductie

- Welkom, voorstellen moderator
- Voorstellen jongeren
 - o leeftijd
 - o school
 - o vrije tijd
- Spelregels:
 - o opname en foto's
 - o geen goed / fout

Jongeren in IJsselstein

Hoe is het om een jongere in IJsselstein te zijn?

- Plussen / minnen
- Verbeterpunten / wensen / behoeften
- Toekomstperspectief
 - In IJsselstein blijven of verhuizen
 - Waarheen; waarom

Thema's

Eerst spontaan; later evt. helpen door thema's te noemen: geld, school, werk, huisvesting, relaties met familie, relaties met leeftijdsgenoten, rechten en plichten, gezondheid, gevoel, vrije tijd, verslaving

- Zaken in het eigen leven die men belangrijk vindt
- Thema's in het eigen leven en in de interactie met anderen waar men vragen over heeft
- Type vragen dat men heeft over het eigen leven en alles wat daarmee te maken heeft

Informatie en advies

- Gedrag dat men vertoont als men vragen heeft over het eigen leven
- Bronnen van informatie en ondersteuning voor vragen over het eigen leven
 - Waar gaat men heen voor antwoorden
 - Welke mensen, instanties, websites
- Type informatie en ondersteuning dat men zoekt voor vragen over het eigen leven
- Evaluatie beschikbare informatie / ondersteuning bij vragen over het eigen leven

Beleving huidige communicatie gericht op jongeren

Stapel communicatiemateriaal op tafel leggen

- Spontane reacties
- Doelgroeperceptie
- Onderscheidendheid
- Mate waarin het prikkelt
- Plussen / minnen
- Verbeterpunten

Beleving bestaande websites gericht op jongeren

- Welke sites gebruikt men regelmatig
- Waarvoor gebruikt men deze sites zoal
- Wat vindt men goed en slecht aan deze sites

Enkele websites (www.jip haarlemmermeer.nl , www.jip den haag.nl , www.mindmasters.nl , www.jong in almere.nl) op het scherm beameren en bespreken op onderstaande punten.

Bespreken per website:

- Spontane reacties
- Doelgroeperceptie
- Onderscheidendheid
- Mate waarin het prikkelt
- Plussen / minnen
- Verbeterpunten

2) Beleving concept JIP IJsselstein

Beleving Jongeren Informatie Punt spontaan

- Spontane reacties op de term “Jongeren Informatie Punt / JIP”
 - Verwachtingen
- Bekendheid JIP
 - In hoeverre bekend met JIP; ervaringen
 - Van horen zeggen: van wie / waar

Summiere toelichting: De gemeente IJsselstein wil een jongeren informatiepunt ontwikkelen, waar jongeren informatie en praktisch advies kunnen krijgen over alles wat in hun leven belangrijk is. Denk aan onderwerpen als school, werk, wonen, vrije tijd, geld, rechten en plichten, vrienden, familie, gezondheid en seksualiteit.

Beleving Jongeren Informatie Punt o.b.v. summiere toelichting

- Plussen / minnen
- Drijfveren / drempels
- Doelgroeperceptie
- Onderscheidendheid
- Naamgeving JIP
- Verbeterpunten

Beleving Jongeren Informatie Punt o.b.v. concepttekst

Tekst uitdelen en plussen / minnen in laten schrijven (individueel). Daarna gezamenlijk bespreken.

- Spontane reacties
- Plussen / minnen
- Drijfveren / Drempels
- Doelgroeperceptie
- Onderscheidendheid

Beleving onderdelen JIP

Nader ingaan op de volgende aspecten:

- Hoofdlocatie en satellieten
- Thematische open spreekuren
- Inloopspreekuur maatschappelijk werker
- Folderrekken met flyers en visitekaartjes van het JIP op plekken waar veel jongeren komen
- Gratis verrassing af te halen op hoofdlocatie met visitekaartje (bijv. chocola / memory stick)
- Jongeren-in-ijsselstein-agenda op Facebook / Twitter / Hyves
- Mogelijkheid om eigen ideeën voor het JIP kwijt te kunnen op Hyves / Facebook / Twitter
- Boekje van het JIP (voorbeeld Rotterdam)
- Flyers van het JIP (voorbeeld Rotterdam)

Bespreken per onderdeel:

- Plussen / minnen
- Drijfveren
- Drempels
- Doelgroeperceptie
- Onderscheidendheid
- Verbeterpunten

3) Optimalisatie concept JIP IJsselstein

Optimalisatie concepttekst

- Verbeterpunten
- Concretisering
 - Locatie(s)
 - Personeel, stagiaires, vrijwilligers
 - Website
 - Social media
 - Producten en diensten incl. spreekuren, themabijeenkomsten

Maken collage

- Beschrijving sfeer moodboard
- Verwachtingen sfeer n.a.v. collage
- Passendheid bij JIP
- Aansprekendheid
- Doelgroeperceptie

Beleving collage Amsterdam-Noord

- Vergelijking eigen collage met collage Amsterdam-Noord
- Beschrijving sfeer moodboard
- Verwachtingen sfeer n.a.v. collage
- Aansprekendheid
- Doelgroeperceptie
- Passendheid bij JIP IJsselstein

Communicatie JIP

- Verwachtingen t.a.v. inhoud communicatie JIP
 - Wat zou je zelf in ieder geval over JIP vertellen
 - Wat is het 'communicatiehaakje'
 - Slogans
 - Websites (JIP Den Haag, JongIn Almere, MindMasters)
- Verwachtingen t.a.v. vorm en kanalen communicatie JIP
 - Langs welke wegen moet communicatie over JIP bij de jongeren komen
 - Hoe moet communicatie over JIP eruit zien

4) Afsluiting

- Laatste tips
- Afsluiten en bedanken

7.8 Het Europees Handvest Jeugdinformatie

Dit handvest is vastgesteld en aangenomen op 3 december 1993 door de vierde algemene vergadering van het Europees Agentschap Jeugdinformatie en Advies (EURYICA) te Bratislava (Slowakije).

De volgende beginselen zijn richtlijnen voor Jongeren Informatie Punten en dragen ertoe bij het recht van Jongeren op informatie te garanderen:

1. Jeugdinformatievoorzieningen staan op voor alle jongeren, zonder onderscheid
2. Jeugdinformatievoorzieningen streven ernaar te garanderen dat alle jongeren gelijke toegang tot informatie hebben, ongeacht hun situatie, verblijfplaats of afkomst
3. De aangeboden informatie is enkel en alleen gebaseerd op de vragen en behoeften van de gebruiker en is onafhankelijk. De aangeboden informatie beslaat alle gebieden die relevant zijn voor jonge mensen
4. Elke gebruiker wordt gezien als een individu en de antwoorden zijn aangepast aan de vraag
5. Jeugdinformatievoorzieningen zijn vrij toegankelijk (zonder afspraak)
6. Bij verlenen van diensten wordt privacy en anonimiteit gerespecteerd
7. Informatie en advies zijn gratis
8. De aangeboden informatie is volledig, onpartijdig en speciaal voor dit doel opgeleid personeel
9. De informatie wordt overgedragen door deskundig en speciaal voor dit doel opgeleid personeel
10. Er wordt alles aangedaan om de objectiviteit van de informatie te verzekeren door het gebruik van meervoudige bronnen
11. De aangeboden informatie is onafhankelijk en vrij van enig ideologisch, politiek of commercieel belang
12. De onafhankelijkheid van de dienstverlening en de informatie moeten worden gegarandeerd in geval van gebruik van sponsoring en advertering

7.9 Geraadpleegde bronnen

- Europees Handvest Jeugdinformatie
- Handreiking CJG-ontwikkeling voor jongeren van 12 tot 23 jaar
- Kwaliteitsdocument no.10, (SJN, Houwer, Baars, 1998)
- Werkboek “Working Together, jongerenparticipatie: een opdracht en methode voor jongereninformatie werk” (Stuurgroep WT, 2001)
- Uitvoeringsplan Jongerenservicepunt Zuidoost, juli 2011
- Het Jongeren Service Punt in Geuzenveld-Slotermeer (DSP-groep juli 2010)
- IJsselstein Veiliger. Notitie veiligheid gemeente IJsselstein, februari 2011
- Scarlett Zwartkruis, coördinator JIP Den Haag
- Lychia Berchem, coördinator JIP Amsterdam-Noord