

Terugkoppeling JIP Amsterdam Noord

onderzoek onder stakeholders en jongeren in Amsterdam Noord

Sfeerbeeld JIP



juli 2011

Stefanie Jansen & Martine Jansen

de JeugdZaak

Inhoudsopgave

1. Conclusies en aanbevelingen	pagina 3
2. Achtergrond, doelstelling, werkwijze	pagina 8
3. Terugkoppeling gesprekken met stakeholders en bezoeken JIP's	pagina 11
4. Terugkoppeling co-creatiesessies met jongeren	pagina 13
5. De kosten van een JIP	Pagina 24
Bijlagen	pagina 25
o Bijlage 1: beoordeling concepttekst door jongeren 16-18	
o Bijlage 2: beoordeling concepttekst door jongeren 19-23	
o Bijlage 3: belang van thema's in het leven van jongeren 16-18	
o Bijlage 4: belang van thema's in het leven van jongeren 19-23	
o Bijlage 5: concepttekst voor intern gebruik	
o Bijlage 6: overzicht jongeren geïnterviewd tijdens fase 1	
o Bijlage 7: overzicht 'stakeholders' betrokken bij fase 1	
o Bijlage 8: gesprekspuntenlijst 'stakeholders'	
o Bijlage 9: lijst bezochte JIP's en JSP's	
o Bijlage 10: overzicht jongeren co-creatiesessies tijdens fase 2	
o Bijlage 11: gespreksleidraad fase 2	
o Bijlage 12: Het Europees Handvest Jeugdinformatie	

Dit project is uitgevoerd in opdracht van Stadsdeel Noord, Astrid Krikken / Brigitte van Teeffelen.

Voor meer informatie over deze terugkoppeling, neem contact op met de JeugdZaak, Martine Jansen en/of Stefanie Jansen.

Martine Jansen: 06-21583299 / martinejansen@dejeugdzaak.nl

Stefanie Jansen: 06-52686084 / stefaniejansen@dejeugdzaak.nl

1. Conclusies en aanbevelingen

Conclusies en implicaties onderzoek onder stakeholders

- **Stakeholders zijn unaniem van mening dat de komst van een JIP een goede zaak is**
Er is behoefte aan een verzamelpunt waar professionals en jongeren terecht kunnen met hun vragen.
Er is bij stakeholders vooral behoefte aan een sterke netwerkwerkpartner die alle partijen kent en bij elkaar kan brengen waar nodig.
- **JIP moet zowel fysiek als digitaal zijn**
Fysieke locatie op centrale plek met ruime openingstijden buiten schooltijd, goed bereikbaar met OV.
Ondersteund door een goede website met mailfunctie.
- **JIP moet geen nieuwe hulpverleningsinstantie worden**
JIP moet informatie en advies bieden op alle leefgebieden van jongeren.
JIP moet zich niet op “problemen” richten, maar op vragen van jongeren.
Er moet een Jeugdmaatschappelijk werker aan het JIP verbonden worden waarmee jongeren enkele laagdrempelige gesprekken kunnen voeren zonder dat daar een indicatie voor nodig is.
- **JIP moet outreachend werken**
JIP moet voorlichting geven op scholen en in jongerencentra.
JIP moet een jongere niet loslaten voordat die de juiste informatie heeft gekregen en goed is geholpen.
De mensen die bij JIP werken moeten weten hoe jongeren denken en doen.
- **JIP moet onder regie van het stadsdeel vallen**
JIP wordt gezien als “jongeren-OKC”.
De JIP-manager is dan ook de directe partner van de OKC-manager en is logischerwijs ook werkzaam vanuit het stadsdeel, dat als enige onafhankelijke partij de aangewezen regisseur is.
- **Partners van JIP**
Jongerenwerk, jongerenschuldhelpverlening, streetcornerwork, jongerenloket DWI, jeugdzorginstanties, scholen en het OKC zijn kernpartners van JIP.
JIP moet een netwerkorganisatie zijn voor organisaties die met jongeren te maken hebben.
Op die manier wordt JIP een soort expertisecentrum voor jongeren.

Conclusies en implicaties onderzoek onder jongeren:

- **Jongeren uit Amsterdam Noord identificeren zich met hun stadsdeel en willen zich ervoor inzetten**
In de beleving is Amsterdam Noord gezelliger, rustiger en veiliger dan de rest van Amsterdam, maar biedt minder faciliteiten en evenementen voor jongeren, die ver uit elkaar liggen.
Gezien de grote betrokkenheid bij Amsterdam Noord waarderen jongeren het zeer dat het stadsdeel hen betreft bij de ontwikkeling van een Jongeren Informatie Punt.
- **Belangrijke thema's voor jongeren: vertrouwen, geluk, veiligheid, zelfstandigheid en gezondheid**
Deze thema's noemen zowel jongeren als jongvolwassenen als elementair in hun leven.
Op jongeren gerichte initiatieven zoals JIP kunnen hierop inspelen met hun dienstverlening, inrichting en communicatie.
- **Bij vragen en problemen wenden jongeren zich tot hun ouders, elkaar, de directe omgeving en Google Ouders** (met name moeders) zijn belangrijke informatieverstrekkers als het gaat om praktische zaken zoals geld, werk en school.
Verder bespreekt men veel met vrienden (zowel 'live' als via sociale media zoals Facebook en Twitter), zoekt men informatie op internet via Google en maakt men gebruik van (vertrouwens-personen in) de directe omgeving, zoals de (sport)school of de jongerencentrum.
- **Jongeren geloven dat zij niet op de hoogte zijn van alle kansen en mogelijkheden in Amsterdam (Noord)**
In de beleving van jongeren is veel informatie over het stadsdeel voor hen niet toegankelijk en/of niet bekend.
Om op de hoogte te blijven vertrouwt men eerder op vrienden en hun directe omgeving, dan op 'officiële' kanalen, zoals informatie vanuit het stadsdeel of de stad.
- **Jongeren zijn kritisch op websites die op hen gericht zijn: 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 te druk en/of onaantrekkelijk qua vormgeving en/of te veel gebaseerd op tekst, te weinig visueel.
Qua inhoud bieden ze geen meerwaarde boven Google omdat de informatie te algemeen en te weinig praktisch van aard is.
- **Op jongeren gerichte folders, boekjes en flyers moeten visueel, praktisch en zakelijk zijn**
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. Bij een flyer is dat eigenlijk het enige wat erop hoeft te staan.
In een boekje mag meer informatie gegeven worden (meer tekst), als het maar gaat om relevante, praktisch bruikbare informatie die op een overzichtelijke, visuele manier wordt weergegeven in een goed leesbaar lettertype. Lappen tekst moeten te allen tijde vermeden worden.
Zowel voor flyers als voor boekjes geldt dat sprekend beeld met identificatiewaarde gebruikt moet worden en dat past in de context (functioneel beeld).
- **De naam JIP wordt gewaardeerd en wordt in het gebruik al snel een 'persoon'**
Jongeren Informatie Punt dekt de lading van de kerntaak van JIP: informatie bieden.
De afkorting JIP klinkt vrolijk en uitnodigend.
Jongeren spreken niet over 'het JIP', maar over 'JIP': "Informatie haal je bij JIP."

- Door JIP te positioneren als verschafter van informatie kan het wegblijven van probleemassociaties**

Het is belangrijk om duidelijk onderscheid te maken tussen wat JIP doet versus wat JIP communiceert. Wat JIP doet is vragen beantwoorden, praktische hulp en advies bieden en waar nodig ‘warm’ doorverwijzen naar experts op alle gebieden die in het leven van jongeren en jongvolwassenen relevant zijn. Om associaties met problemen en hulp te voorkómen, moet in de communicatie over JIP *informatie* centraal staan.

Hierbij kunnen breed relevante en geaccepteerde thema’s genoemd worden: geld, school, werk, wonen, rechten / plichten, seksualiteit en sport / vrije tijd.

Over meer “probleemgekleurde” thema’s zoals verslaving, (psychische) gezondheid, sociale problemen en criminaliteit moet JIP wel informatie bieden, maar dit niet opspelen in communicatie.
- JIP moet een hoofdlocatie hebben; als deze bemand wordt met jongeren is dat extra positief**

Een hoofdlocatie is belangrijk voor de vindbaarheid van JIP en voor het creëren van een ‘merkbeleving’, waarin persoonlijke aanpak en professionaliteit kerningrediënten zijn.

De hoofdlocatie van JIP bemannen met jongeren zal bijdragen aan de laagdrempeligheid. Idealiter zijn er altijd een jongen en een meisje aanwezig en rouleren er verschillende etniciteiten. Bij ‘persoonlijke aanpak’ horen vaste gezichten en opvolging.
- JIP moet een informatiewinkel zijn**

JIP moet uitstralen dat het is voor serieuze zaken (zonder afstandelijk te zijn) en niet om te chillen. Het moet dus geen jongerencentrum of hangplek worden.
- JIP moet flexibel bereikbaar zijn: ruime openingstijden na school, online, telefonisch en op straat**

De hoofdlocatie zou geopend moeten zijn na school (middag en avond) en liefst in het weekend. JIP moet goed telefonisch bereikbaar zijn – mogelijk, maar niet noodzakelijk, zelfs 24 uur per dag – en via online chat of in ieder geval via een snelle emails-service.

Ook zouden JIP-jongeren op straat aanwezig kunnen zijn (bijv. rondrijdend op JIP-scooters). Verder zouden jongeren JIP zou moeten kunnen SMS-en en PING-en.
- Thematische spreekuren en een maatschappelijk werker op de hoofdlocatie van JIP spreekt aan**

Men verwacht van een expert ‘diepere informatie’ te kunnen krijgen waardoor doorverwijzing voorkómen kan worden. Doordat de expert op gezette tijden bij JIP komt zitten wordt deze laagdrempeliger. Aansprekende thema’s: geld, werk, huisvesting, seksualiteit, gezondheid, rechten/plichten, sport. Problematische thema’s zoals drugs, alcohol, gokken, gamen en criminaliteit moeten volgens jongeren niet als aparte thema-spreekuren worden opgenomen, maar geïntegreerd aan bovenstaande thema’s. Een maatschappelijk werker zou op gezette tijden gewoon moeten rondlopen als laagdrempelig aanspreekpunt voor complexere vraagstukken voor de bezoekers van JIP en als sparring partner en coach voor de jongeren die JIP bemannen, om hen inhoudelijk te ondersteunen en praktijkgericht ‘learning on the job’ te bieden.
- De uitstraling van JIP fysiek en in communicatie moet verzorgd en warm-zakelijk zijn**

Jongeren vinden het belangrijk dat JIP verzorgd en professioneel (zakelijk) overkomt; dit draagt bij aan het gevoel serieus genomen te worden.
- JIP moet zoveel mogelijk communicatiekanalen gebruiken om bekend te worden**

Het belangrijkste communicatiekanaal is mond-tot-mondreclame op basis van positieve ervaringen. Daarnaast leent school zich voor persoonlijke communicatie door JIP-jongeren, flyers, kaarten en boekjes. Folderrekken en Boomerangkaarten moeten staan bij jongerencentra en sportverenigingen.

Social media zijn geschikt voor 'user generated content' waarbij jongeren zelf aangeven: 'gevonden bij JIP' en doorlinken naar relevante evenementen e.d. in Noord (Jongeren-in-Noord-agenda die door jongeren zelf wordt bijgehouden).

Google moet JIP als eerste link geven bij zoekopdrachten m.b.t. jongerenvragen.

JIP-flyers moeten triggeren door beeld en slogan en vertellen 'wat, waar, wanneer'.

JIP kan thematische boekjes uitgeven, praktisch en visueel van aard, met handige overzichten.

De website van JIP moet simpel en functioneel zijn, visueel van aard en met een centrale zoekmachine.

Deze zou moeten werken als een soort "Amsterdam Noord Google" waar je alles over Amsterdam Noord kunt vinden op een toegankelijke manier.

- **JIP moet nauw samenwerken met partijen die jongeren nu al bereiken**

Jongeren vinden het logisch dat over en weer zal worden doorverwezen, zodat elke organisatie zich kan concentreren op zijn kerntaken.

JIP moet fungeren als brug tussen de jongeren en de voorzieningen voor jongeren in Noord.

- **JIP moet bekend zijn bij en geaccepteerd worden door ouders**

Jongeren geven aan dat het belangrijk is dat ouders weten van het bestaan van JIP en hier een positief gevoel bij hebben.

Als ouders JIP afwijzen omdat zij bijvoorbeeld denken dat het iets is voor jongeren die problemen hebben of iets verkeerd hebben gedaan, dan kan het zijn dat ze hun kind er niet heen laten gaan.

JIP VOLGENS JONGEREN EN STAKEHOLDERS

Bij **JIP (Jongeren Informatie Punt)** kunnen alle jongeren in Amsterdam Noord 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 Amsterdam Noord. Zij trekken ook dagelijks het stadsdeel in 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 bereikbaar en staan er JIP folderrekken op scholen, jongerencentra en sportverenigingen.

Op de overzichtelijke **website** van JIP kun je praktische informatie over Amsterdam Noord vinden en anoniem informatie en advies krijgen per email en/of chat. Verder biedt JIP via **Facebook** en **Twitter** een jongeren-in-Noord-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.

Sfeerbeeld JIP:



2. Achtergrond, doelstelling, werkwijze

Achtergrond

Stadsdeel Amsterdam Noord wil een Jongeren Informatie Punt (JIP) ontwikkelen voor jongeren in de leeftijd van 16 t/m 23 jaar. Er wonen in Amsterdam Noord zo'n 13.000 jongeren op ruim 86.000 inwoners. Ongeveer 15% van de inwoners van Noord is tussen de 13 en de 24 jaar. Het idee is dat deze jongeren hier informatie kunnen krijgen over alle onderwerpen die in hun leven belangrijk kunnen zijn. Waar nodig zal het JIP de jongeren doorverwijzen naar gespecialiseerde instanties of experts. Deze ontwikkeling past in de ontwikkeling van het Ouder en Kind Centrum (OKC) in Amsterdam. De OKC's worden de komende jaren doorontwikkeld tot 23 jaar. De Wmo-functie "informatie en advies" voor jongeren tot 23 jaar kan goed ingevuld worden met de komst van een JIP.

Ook voldoet een JIP aan het Europees Handvest Jeugdinformatie dat 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 beginselen in dit handvest zijn richtlijnen voor Jongeren Informatiepunten en dragen ertoe bij het recht van Jongeren op informatie te garanderen. Het handvest is als bijlage bij deze terugkoppeling opgenomen.

Stadsdeel Amsterdam Noord heeft aan Martine Jansen en Stefanie Jansen van de JeugdZaak gevraagd om onderzoek te doen onder jongeren en stakeholders om uiteindelijk een concreet stappenplan te maken voor het ontwikkelen van een JIP dat relevant en aantrekkelijk zal zijn voor jongeren van 16 t/m 23 jaar.

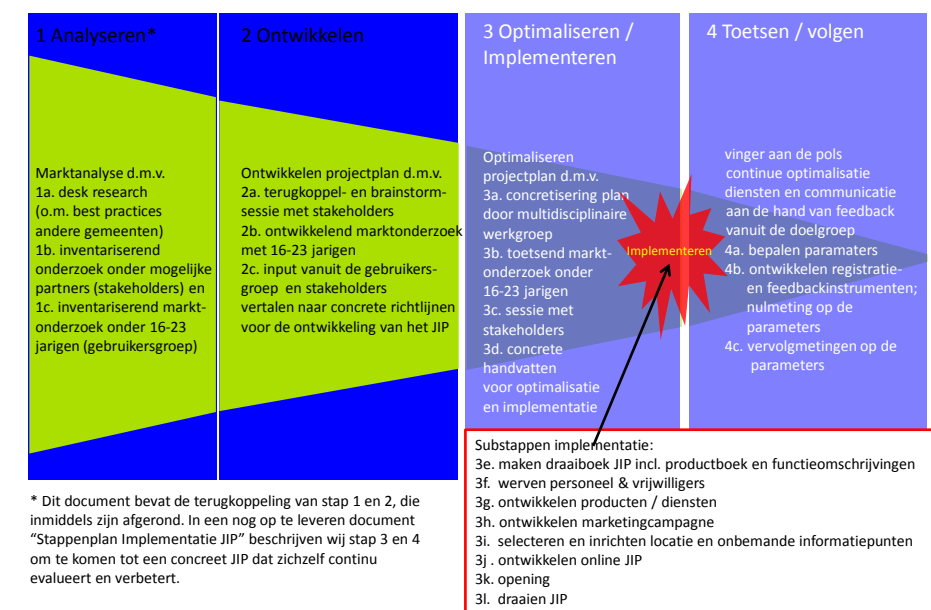
Doelstelling

Omdat Amsterdam Noord graag wil dat het JIP relevant en aantrekkelijk zal zijn voor jongeren hebben wij besloten om een traject van "co-creatie" in te gaan, waarbij jongeren zelf het JIP conceptueel vormgeven op punten als aanbod, locatie en bemanning en input geven voor de marketing en communicatie van het JIP.

De gewenste output van het project is primair een concreet stappenplan om te komen tot een JIP dat relevant en aantrekkelijk is voor de beoogde doelgroep 16-23 jarigen die wonen in Amsterdam Noord. Secundair is van belang dat een breed draagvlak ontstaat voor het JIP bij alle organisaties die iets te maken hebben met jongeren in Amsterdam Noord.

Werkwijze

Overzicht ontwikkelingsproces JIP Amsterdam Noord*



Fase 1: inventariseren

Bij aanvang van het project hebben we een multidisciplinaire werkgroep geformeerd¹, met wie we steeds de voortgang van het project hebben besproken.

Vervolgens zijn we gestart met een inventarisatie van ideeën over jongeren in Amsterdam Noord en een eventueel JIP bij N = 23 belangrijke 'stakeholders' binnen het stadsdeel en experts daarbuiten. Hiervoor hebben zowel op het stadsdeeltkantoor als op de werkplekken van de stakeholders zelf gesprekken gevoerd. We hebben diverse bezoeken gebracht aan jongerencentra in Amsterdam Noord waar in gesprek zijn gegaan met jongerenwerkers.

Hiernaast hebben we met enkele werkgroepleden werkbezoeken afgelegd bij 6 bestaande JIP's en JSP's (Jongeren Service Punten) in en buiten Amsterdam.

Verder zijn er N = 27 jongeren geïnterviewd, deels door onszelf en deels door professionals en beleidsmedewerkers uit Amsterdam Noord, die hiertoe een interviewtraining van ons hadden gekregen.

Hiernaast hebben ook nog veel korte gesprekjes met jongeren over het JIP plaatsgevonden in jongerencentra, op het Buikslotermeerplein, op het Bredero college en op de pont.

¹ De werkgroep bestond uit: de OKC-manager Amsterdam Noord, de beleidsadviseur Jeugd & Gezin, de beleidsadviseur Jeugd 12+ en mensen van streetcornerwork, Dock en Spirit.

Fase 2: ontwikkelen

Op basis van de inzichten die we tijdens de inventarisatie hebben opgedaan, hebben we een concepttekst over het JIP geschreven, gevisualiseerd door een 'moodboard'. Deze concepttekst en moodboard hebben we besproken tijdens een werkgroepoverleg waarbij ook jongeren aanwezig waren en vervolgens aangepast om ze geschikt te maken voor co-creatie-sessies met jongeren.

Op 30 en 31 mei 2011 hebben we met in totaal N = 23 jongeren tussen de 16 en 23 jaar twee co-creatiesessies van ieder twee uur gehouden. De sessies zijn gemodereerd door Stefanie Jansen en Martine Jansen en bijgewoond door Brigitte van Teeffelen en Astrid Krikken.

Op basis van de co-creatie-sessies hebben we de concepttekst aangescherpt, het moodboard aangepast en concrete ideeën voor de invulling van het JIP ontwikkeld.

Op 23 juni 2011 hebben we met in totaal N = 3 jongeren tussen de 16 en 23 jaar opnieuw een co-creatiesessie gehouden, deze keer van drie uur, gemodereerd door Stefanie Jansen en Martine Jansen en bijgewoond door Brigitte van Teeffelen. Tijdens deze sessie hebben het concept JIP gevisualiseerd in de vorm van een flyer met JIP-logo en fimpjes.

Op zondag 2 juli zijn we nog met een jongere van de Jongeren Advies Raad naar de Centrale Openbare Bibliotheek gegaan om de sfeer en de uitstraling van het gebouw te proeven. We hebben er enkele shots opgenomen. Ook hebben we deze jongere gefilmd bij het Bredero-college en hem gevraagd naar het belang van het JIP.

3. Terugkoppeling gesprekken stakeholders en werkbezoeken JIP's/JSP's

Gesprekken met stakeholders

Er is in totaal met 23 professionals een gesprek gevoerd over JIP aan de hand van een gesprekspuntenlijst (zie bijlage 7 en 8).

Stakeholders zijn unaniem van mening dat de komst van een JIP een goede zaak is

Er is behoefte aan een verzamelpunt waar professionals en jongeren terecht kunnen met hun vragen. Er is bij stakeholders vooral behoefte aan een sterke netwerkwerkpartner die alle partijen kent en bij elkaar kan brengen waar nodig. De JIP manager moet een spin in het web zijn die netwerkpartners bij het JIP kan betrekken. Eventueel zou een netwerkoeverleg 12+ op het JIP kunnen plaatsvinden.

- ☞ *“Er is een woud aan hulpverlening voor jongeren, niemand ziet door de bomen het bos meer. Het zou goed zijn als er iemand is die precies weet wat er is, voor wie en waar je het kan halen.”*
- ☞ *“Het JIP zou een mooie plek zijn om een netwerkoeverleg 12+ te houden*

JIP moet zowel fysiek als digitaal zijn

Stakeholders zijn van mening dat het JIP zowel een fysiek locatie moet hebben op een centrale plek in het stadsdeel, bijvoorbeeld het Buikslotermeerplein. De locatie moet goed bereikbaar zijn met het openbaar vervoer. Het JIP moet het liefst dagelijks of minimaal een paar dagen per week geopend zijn buiten schooltijden. Daarnaast moet het JIP ook digitaal actief zijn met een eigen website en de mogelijkheid om via de mail of sms vragen te stellen.

- ☞ *“Jongeren zijn heel digitaal ingesteld, dus moet je een goede website hebben.”*
- ☞ *“Jongeren willen ook graag praten met iemand die ze vertrouwen. Het JIP moet daarom een prettige plek voor ze zijn.”*

JIP moet geen nieuwe hulpverleningsinstantie worden

Het JIP moet volgens de stakeholders geen hulpverleningsinstantie worden. Het JIP moet informatie en advies bieden op alle leefgebieden van jongeren. Het JIP moet zich niet op “problemen” richten, maar op vragen van jongeren. Waar vervolgens een probleem gesignaleerd wordt, 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. Wel is er ruimte en behoefte aan een Jeugdmaatschappelijk werker die enkele uren per week spreekuur houdt op het JIP. Jongeren kunnen bij de JMW'er enkele laagdrempelige gesprekken voeren, zonder daarvoor een indicatie nodig te hebben. Deze voorziening heeft het stadsdeel op dit moment niet.

- ☞ *“Laat zo'n JIP alsjeblieft geen nieuwe hulpverleningsinstantie worden!”*
- ☞ *“Het zou goed zijn als er een goed activiteiten overzicht komt met alle leuke dingen voor jongeren in Noord dat ook nog eens goed gecommuniceerd wordt met jongeren. Er wordt veel voor die doelgroep georganiseerd, maar er komen maar weinig jongeren op af. Dat is zo jammer!”*

JIP moet outreachend werken

Stakeholders willen dat het JIP outreachend gaat werken. Het JIP kan voorlichting gaan geven op scholen en in jongerencentra. 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. Deze jongeren moeten een afspiegeling zijn van de jongeren in Noord.

- ☞ *“Als je een jongere met een kluitje het riet in stuurt, ben je hem kwijt. Dat moet je zien te voorkomen.”*
- ☞ *“Je moet niet een “zijig” type in dat JIP zetten. Het moet iemand zijn die jongeren begrijpt en weet wat er speelt.”*

Het JIP moet onder regie van het stadsdeel vallen

JSP's en JIP's worden ook wel uitbesteed aan andere instanties als jongerenwerk en welzijnsinstellingen. De meeste stakeholders in Noord vinden echter dat het JIP onder regie van het stadsdeel moet vallen en goed moet aansluiten op het OKC. Je zou het JIP als “jongeren-OKC” kunnen zien. De JIP-manager is dan ook de directe partner van de OKC-manager. Het stadsdeel heeft bovendien de mogelijkheid om participatie van instellingen vast te leggen in subsidiebeschikkingen.

- ☞ *“Iemand moet de regie voeren en boven de partijen staan. Wie kan dat beter dan het Stadsdeel?”*

Partners van JIP

De partners van het JIP moeten in ieder geval het jongerenwerk, jongerenschuldhelpverlening, streetcornerwork, jongerenloket DWI, jeugdzorginstanties, scholen en het OKC zijn. Veel stakeholders willen graag op het JIP spreekuren houden of voorlichting geven op hun vakgebied. Ze willen graag meer contact met elkaar en zien het JIP als een goede mogelijkheid hiertoe. Ze zien het JIP als een netwerkorganisatie waar ze voordeel mee kunnen doen. Op die manier wordt het JIP een soort expertisecentrum voor jongeren.

- ☞ *“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!”*

Werkbezoeken JIP's en JSP's

Om ons een beeld te vormen van een JIP zijn we met werkgroepleden op een aantal werkbezoeken binnen en buiten de stad gegaan. Het ging ons om het krijgen van een indruk van hoe een JIP zou kunnen werken.

In Amsterdam zijn 3 JSP's en een JIP bezocht. Buiten Amsterdam is een bezoek gebracht aan het JIP in Rotterdam, het JIP in de Haarlemmermeer (Hoofddorp) en het JIP in Den Haag.

De JSP's en JIP's verschillen behoorlijk van elkaar. Sommigen zijn bijna elke dag open en bieden ook hulpverlening als lokale trajectbegeleiding. Anderen zijn heel klein en maar één of twee middagen per week open en bieden uitsluitend voorlichting. Sommigen hebben websites en een mailfunctie, maar anderen weer niet. Waar de JIP's zich op alle leefgebieden van jongeren richten, richten de JSP's in Amsterdam zich vooral op opleiding, stage en werk.

De JIP's en JSP's die het beste lopen en door ons als meest aantrekkelijk werden ervaren, hebben een fysieke locatie op een centrale plek met een aantrekkelijke uitstraling, hebben een website en een mailfunctie en richten zich op alle leefgebieden van de jongeren. Ook zijn ze meerdere middagen per week open en zijn goed telefonisch bereikbaar. Het JIP in Den Haag voldeed volledig aan ons beeld van hoe een JIP moet zijn. Er werken HBO-opgeleide jonge jongerenadviseurs. Er is contact met zo'n 5000 jongeren per jaar. En het JIP in Den Haag heeft de sfeer die de jongeren in Noord ook zoeken: zakelijk en informatief.

4. Terugkoppeling co-creatiesessies met jongeren

Sessies gemodereerd door:	Stefanie Jansen & Martine Jansen, de JeugdZaak
Datum en locatie sessies:	30 en 31 mei 2011 in het Stadsdeelhuis te Amsterdam Noord
Tijdsduur:	op beide dagen van 18:00 tot 20:00 uur
Aanwezige jongeren (N = 22):	N = 9 jongeren van 16 t/m 18 jaar (N = 4 meisjes, N = 5 jongens) N = 13 jongeren van 19 t/m 23 jaar (N = 6 meisjes, N = 7 jongens)

Jongeren uit Amsterdam Noord identificeren zich met hun stadsdeel en willen zich ervoor inzetten

Zowel jongere als oudere jongeren uit Amsterdam Noord geven aan dat zij houden van Amsterdam Noord. Zij identificeren zich primair met Amsterdam Noord en niet zozeer met Amsterdam. In hun beleving is Amsterdam Noord heel anders dan de rest van Amsterdam. De jongeren in dit onderzoek wonen er over het algemeen graag en zijn meestal van plan er te blijven wonen. Als ze al overwegen om ergens anders te gaan wonen, dan is het eerder Purmerend of Almere dan een ander stadsdeel in Amsterdam. Ze ervaren Amsterdam Noord overwegend als gezelliger, rustiger en veiliger dan andere stadsdelen.

- ☞ *“Het is niet zo agressief en gevaarlijk als de Bijlmer.”*
- ☞ *“Als je het vergelijkt met bijvoorbeeld Amsterdam Oost, dan hoef je hier niet bang te zijn dat je zomaar een aai² krijgt op straat.”*
- ☞ *“Het is veel groener en relaxter dan andere stadsdelen.”*
- ☞ *“Het is een nette buurt, net als Amsterdam Zuid.”*
- ☞ *“Vergeleken met andere stadsdelen hoor je weinig negatieve dingen over Noord in het nieuws.”*
- ☞ *“Het is gezellig, iedereen kent elkaar, het is minder anoniem dan andere stadsdelen.”*
- ☞ *“Ik ben blij dat ik in Noord woon, want hier kan ik genieten van de rust.”*

Een enkeling heeft wel eens een negatieve ervaring gehad in Amsterdam Noord, zoals een burenruzie, een inbraak of een bedreiging. In deze gevallen wendt men zich over het algemeen tot de politie.

- ☞ *“Soms hoef je niet de politie te bellen, maar is het al genoeg als je gewoon zelf aanbelt en zegt dat je last hebt van het lawaai. Ik ben wel iemand die eerst zelf de dingen op probeert te lossen.”*

Negatief aan het wonen in Noord is volgens de jongeren in dit onderzoek dat het stadsdeel weinig faciliteiten voor jongeren biedt. Als ze uit willen gaan dan moeten ze naar een ander stadsdeel, terwijl ze liever in Noord zouden willen blijven.

- ☞ *“Als je het vergelijkt met Westerpark dan doet Noord helemaal niks voor jongeren. Je hoeft je daar echt nooit te vervelen. Hier is het meer gericht op wonen, niet op uitgaan. Ik denk dat dat gaat leiden tot een grote leegloop van jongeren naar andere stadsdelen.”*
- ☞ *“Het is echt alleen maar gericht op wonen, je kunt eigenlijk niet uitgaan in Noord.”*

Ook negatief vinden ze dat de dingen ver uit elkaar liggen, met donkere stukken ertussen. Eigenlijk moet je een auto of een brommer hebben als je in Noord woont.

² Een “aai” staat hier niet voor een lieve zachte strijkbeweging, maar voor een agressieve blik recht in de ogen.

- ☞ *“Het zou handig zijn als er één uitgaanscentrum was, met alles bij elkaar. Een Pathé, kroegjes, winkeltjes...”*
- ☞ *“Ik heb nu een auto, dat maakt het wonen in Noord wel weer wat beter voor mij.”*
- ☞ *“Je kunt ‘s avonds op bepaalde plekken niet fietsen, dat is echt te donker en daar hangen enge types rond.”*

Tenslotte wordt als negatief punt opgemerkt dat er ‘import’ in Noord komt wonen in nieuwe woongebieden. Dit gaat ten koste van het mooie groen en brengt ‘yuppen met asociale kinderen’ naar Amsterdam Noord, die niet gezellig zijn zoals de oorspronkelijke bewoners, maar erg op zichzelf gericht.

- ☞ *“Bij mij om de hoek is zo’n nieuw project. Daar wonen echt super-asociale kleine kinderen.”*

Jongeren zijn niet onverdeeld blij met de Noord-Zuidlijn; ze verwachten dat deze gaat leiden tot nog meer yuppen in Noord.

- ☞ *“De Noord-Zuidlijn gaat ervoor zorgen dat het nog minder rustig wordt hier.”*

Gezien de grote betrokkenheid Jongeren waarderen het zeer dat het stadsdeel hen betreft bij de ontwikkeling van een Jongeren Informatie Punt. Dit geeft hen het idee dat zij niet alleen betrokken zijn bij hun stadsdeel, maar het stadsdeel ook bij hen. In beide groepen is sprake van een grote bereidwilligheid zich in te zetten voor een beter Amsterdam Noord voor jongeren.

- ☞ *“Het geeft mij een goed gevoel dat ik mag meedenken hierover. Ik heb het idee dat ik iets goeds kan doen voor het stadsdeel en voor jongeren in Amsterdam Noord zoals ikzelf.”*

Belangrijke thema’s voor jongeren: vertrouwen, geluk, veiligheid, zelfstandigheid en gezondheid

Op basis van de invulijstjes die in fase 1 en 2 zijn afgenomen kan gesteld worden dat jongeren in de leeftijd van 16-18 jaar en jongvolwassenen van 19-23 jaar verschillen in de dingen die zij belangrijk vinden in hun leven. Geluk en vertrouwen zijn voor beide leeftijdsgroepen het meest belangrijk. 16-18 jarigen lijken iets meer waarde te hechten aan veiligheid, terwijl 19-23 jarigen iets meer bezig lijken te zijn met gezondheid. Verder zijn 16-18 jarigen meer bezig met relaties tot anderen, terwijl 19-23 jarigen het belangrijk vinden dat ze hun eigen leven kunnen inrichten zoals zij dat willen. Seksualiteit staat alleen bij de oudere leeftijdsgroep in de top 10.

De top 10 van belangrijke thema’s ziet er als volgt uit:

16-18 jarigen	19-23 jarigen
dat je je ouders vertrouwt	dat je gelukkig bent
dat je weet wat goed en slecht is	dat je je ouders vertrouwt
dat je gelukkig bent	dat je je eigen geld kunt verdienen
dat je je veilig voelt	dat je gezond bent
dat je respect hebt voor anderen	dat je het thuis gezellig hebt
dat je je eigen geld kunt verdienen	dat je een fijn huis hebt
dat je een fijn huis hebt	dat je je veilig voelt
dat je goed voor jezelf kunt zorgen	dat je goed voor jezelf kunt zorgen
dat je goed met geld kunt omgaan	dat je zelf kunt bepalen hoe je leeft
dat je gezond bent	dat je een goed seksleven hebt

Bij vragen en problemen wenden jongeren zich tot hun ouders, tot elkaar, de directe omgeving en tot Google

Zowel jongere als oudere jongeren geven aan dat hun ouders belangrijke informatieverstrekkers zijn als het gaat om praktische zaken zoals geld, werk en school. Met name moeders worden genoemd als belangrijk (ook omdat een deel van de kinderen uit een eenoudergezin komt). Ouders (moeders) helpen met de administratie, met het vinden van werk en met het uitzoeken van een opleiding. Ook geeft een deel van de (autochtone) jongeren aan dat zij met hun moeder overal over kunnen praten: van ruzie tot seksualiteit.

De jongeren in dit onderzoek geven dan ook over het algemeen geen blijk van een behoefte het huis uit te gaan; thuis wordt alles voor hen gedaan, het is er gezellig en het is goedkoop!

- ☞ *“Ik heb een heel goede band met mijn ouders. Ik kan alles met hen bespreken en zij zullen mij nooit laten vallen.”*
- ☞ *“Als ik een vraag of probleem heb dan ga ik eerst naar mijn moeder. Als die geen oplossing weet, dan ga ik kijken op internet.”*
- ☞ *“Mijn moeder weet veel meer dan mijn vader. Maar mijn vader kan helpen met reparaties enzo.”*

Verder bespreken jongeren van alles met hun vrienden (zowel ‘live’ als via sociale media zoals Facebook en Twitter³) en zoeken zij informatie op 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 Amsterdam (www.youramsterdam.nl).

- ☞ *“Die website is nooit bij ons onder de aandacht gebracht.”*

Tenslotte 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.

Jongeren geloven dat zij niet op de hoogte zijn van alle kansen en mogelijkheden in Amsterdam (Noord)

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 Amsterdam (Noord) hen biedt.

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

In de beleving van jongeren is veel informatie over het stadsdeel 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 het stadsdeel of de stad.

- ☞ *“Er loopt in de Valk een jongen rond die alle goede feesten in Noord altijd twittert. Iedereen volgt hem.”*

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).

³ Ze gebruiken bijna niet meer Hyves; “Hyves is dood” volgens de jongeren. Alle jongeren in dit onderzoek hebben een Facebook account en velen Twitteren ook.

Jongeren zijn kritisch op websites die op hen gericht zijn: 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.

Your Amsterdam (www.youramsterdam.nl) vinden jongeren te druk en te rechtstreeks qua taalgebruik (veel “jij” en “jouw”; dit spreekt absoluut niet aan). Ze worden afgeschrikt door de grote lappen tekst en het vele scrollen en lachen honend om de poging social media in te zetten.

- ☞ *“Ze proberen persoonlijk te zijn met dat jij en jou, maar de gemeente hoeft op die manier niet persoonlijk tegen mij te doen. Dan ben ik juist meteen weer weg!”*
- ☞ *“Websites van de overheid zijn altijd heel onduidelijk met heel veel tekst.”*
- ☞ *“Wat een lelijk logo...”*
- ☞ *“Leuk bedacht van de gemeente om te gaan twitteren, want als je het goed gebruikt, kun je met social media veel jongeren bereiken, maar moet je zien: het laatste berichtje was in maart...”*

Wat wel aanspreekt op deze site is een foto van een jongen (Khalid) waar je op kunt klikken om zijn verhaal over een stage te lezen. Dit soort persoonlijke, visuele dingen past beter bij de belevingswereld van jongeren dan kleine lettertjes. Jongeren merken op dat er idealiter verschillende soorten jongeren met hun stageverhaal op de homepage zouden moeten staan, zodat er voor iedereen iemand is om zich mee te identificeren (i.e. jongens en meisjes van verschillende etniciteiten).

Over de website Jong in Almere (www.jonginalmere.nl) zijn jongeren positief over de kleuren (blauw) en over de filmpjes en foto's. Negatief vindt men 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.

- ☞ *“Dit is door een amateur in elkaar geknutseld, die dacht: het gaat over jongeren dus we doen het urban. Maar urban spreekt lang niet iedereen aan. En dat hoeft ook niet; het gaat om de inhoud, de vormgeving moet daar ondergeschikt aan zijn.”*

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.”*

De website van het JIP Haarlemmermeer (www.jiphaarlemmermeer.nl) vindt men aantrekkelijk door de visuele navigatie: elk onderwerp is voorzien van een duidelijk plaatje, zodat je in principe niet eens hoeft te lezen. De thema's die genoemd worden – geld, gezondheid, hulp, jong moeder, meedoen, recht, school, seks, verslaving, vrije tijd, werken, wonen – vinden jongeren interessant. Teleurstelling treedt echter op bij doorklikken: zo verwacht men bij 'meedoen' iets leuks en niet een oproep om in een onderzoek te participeren. En bij het onderwerp 'sport' verwacht men niet een overzicht van sportmogelijkheden in de omgeving, maar een doorlink naar Wikipedia waar men een opsomming van alle sporten ter wereld aantreft.

- ☞ *“Dit is gewoon shit. Ik kan zelf ook wel naar Wikipedia gaan.”*

Verder merken jongeren op dat het blok linksboven, met het logo van het JIP en de pijlen met 'JIP geeft gratis antwoord' en 'spreekuur maandag en woensdag 15-18 uur' nogal schreeuwerig ("reclameachtig") overkomt. Jongeren vinden dat een dergelijke site niet reclame-achtig moet zijn, maar strak en zakelijk.

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

Sites die jongeren zelf noemen als overzichtelijk, informatief en goed op jongeren gericht, zijn de Informatiebeheergroep, Google en Facebook. De Informatiebeheergroep heeft ongelooflijk veel informatie achter de homepage zitten, terwijl de toegang simpel blijft: helder gerubriceerd op onderwerp en met een goede zoekmachine.

- ☞ *"Het is visueel niet uitdagend, maar inhoudelijk perfect. En als IB-groep hoef je visueel ook niet uitdagend te zijn, want het gaat over serieuze zaken."*
- ☞ *"Je wordt er heel goed doorgeleid als je een vraag stelt."*

Net als websites moeten op jongeren gerichte folders, boekjes en flyers visueel, praktisch en zakelijk zijn

Jongeren zijn net zo kritisch op folders, boekjes en flyers als op websites. Ze geven 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 op de pont. 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.

- ☞ *"Hier, dit, van het Jongerenatelier, dat is dus een gemiste kans, want er is nergens een adres te vinden."*
- ☞ *"Dit van de gemeente: dat is nou echt zo'n ambtelijk blaadje."*

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.

Een goed voorbeeld van zakelijk zijn de boekjes van CNV en FNV: deze zijn niet zozeer leuk, maar wel heel praktisch en overzichtelijk. Ze bieden handige dingen voor jongeren, zoals een voorbeeld-CV in het CNV-boekje en een overzicht van het minimum loon per leeftijdsgroep in het FNV-boekje. Ook de inhoudsopgave van het FNV-boekje wordt positief gewaardeerd: heel duidelijk en je ziet meteen wat het boekje te bieden heeft; dat ga je dus niet weggooien, dat bewaar je.

- ☞ *"Die van de FNV heeft een goed groot lettertype en staat vol met overzichtelijke overzichtjes. Dat is handig om te bewaren."*

Ook de flyer van JIP Rotterdam wordt gewaardeerd. Deze komt niet zozeer zakelijk over, maar wel heel duidelijk gericht op jongeren en hij is in de beleving van jongeren zeer overzichtelijk en beknopt. Een deel van de jongeren vindt de foto van het 'bozige meisje' op de voorkant niet aantrekkelijk, maar is toch dermate geïntrigeerd dat men wel verder zou kijken. Dit komt door de combinatie van de foto met de slogan 'onwijs veel info'; jongeren raken nieuwsgierig naar wat voor info zoal.

Het boekje van JIP Rotterdam komt volgens jongeren te veel over als een party door de jongen met de pet op de voorkant. Dat dekt de lading niet en wordt dus niet gewaardeerd: je neemt het mee omdat je denkt dat het over een party gaat en dan blijkt het een informatieboekje te zijn. Van binnen vindt men het boekje veel te druk qua opmaak (veel plaatjes die niet met de tekst te maken hebben), veel te veel tekst en een veel te klein lettertype. Men mist praktische overzichten die je direct kunt gebruiken, sprekende voorbeelden en overzichten met belangrijke weetjes om te onthouden.

- ☞ *"Pfff.... Dit zijn zeer veel pagina's... Dit lees ik niet."*
- ☞ *"Echt weer zo'n infofolder. Er staat niks handigs in."*

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 naam JIP wordt gewaardeerd en wordt in het gebruik al snel een 'persoon'

Jongeren reageren positief 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 goed. De afkorting JIP klinkt vrolijk ("jippie-achtig") en wordt in het gebruik al snel een soort persoon ("vraag het JIP"). Jongeren spreken niet over 'het JIP', maar over "JIP".

- ☞ *"JIP klinkt wel vrolijk, het heeft wel een 'kom bij ons gevoel'. Als je het even niet weet ga je naar JIP, want JIP is voor alle jongeren en voor alle vragen."*

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

Op basis van de concepttekst wordt JIP geassocieerd met problemen. Jongeren zeggen spontaan dat zij er alleen gebruik van zouden maken als ze problemen hebben. Met andere woorden: JIP is niet voor mij, maar voor anderen. Dat komt door de formulering dat JIP er is voor al je vragen *en problemen* en door het soort onderwerpen dat genoemd wordt.

Als JIP primair wordt ingestoken op het beantwoorden van (praktische) vragen die jongeren zoal 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 Bureau Jeugdzorgachtige associatie.

- ☞ *"Het moet géén Bureau Jeugdzorg worden. Bureau Jeugdzorg is voor mensen met problemen en die halen je ouders er meteen bij, die gaan echt in je leven dingen proberen te veranderen. JIP moet ook anoniem kunnen, het moet vrijblijvend zijn en je moet zelf degene zijn die bepaalt waar het over gaat en wie erbij betrokken worden."*

- ☞ *“Instanties zoals Bureau Jeugdzorg maken problemen waar die niet zijn. Ze zijn zo bezig met problemen, dat ze helemaal op die manier denken. JIP moet anders worden. JIP moet juist bezig zijn op dingen die goed gaan en op oplossingen die je zelf kunt doen: het positieve als uitgangspunt nemen.”*
- ☞ *“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 Noord en datgene wat er al voor hen bestaat in Noord. 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 en als deze bemand wordt met jongeren is dat extra positief

Jongeren vinden unaniem 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.”*

Jongeren reageren zonder uitzondering zeer positief op het idee om de hoofdlocatie van JIP te bemannen met jongeren uit Noord. Dit zal bijdragen aan de laagdrempeligheid omdat je sneller praat met iemand die dichtbij je staat. De uitgangspunten respect, vertrouwen en persoonlijke aanpak zijn hierbij van belang: men gaat ervan uit dat de jongeren zijn geselecteerd en opgeleid om superinteger te zijn en altijd de regels van de privacy te respecteren.

- ☞ *“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 jou wereld werkt, dan helpt dat zeker om ernaar toe te gaan.”*
- ☞ *“Ik zie het JIP als een multiculturele force van netwerkende jongeren die als vraagbaak fungeren en de brug kunnen zijn tussen jongeren en allerlei instanties en organisaties die dingen te bieden hebben aan jongeren.”*
- ☞ *“Je moet er echt van op aan kunnen dat die jongeren 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.”*

Jongeren vinden het belangrijk dat er altijd minimaal twee JIP-jongeren aanwezig zijn: een jongen en een meisje. 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. Daarnaast zou het goed zijn als er niet alleen jongeren van net 18 staan, maar ook oudere jongeren.

- ☞ *“Als je zelf 23 bent, dan praat je liever met iemand van 26. Maar veel ouder moeten ze ook niet zijn, want dan staan ze weer verder van je af.”*

Tenslotte zouden bij JIP jongeren van verschillende etniciteiten rouleren, zodat JIP uitstraalt dat het voor iedereen open staat. Dit moeten echter niet TE veel jongeren zijn, want het is van belang dat je op een gegeven moment de gezichten gaat kennen, wat zal bijdragen aan het gevoel van vertrouwen.

- ☞ *“Als je iets voor jongeren wilt doen, dan moet je ze leren kennen. Je moet ze persoonlijk benaderen, liefst in hun eigen omgeving, zoals TOS, dat staat voor Thuis op Straat.”*

Bij 'persoonlijke aanpak' hoort volgens jongeren ook dat JIP aan opvolging doet: wie bij JIP geweest is wordt na verloop van tijd door de JIP-jongere 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 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."*

Spontaan melden verschillende jongeren in dit onderzoek zich aan om bij JIP te komen werken.

- ☞ *"Ik help graag anderen. Het lijkt mij een heel goed gevoel geven om daar te werken."*
- ☞ *"Een vriendin van mij is nogal emo. Ik lul haar er altijd wel uit, maar het zou best fijn zijn om haar mee te kunnen nemen naar zo'n JIP en dat ze haar daar dan verder kunnen helpen of doorverwijzen."*

JIP moet meer een informatiewinkel dan een jongerencentrum zijn

Jongeren geven 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 functioneel en serieus 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.

- ☞ *"Bij JIP verwacht ik heel veel soorten jongeren aan te treffen, steeds andere. Je gaat er niet heen om andere jongeren te ontmoeten, maar dat kan natuurlijk wel gebeuren."*

JIP moet flexibel bereikbaar zijn: ruime openingstijden na school, online, telefonisch en op straat

Jongeren verwachten dat JIP eigenlijk altijd bereikbaar is als je het nodig hebt. De hoofdlocatie zou geopend moeten zijn na school (middag en avond) en liefst ook in het weekend. Daarnaast zou JIP goed telefonisch bereikbaar moeten zijn – mogelijk, maar niet noodzakelijk, zelfs 24 uur per dag – en via online chat of in ieder geval via een snelle emailservice. Ook het idee dat JIP-jongeren door het stadsdeel trekken (liefst op JIP-scooters) en op straat met jongeren praten, spreekt jongeren zeer aan. Verder noemen jongeren dat je JIP zou moeten kunnen SMS-en en PING-en.

Thematische spreekuren en een maatschappelijk werker op de hoofdlocatie van JIP vindt men een goed idee

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. Thema's die aanspreken zijn geld, werk, huisvesting, seksualiteit, gezondheid, rechten en plichten en sport. Dit zijn thema's die jongeren breed bezig houden en die geen problematische insteek hebben.

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), 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 warm-zakelijk zijn

Jongeren voelen zich aangetrokken tot zakelijk-verzorgde sferen zoals die van de OBA en de ING-lounges. Het gaat hier om sferen die weliswaar zakelijk zijn, maar niet afstandelijk zakelijk; er zit toch iets warmes in de uitstraling, iets persoonlijks. Wanneer JIP zou kiezen voor een verzorgde, moderne en toch persoonlijke uitstraling zou het jongeren duidelijk maken dat zij serieus genomen worden. Ook wordt het dan meteen duidelijk dat JIP niet zozeer een plek is om te chillen, maar een plek om serieus met jezelf en je leven aan de slag te zijn. Een dergelijke warm-zakelijke uitstraling zou JIP moeten nastreven in zowel de hoofdlocatie als alle communicatie online en offline.

Verder geven jongeren aan dat de hoofdlocatie van JIP een soort kruising zou moeten zijn van een reiswinkel, rechtswinkel en bibliotheek, ofwel: de nadruk op veel informatie die aanwezig is en waaruit je vrij en zelfstandig kunt kiezen (ook mogelijk om rond te neuzen zonder direct 'geholpen' te worden), terwijl er tegelijkertijd expertise aanwezig is om je op een persoonlijke manier verder te helpen als je dat wilt.

- ☞ *"Een beetje een kruising tussen de bibliotheek en D-reizen, maar niet zo rommelig als D-reizen."*
- ☞ *"Het moet klein en toegankelijk zijn, functioneel ingericht en niet te veel poespas."*

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 zeer belangrijke is. Op school zouden jongeren flyers ophangen op prikborden, 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 inclusief de pont), 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 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.

Daarnaast zou JIP thematische boekjes kunnen uitgeven, praktisch en visueel van aard, met handige overzichten en interessante weetjes. Niet boekjes met veel kleine lettertjes en zonder plaatjes zoals de JIP-boekjes. Deze zou je ook moeten kunnen downloaden van de website.

De website zou net zo simpel en functioneel moeten zijn als die van de IB-groep, 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. Ik zou bijvoorbeeld, als Marokkaanse jongen, dat verhaal over Khalid en zijn stage op Young Amsterdam wel lezen.”*

Verder moet de website beschikken over een goede zoekmachine die een centrale plek inneemt en moet de site mogelijkheden tot interactie bieden: niet alleen email en/of chat met deskundigen, maar ook een forum waarop jongeren op elkaar kunnen reageren. 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 Amsterdam Noord en moet praktische overzichten leveren van relevante adressen in Amsterdam Noord: als het ware een jongerenwegwijzer door het stadsdeel. 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 Amsterdam Noord.

- ☛ *“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 JIP heeft, een positieve is. Alleen dan zal hij of zij over JIP gaan praten in zijn vriendengroep. En als dat gebeurt, dan zal JIP zich als een olievlek verspreiden door Amsterdam Noord.

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 Amsterdam Noord, op de hoogte raakt van JIP en jongeren ernaar kan doorverwijzen. Anderzijds moet 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 Thuis op Straat (TOS).

- ☞ *“JIP moet ook precies weten wat er allemaal te doen is in het stadsdeel, bijvoorbeeld wat voor sportevenementen er allemaal zijn.”*

Jongeren zien een Jongeren-in-Noord-agenda als een goede insteek voor social media rondom JIP

Zowel jongere als oudere jongeren hebben het idee dat er weinig voor jongeren wordt georganiseerd in Amsterdam Noord. 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-Noord agenda te starten op Twitter (met links naar Facebook). 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 het stadsdeel. 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.

Een klein cadeautje kan helpen om jongeren naar JIP te trekken, maar moet niet de hoofddrijfveer zijn

Met name jongere jongeren vinden het een goed idee als JIP iets kleins weggeeft bij het eerste bezoek, bijvoorbeeld een USB-stick, een pen of een chocoladeletter. Condooms moeten niet weggeven worden – dit zou een verkeerd signaal kunnen zenden naar moslima's – maar evt. wel goedkoop verkrijgbaar zijn.

Jongeren merken echter op dat het cadeautje nooit de reden moet zijn om naar JIP te gaan. Je moet naar JIP gaan omdat je denkt dat je daar interessante informatie kan vinden die jou verder kan helpen in je leven.

JIP moet bekend zijn bij en geaccepteerd worden door ouders

Jongeren geven aan dat het belangrijk is dat ouders weten van het bestaan van JIP en hier een positief gevoel bij hebben. Als ouders JIP afwijzen omdat zij bijvoorbeeld denken dat het iets is voor jongeren die problemen hebben of iets verkeerd hebben gedaan, dan kan het zijn dat ze hun kind er niet heen laten gaan.

- ☞ *“Dan moet je dus anoniem gaan, of je gaat gewoon helemaal niet, omdat je bang bent dat je ouders erachter komen.”*

Als goed voorbeeld van een partij die ouders een positief gevoel geeft, wordt de XXXS-pas genoemd. Communicatie over deze jongerenkortingspas van Amsterdam wordt thuisgestuurd, waardoor ouders het ook te zien krijgen. De pas heeft een positieve, niet-problematische insteek en wordt daarom door ouders gewaardeerd.

5. 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 ZuidOost nu wordt ontwikkeld? Of wordt het een fysiek JIP dat dagelijks geopend is en ook een website heeft, een mailfunctie en spreekuren? Het is op dit moment onmogelijk om de exacte kosten van het beoogde JIP in Amsterdam Noord in beeld te brengen omdat de reikwijdte van dit JIP nog niet is bepaald.

Uitgaande van de gesprekken met jongeren en stakeholders in Noord gaat de sterke voorkeur uit naar een fysiek JIP op een drukke, centrale plek in het stadsdeel, dat dagelijks 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 in het stadsdeel waar jongeren veel komen, zoals scholen, jongerencentra en hangplekken.

Als indicatie voor de mogelijke structurele kosten voor een JIP in Amsterdam Noord 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”.

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 structurele kosten voor dit JIP bedragen € **38.000,-**.

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 laagdrempelige locatie ligt in het centrum van Den Haag en is 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-sprek uur, het SOA-sprek uur 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 netwerkoeverleggen (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,-**.

De hierboven beschreven kosten zijn de jaarlijkse kosten voor personeel, huur, website en foldermateriaal. Daarnaast zijn er éénmalige opstartkosten voor het ontwikkelen van een JIP. Het gaat hierbij om het inrichten van de ruimte, het ontwikkelen van de website, marketing en communicatie.

Bijlage 1: beoordeling concepttekst door jongeren 16-18

HET JIP IN AMSTERDAM NOORD (16-18)

Bij het **JIP (Jongeren Informatie Punt)** kunnen alle jeugdigen in Amsterdam Noord van grofweg 16 t/m 23 jaar gratis en zonder afspraak informatie en advies krijgen over onderwerpen die belangrijk zijn in hun leven. Denk bijvoorbeeld aan gezondheid, seksualiteit, drugs of alcohol, hulpverlening, rechten en plichten, de omgang met ouders, broers / zussen en vrienden, school, werk, vrije tijd, geld en wonen.

Bij het JIP voel je je **nooit betutteld of gedwongen**. Je wordt er serieus genomen en je krijgt er altijd **relevante informatie** of een **concrete afspraak met een expert die je verder kan helpen met de vraag die je hebt**. De uitgangspunten van het JIP zijn: **respect, vertrouwen, persoonlijke aanpak** en eigen kracht versterken.

Het JIP heeft een **duidelijke website** en een goed bereikbare hoofdlocatie (open op werk- en weekenddagen van 12:00 tot 21:00 uur). Ook zijn er **onbemande informatiepunten** op locaties waar jongeren veel komen, zoals scholen, jongerencentra, **bibliotheken** en sportverenigingen. Via de website kun je anoniem advies krijgen per email en/of chat. Verder is het JIP actief op **Facebook, Hyves** en **Twitter** en kun je het JIP **24 uur per dag** telefonisch bereiken voor informatie, advies **of het maken van een afspraak**.

Praktische vragen kunnen via het JIP meestal direct beantwoord worden. Voor inhoudelijke vragen kunnen JIP-medewerkers een afspraak met een deskundige regelen – denk bijvoorbeeld aan iemand van schuldhulpverlening, een beroepskeuzespecialist, een arbeidsconsulent, een advocaat of een verslavingsdeskundige. Waar nodig zal de JIP-medewerker **persoonlijk meegaan** naar zo'n afspraak.

‘Het gezicht’ van het JIP zijn **speciaal opgeleide jongeren** (18+) uit Amsterdam Noord. Zij bemannen de hoofdlocatie en trekken het stadsdeel in langs locaties waar veel jongeren komen, om ter plekke vragen te beantwoorden en indien gewenst afspraken met deskundigen voor hen te maken.

Achter de schermen zijn aan het JIP **verschillende organisaties verbonden** die nauw samenwerken. Denk bijvoorbeeld aan instanties voor schuldhulpverlening, huisvesting, onderwijs, beroepskeuze, verslaving, seksualiteit, maatschappelijk werk, politie, justitie en leerplicht.

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.

Bijlage 2: beoordeling concepttekst door jongeren 19-23

HET JIP IN AMSTERDAM NOORD (19-23)⁴

Bij het JIP (Jongeren Informatie Punt) kunnen alle jeugdigen in Amsterdam Noord van grofweg 16 t/m 23 jaar **gratis** en **zonder afspraak** informatie en advies krijgen over onderwerpen die belangrijk zijn in hun leven. Denk bijvoorbeeld aan 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 uitgangspunten van het JIP zijn: respect, vertrouwen, persoonlijke aanpak en eigen kracht versterken.

Bij het JIP voel je je nooit betutteld of gedwongen. Je wordt er **serieus genomen** en je krijgt er altijd relevante informatie of een concrete afspraak met een **expert** die je verder kan helpen met de vraag die je hebt.

Het JIP heeft een **duidelijke website** en een goed bereikbare hoofdlocatie (open op werk- en weekenddagen van 12:00 tot 21:00 uur). Ook zijn er **onbemande informatiepunten** op locaties waar jongeren veel komen, zoals scholen, jongerencentra, **bibliotheken** en sportverenigingen. Via de website kun je anoniem advies krijgen per email en/of chat. Verder is het JIP actief op Facebook, **Hyves** en Twitter en kun je het JIP **24 uur per dag** telefonisch bereiken voor informatie, advies of het maken van een afspraak.

Praktische vragen kunnen via het JIP **meestal** direct beantwoord worden. Voor inhoudelijke vragen kunnen JIP-medewerkers een afspraak met een deskundige regelen – denk bijvoorbeeld aan iemand van schuldhulpverlening, een beroepskeuzespecialist, een arbeidsconsulent, een advocaat of een verslavingsdeskundige. Waar nodig zal de JIP-medewerker **persoonlijk meegaan** naar zo'n afspraak.

‘Het gezicht’ van het JIP zijn **speciaal opgeleide jongeren** (18+) uit Amsterdam Noord. Zij bemannen de hoofdlocatie en **trekken het stadsdeel in** langs locaties waar veel jongeren komen, om ter plekke vragen te beantwoorden en indien gewenst afspraken met deskundigen voor hen te maken.

Achter de schermen zijn aan het JIP verschillende organisaties verbonden die nauw samenwerken. Denk bijvoorbeeld aan instanties voor schuldhulpverlening, huisvesting, onderwijs, beroepskeuze, verslaving, seksualiteit, maatschappelijk werk, politie, justitie en leerplicht.

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.

⁴ Aandachtspunten genoemd door jongeren 19-23:

- niet steeds allemaal voorbeelden noemen, maar gewoon ‘alles wat voor jongeren belangrijk is’; dit is namelijk voor iedereen anders;
- aangeven op welke vragen je wel en niet meteen antwoord kunt krijgen en hoe snel je antwoord krijgt als het niet meteen kan;
- bibliotheken: daar komen niet veel jongeren;
- afspraken met experts / doorverwijzen alleen in overleg met de jongere;
- kwaliteit waarborgen.

Bijlage 3: belang van thema's in het leven van jongeren 16-18

INVULLIJSTJES JONGEREN 16-18 (INGEVULD DOOR N = 15 JONGEREN)

dat je je ouders vertrouwt	9.6
dat je weet wat goed en slecht is	9.5
dat je gelukkig bent	9.5
dat je je veilig voelt	9.5
dat je respect hebt voor anderen	9.4
dat je je eigen geld kunt verdienen	9.4
dat je een fijn huis hebt	9.4
dat je goed voor jezelf kunt zorgen	9.3
dat je goed met geld kunt omgaan	9.3
dat je gezond bent	9.3
dat je er zelf weer bovenop komt bij problemen	9.2
dat je het thuis gezellig hebt	9.2
dat je je vertrouwd voelt met je eigen lichaam	9.1
dat je met plezier naar je werk gaat (als je werk hebt)	9
dat je doorzet bij problemen	8.9
dat je zelf op dingen af gaat en niet afwacht	8.9
dat je zelf kunt bepalen hoe je leeft	8.8
dat je goed kunt omgaan met leeftijdsgenoten van het andere geslacht	8.7
dat je je zeker voelt	8.7
dat je het goed doet op school	8.7
dat je goed bent in het vinden van betaald werk	8.5
dat je goed bent op school (als je naar school gaat)	8.3
dat je geen drugs gebruikt of hier verantwoord mee omgaat	8.3
dat je met plezier naar school gaat (als je naar school gaat)	8.3
dat je doet wat goed is voor de wereld	8.1
dat je goed bent in je werk (als je dat hebt)	8
dat je weinig ruzie hebt	7.5
dat je geen alcohol gebruikt of hier verantwoord mee omgaat	7.4
dat je een goed seksleven hebt	6.9
dat je veel vrienden hebt	6.7
dat goed je bent in sport	6.5
dat je een geloof hebt	5.2

Bijlage 4: belang van thema's in het leven van jongeren 19-23

INVULLIJSTJES 19-23 (INGEVULD DOOR N = 15 JONGEREN)

dat je gelukkig bent	9.9
dat je je ouders vertrouwt	9.4
dat je je eigen geld kunt verdienen	9.4
dat je gezond bent	9.3
dat je het thuis gezellig hebt	9.3
dat je een fijn huis hebt	9.1
dat je je veilig voelt	9.1
dat je goed voor jezelf kunt zorgen	9
dat je zelf kunt bepalen hoe je leeft	8.9
dat je een goed seksleven hebt	8.9
dat je doorzet bij problemen	8.9
dat je je vertrouwd voelt met je eigen lichaam	8.8
dat je weet wat goed en slecht is	8.7
dat je je zeker voelt	8.6
dat je er zelf weer bovenop komt bij problemen	8.5
dat je het goed doet op school	8.4
dat je goed bent in het vinden van betaald werk	8.4
dat je respect hebt voor anderen	8.4
dat je goed bent op school (als je naar school gaat)	8.4
dat je met plezier naar school gaat (als je naar school gaat)	8.3
dat je geen drugs gebruikt of hier verantwoord mee omgaat	8.2
dat je goed met geld kunt omgaan	8.2
dat je zelf op dingen af gaat en niet afwacht	7.9
dat je goed bent in je werk (als je dat hebt)	7.9
dat je geen alcohol gebruikt of hier verantwoord mee omgaat	7.4
dat je weinig ruzie hebt	7.2
dat je met plezier naar je werk gaat (als je werk hebt)	7.2
dat goed je bent in sport	7.1
dat je goed kunt omgaan met leeftijdsgenoten van het andere geslacht	7.1
dat je doet wat goed is voor de wereld	6.8
dat je veel vrienden hebt	6.5
dat je een geloof hebt	4.6

Bijlage 5: concepttekst voor intern gebruik

HET JIP IN AMSTERDAM NOORD

Het JIP (Jongeren Informatie Punt) bestaat uit een website en diverse fysieke plekken waar alle jeugdigen in Amsterdam Noord van grofweg 16 t/m 23 jaar gratis en zonder afspraak informatie en advies kunnen krijgen 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. Praktische vragen kunnen via het JIP meestal direct beantwoord worden; voor inhoudelijke vragen weten JIP-medewerkers precies waarheen moet worden doorverwezen en kunnen zij deze doorverwijzing ook regelen en waar nodig persoonlijk meegaan.

‘Het gezicht’ van het JIP zijn speciaal opgeleide jongeren uit Amsterdam Noord: zij bemannen de hoofdlocatie en trekken de wijk in om andere jongeren te helpen met informatie en advies. 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 Amsterdam Noord. Hierbij zijn de uitgangspunten altijd: respect, vertrouwen, persoonlijk 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 een dekkend basisaanbod van informatie, voorlichting, jeugd public health en algemene en preventieve zorg en steun, 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 jeugdigen en mensen die met jeugdigen 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 onbemande informatiepunten op locaties waar jongeren veel komen, zoals scholen, jongerencentra en bibliotheken. Via de website kan men anoniem advies krijgen per email en/of chat. Ook is het JIP actief op Facebook, Hyves en Twitter en kan men het JIP 24 uur per dag telefonisch bereiken voor informatie, advies of het maken van een afspraak. Tenslotte zijn de mensen die bij het JIP werken gedeeltelijk ook mobiel: met een laptop of tablet trekken zij door het stadsdeel langs locaties waar veel jongeren komen, om ter plekke vragen van jongeren te kunnen beantwoorden en indien gewenst afspraken met deskundigen voor hen kunnen maken.

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 hoofdlocatie van het JIP

De hoofdlocatie van het JIP is vijf tot zeven dagen per week geopend van 15:00 tot 21:00 uur en zit temidden van winkels en nabij een jongerencentrum en het Community College aan het Buikslotermeerplein. De locatie heeft een verzorgde, zakelijke en toch ook gezellige uitstraling (een beetje zoals de ING-lounges en de Centrale Openbare Bibliotheek). Het is makkelijk om binnen te stappen in het JIP. Het is een soort winkel 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 Amsterdam Noord, variërend van sport-activiteiten 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 mooie website. Deze site is een 'portal' naar alle organisaties in Amsterdam Noord 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, 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 Noord online op Facebook, Hyves en Twitter. Daar heeft het JIP actieve profielen, die vaak worden bijgewerkt met relevante informatie, tips, tricks en eventueel een jongeren-in-Noord-agenda. Via deze profielen onderhoudt het JIP direct contact met jongeren in Noord en kunnen jongeren bijvoorbeeld hun eigen ideeën kwijt voor verbetering van het JIP.

De onbemande satellieten van het JIP

Op plekken waar veel jongeren komen, zoals jongerencentra, bibliotheken, scholen en sportverenigingen, staan computers die standaard de website van het JIP als homepage hebben. Ook staat er een folderrek met folders en flyers over uiteenlopende onderwerpen die voor jongeren in Noord 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).

De marketing en communicatie van het JIP

Aan het begin van het schooljaar geeft het JIP voor jongeren een handzaam boekje uit met zinnige informatie voor jeugdigen in Amsterdam Noord. Deze boekjes worden, met een kort praatje over het JIP erbij, door de mensen die bij het JIP werken uitgedeeld op scholen en opleidingen. Ook liggen ze op plekken waar jongeren veel komen, zoals supermarkten, fast food restaurants, automatieken, snackbars, coffee shops, scholen, bibliotheken, jongerencentra, moskeeën, kerken, sportverenigingen, huisartsen etc. Verder heeft het JIP bemande informatiestands op jongerenfeesten en festivals waar veel jongeren komen.

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 mensen die voor het JIP werken

De mensen die voor het JIP werken zijn zelf geen hulpverlener of deskundige op een bepaald gebied, maar zijn zeer goed op de hoogte van de sociale kaart voor jongeren in Amsterdam Noord en van alle andere activiteiten en initiatieven die in Amsterdam Noord voor jongeren worden georganiseerd. Ze zijn getraind op vraagverheldering en doorverwijzing. 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 het stadsdeel, gerund wordt door een manager die parttime kantoor houdt op de hoofdlocatie. Deze manager heeft een team van jongeren uit Amsterdam Noord onder zich dat de informatie up-to-date houdt, de hoofdlocatie, 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. Gedeeltelijk gaat het om stage- en werkervaringsplekken, gedeeltelijk om betaalde plekken.

Op de hoofdlocatie van het JIP zijn altijd twee getrainde jongeren (18+) uit Amsterdam Noord aanwezig. Ze kunnen voor het JIP werken in het kader van een stage voor een opleiding tot bijvoorbeeld jongerenwerker of maatschappelijk werker, maar ook gewoon omdat ze het leuk en zinvol werk vinden. Er geldt een strenge selectieprocedure en een intensieve begeleiding om de professionaliteit van de jongeren te garanderen. Van belang is dat zij in staat zijn andere jongeren en professionals die met jongeren werken te allen tijde respectvol en met vertrouwen tegemoet te treden, zich te houden aan de privacy-regels en geen misbruik te maken van hun positie.

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. *Samenwerking in de keten*

De ketenpartners van het JIP (Jongerenwerk, Streetcornerwork, Spirit, Altra, Doras, Combiwel, politie, Jongerenloket DWI, scholen, leerplicht, sportwerk, 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 er een jeugdmaatschappelijk werker verbonden is 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.

Bijlage 6: overzicht jongeren geïnterviewd tijdens fase 1

Overzicht jongeren geïnterviewd tijdens de inventariserende fase:

- 3 meisjes van 16, VMBO
- 2 meisjes van 17 en 20, opleiding onbekend
- 2 meisjes van 17 en 19, ROC
- 1 meisje 19 MBO administratie
- 1 meisje 19 HBO MWD
- 1 meisje 20 HBO MWD
- 2 meisjes van 16 en 17 jaar, Mavo

Totaal: 12 meisjes

- 1 jongen, 16 ROC sportacademie
- 1 jongen, 16 VWO
- 1 jongen, 16 opleiding onbekend
- 1 jongen, 16 ZMLK
- 1 jongen, 17 ROC sportacademie
- 1 jongen, 16 VMBO
- 1 jongen, 23 HBO MWD
- 4 jongens: 2 van 16 en 2 van 17, MAVO
- 4 jongens: 1 van 16, 2 van 17 en 1 van 18, MAVO

Totaal: 15 jongens

Totaal: 27 jongeren tussen de 16 en 23 jaar, diverse woongebieden en etniciteiten

Bijlage 7: overzicht 'stakeholders' betrokken bij fase 1

Werkgroep:

- OKC-manager
- Beleidsadviseur Jeugd & Gezin
- Beleidsadviseur Jeugd 12+
- Streetcornerwork
- Dock
- Spirit

'Stakeholders' met wie gesproken is:

- Teamleider jongerenloket DWI
- Coördinator Jongeren Service Punt De Baarsjes
- Manager Jongeren Service Punt Geuzenveld
- Buurtregisseur politie
- Leerplichtambtenaar
- Beleidsmedewerker Sport
- Beleidsadviseur Jeugd
- Teamleider Dock
- Teamleider Doras
- Teamleider Spirit
- Opvoedadviseur Combiwel
- Trajectbegeleider Altra
- Ambulante hulpverlenster Altra
- Coördinatrice en eigenaar JSP Westerpark
- Bestuurslid JIP Rotterdam
- Coördinator JIP Haarlemmermeer
- 4 jongerenwerkers Dock
- Mentor Bredero Mavo
- Schoolmaatschappelijk werkster Spirit
- Strategisch beleidsadviseur jeugd

Totaal: 23 professionals

Bijlage 8: Gesprekspuntenlijst ketenpartners Amsterdam Noord t.b.v. projectplan JIP

- Spontane reacties: “Wat komt er in je op als ik zeg 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 OKC
- 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

Bijlage 9: Bezochte JIP's en JSP's

JSP Geuzenveld-Slotermeer, Amsterdam

JSP De Baarsjes, Amsterdam

JSP Westerpark, Amsterdam

JIP Amsterdam Oost

JIP Rotterdam

JIP Haarlemmermeer

JIP Den Haag

Bijlage 10: overzicht jongeren co-creatiesessies fase 2

Datum en tijd	Maandag 30 mei 18:00 - 20:00 uur
Groep	16-18 jaar
Onderwerp	Amsterdam Noord ontwikkeling JIP

Voornaam	Achternaam	Geslacht	Leeftijd	Opleiding	Postcodegebied
Jordy	Vink	Jongen	16 jaar	VMBO brood, banket en horeca 3e jaar	1024
Inasja	Wijdekop	Meisje	18 jaar	MBO niveau 4 maatschappelijke zorg	1024
Ghintly	Rodgers	Jongen	17 jaar	MBO pedagogisch werk studie	1025
Moreyo	Koster	Jongen	16 jaar	MBO. 2 dagen stage ; 2 dagen school. Richting detailhandel	1024
Robert	Felter	Jongen	18 jaar	ICT Mbo opleiding	1033
Dionysia	Roethof	Meisje	18 jaar	MBO niveau 2, jongerenwerk	1025
Stefan	Johansson	Jongen	18 jaar	MBO, zorg en welzijn. Gaat MBO economie doen na de zomer	1032
Samantha	Langereis	Meisje	16 jaar	BBL leerweg 1 dag per week schoon; 3 dagen werken kappersopleiding	1023
Cindy	Hamersma	Meisje	16 jaar	MBO pedagogische richting	1024

Datum en tijd	Dinsdag 31 mei 18:00 - 20:00 uur
Groep	19-23 jaar
Onderwerp	Amsterdam Noord ontwikkeling JIP

Voornaam	Achternaam	Geslacht	Leeftijd	Opleiding	Postcodegebied
Robin	Vink	Jongen	19 jaar	MBO Schildersopleiding en stage lopen als schilder	1024
Joey	de Heijde	Jongen	19 jaar	VMBO TL	1023
Danilo	de Boer	Jongen	19 jaar	VWO	1024
Mehtap	Haphap	Meisje	20 jaar	student management, economie en recht. Bijbaan verkoopmedewerker telefoonprovider	1034
Kelly	Katerberg	Meisje	22 jaar	werkt bovenij ziekenhuis objectleider schoonmaakdienst	1033
Bibi	Katerberg	Meisje	21 jaar	opleiding mbo spw	1033
Carina	Dusseldorp	Meisje	23 jaar	wo richting marketing	1025
Amer	Bouadi	Jongen	22 jaar	hbo commerciële economie afgestuurd; start wo bestuursrecht. Werkt nu bij kpn /xs4all helpdesk	
Joelle	Emmen	Meisje	19 jaar	studente cultuur mbo	1025
Kirsten	van Geel	Meisje	20	student HBO jongeren / pedagogiek	1025
Callum	Bathgate	Jongen	19	werkt fulltime in supermarkt.	1025
Hasan	Yagmur	Jongen	19	student HBO recht	1034
Tarik	Dahmani	Jongen	23	student mbo maatschappelijk werk	1034

Bijlage 10: Gespreksleidraad co-creatiesessies

Sessies vonden plaats op 30 en 31 mei 2011 op het stadsdeelkantoor van Amsterdam Noord.

Opbouw gesprekken (2 uur / 120 minuten per gesprek)

- | | | |
|---|--------|-----------------------------|
| 0 | 15 min | Kennismaking en introductie |
| 1 | 30 min | Jongeren in Amsterdam Noord |
| 2 | 60 min | Concept JIP |
| 3 | 15 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).

0) Kennismaking en introductie

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

1) Jongeren in Amsterdam Noord

Spontane associaties

Hoe is het om een jongere in Amsterdam Noord te zijn?

- Plussen
- Minnen
- Verbeterpunten / wensen / behoeften
- Toekomstperspectief
 - o In Noord blijven of verhuizen
 - o Waarheen; waarom

Thema's

Eerst individueel invullijstje laten aankruisen, dan bespreken

- **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
 - o Waar gaat men heen voor antwoorden
 - o 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 in Noord

Stapel bestaand communicatiemateriaal op tafel leggen

- Spontane reacties
- Doelgroepperceptie
- 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.jiphaarlemmermeer.nl , www.youramsterdam.nl , www.jonginalmere.nl) op het scherm beameren en bespreken op onderstaande punten.

Bespreken per website:

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

2) Concept JIP Noord**Huidige beleving Jongeren Informatie Punt**

- Spontane reacties op de term “Jongeren Informatie Punt / JIP”
- Bekendheid JIP
 - o In hoeverre bekend met JIP
 - o Ervaringen
 - o Van horen zeggen: van wie / waar
- Beleving JIP
 - o Plussen
 - o Minnen
 - o Drijfveren
 - o Drempels
 - o Doelgroepperceptie
 - o Onderscheidendheid
 - o Verbeterpunten

Beleving JIP overkoepelend n.a.v. concepttekst

*Tekst uitdelen en voorlezen. Individueel plusjes / minnetjes in tekst laten schrijven.
Moodboard projecteren.*

- **Spontane reacties** op de tekst over het JIP
- **Beleving JIP** o.b.v. de tekst
 - o Plussen
 - o Minnen
 - o Drijfveren
 - o Drempels
 - o Doelgroepperceptie
 - o Onderscheidendheid
 - o Verbeterpunten
- **Vragen m.b.t. JIP**
 - o In hoeverre is helder wat het JIP is
 - o Welke vragen heeft men erover
- **Verwachtingen sfeer in het JIP** n.a.v. moodboard
 - o Beschrijving sfeer moodboard
 - o Passendheid bij JIP
 - o Aansprekendheid
 - o Doelgroepperceptie

Beleving onderdelen JIP

Nader ingaan op de volgende aspecten:

- *Thematische open spreekuren op hoofdlocatie (bijv. geld, werk, huisvesting, gokken, seksualiteit, gezondheid, drugs, rechten en plichten)*
- *Inloopsprekuren maatschappelijk werker op hoofdlocatie*
- *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-noord-agenda op Hyves / Facebook*
- *Mogelijkheid om eigen ideeën voor het JIP kwijt te kunnen op Hyves / Facebook*
- *Boekje van het JIP (voorbeeld Rotterdam)*
- *Flyers van het JIP (voorbeeld Rotterdam)*

Bespreken per onderdeel:

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

Communicatie JIP

- **Verwachtingen t.a.v. inhoud communicatie JIP** n.a.v. de concepttekst
 - o Wat zou je zelf in ieder geval over het JIP vertellen
 - o Wat is het 'communicatiehaakje'
- **Verwachtingen t.a.v. vorm en kanalen communicatie JIP** n.a.v. de concepttekst
 - o Langs welke wegen moet communicatie over het JIP bij de jongeren komen
 - o Hoe moet het eruit zien

4) Afsluiting

- Laatste tips, afsluiten en bedanken

Bijlage 11: 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