



**Advies &
informatie**
voor jongeren

Jongeren Informatie Punt Den Haag

Jaarrapportage 2019

Subsidiekenmerk: ABBA/VL/16881



Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	P. 3
2. Resultaten	P. 4
2.1 Cijfers.....	P. 3 - 4
2.2 JIP Winkel.....	P. 4
2.3 JIP in de Wijk.....	P. 4 - 5
2.4 Website en Social Media.....	P. 5
2.5 PR en publieksacties.....	P. 6 - 7
2.6 Spreekuren door ketenpartners.....	P. 7 - 8
2.7 Gastlessen.....	P. 8 - 9
2.8 Blockreporters.....	P. 9
2.9 Kinderrechtendebat.....	P. 9
2.10 WeHague.....	P. 9 - 10
2.11 Vlogs en blogs.....	P. 10
2.12 Losse acties.....	P. 10
2.13 Projecten met additionele financiering.....	P. 11 - 12
2.14 Klanttevredenheid.....	P. 12
3. Signalen en ontwikkelingen.....	P. 13
4. Netwerk.....	P. 13

1. Inleiding

JIP versterkt de eigen kracht van jeugdigen in de stad. Dit doen we door het bieden van betrouwbare informatie, advies en praktische ondersteuning aan jongeren van 12 t/m 27 jaar. We zijn een laagdrempelige, vrij toegankelijke voorziening en een vangnet voor jeugd en jongvolwassenen die geen hulp willen, kunnen of durven vragen in hun eigen directe omgeving. Naast het verrichten van deze activiteiten voor jongeren, helpen we ook professionals en ouders verder met informatie of wijzen hen de weg naar de juiste specialist. Kortom: middels een inloopspreekuur, voorlichtingen, gebruik van Social Media en door bij te dragen aan kennisdeling in het netwerk van professionals dragen wij ons steentje bij aan een gezond en veilig opgroeiklimaat in de stad. Dit verslag beschrijft de relevante ontwikkelingen en behaalde resultaten in 2019 (**inhoudelijke verantwoording**). De **financiële verantwoording** is verwerkt in de jaarrekening van Xtra plus, welke tevens naar subsidies@denhaag.nl is verstuurd.

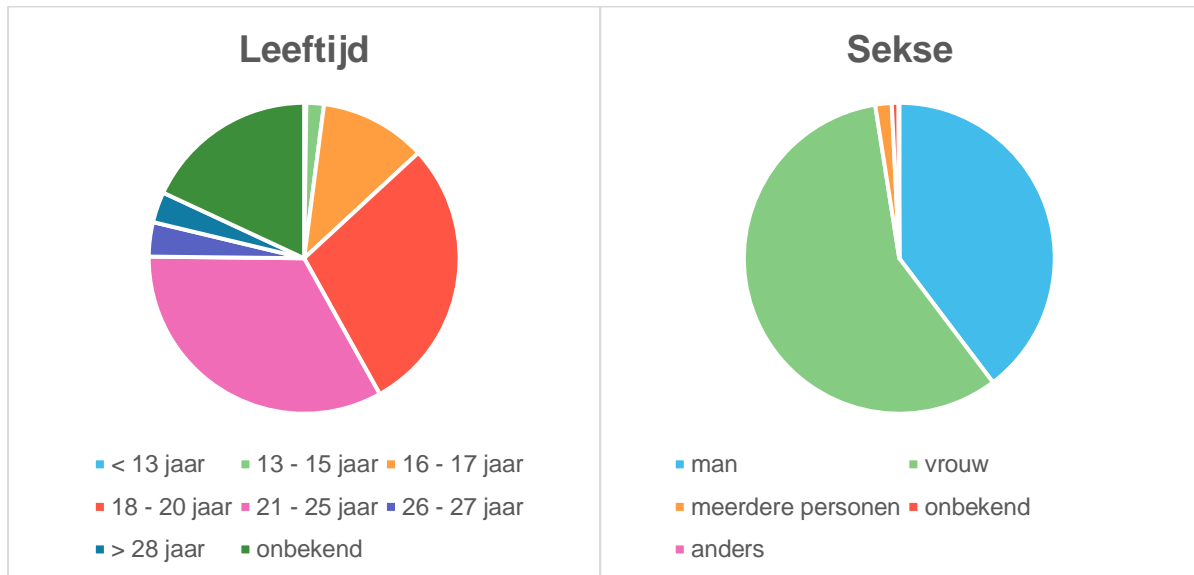
2. Resultaten

2.1 Cijfers

Contactmomenten JIP	2019	2018	2017
Inloopspreekuur in de winkel	495	560	496
Spreekuren op locatie (in de wijk)	80	177	103
Telefonisch contact	514	928	947
E-mail en Social Media	225	153	273
WhatsApp	589	657	608
Themasprekuren	2019	2018	2017
Loket voor Jonge Moeders	275	291	303
Sense	195	171	177
Goed met Geld	76	60	53
Juridisch Jongeren spreekuur	51	43	57
Voorlichtingen en publieksacties	2019	2018	2017
Bereik vanuit de basissubsidie	1745	3246	3367
Bereik vanuit andere inkomsten	1083	2083	
Social Media	2019	2018	2017
Facebook	3103	1643	1540
Instagram	881	664	578
Twitter	1312	1313	1322
Youtube	127		

De doelstelling van het JIP voor 2019 was het bereiken van 6000 jongeren. Wij hebben dit jaar, zoals in de tabel hierboven te zien is, middels (inloop)sprekuren, voorlichtingen, WhatsApp en telefonisch contact **5393 jongeren** bereikt. Daarnaast hebben we middels de ingezette activiteiten op onze Social Media aanvullend **5423 jongeren** bereikt. In totaal hebben we in 2019 dus **10.816 jongeren** bereikt. Ter vergelijking: in 2017 was het totale bereik 9.824 jongeren en in 2018 11.989 jongeren.

2.1.1 Kenmerken klanten



Uit de diagrammen hierboven kan opgemaakt worden dat de meeste klanten in 2019 *tussen 18 en 25 jaar* waren en dat er zich *relatief meer vrouwen* bij ons hebben gemeld.

2.2 JIP winkel

De dienstverlening in de winkel is de basis van ons werk. Hier voorzien wij het merendeel van onze klanten van betrouwbare informatie en persoonlijk advies. **Het aantal bezoekers aan de balie is met 13% toegenomen ten opzichte van 2018.** Hier zijn wij erg tevreden mee en we hopen dat deze trend doorzet in 2020. Pr-activiteiten, netwerken, de nieuwsbrief, het heeft allemaal bijgedragen aan een betere vindbaarheid van onze winkel.

Bij de balie is geen dag hetzelfde. Klanten komen voor kort advies, maar soms duurt een gesprek wel twee uur. *Een signaal van de laatste jaren is de steeds complexere casussen. Gesprekken duren langer en collega's springen vaker bij als er meerdere klanten in de winkel zijn.* Dit komt ons inziens door de grote verwachtingen van jongeren in de huidige participatiesamenleving (als gevolg van de communicatie hierover), wat een gevoel bij hen creëert dat zij het zelf moeten doen. Dit resulteert in vraagverlegenheid, waardoor jongeren veelal pas bij ons aankloppen als zij veel ondersteuning nodig hebben.

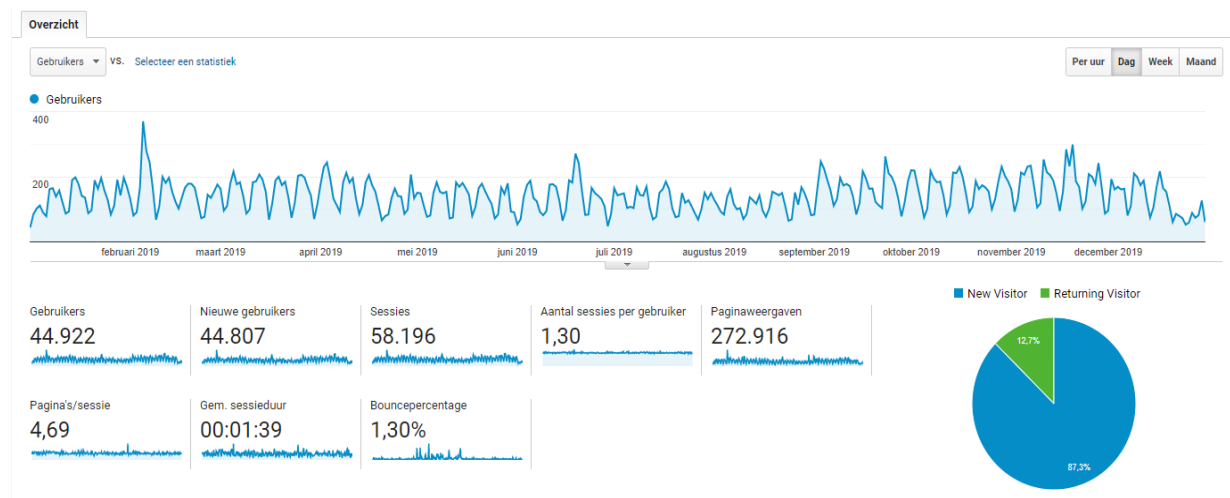
2.3 JIP in de Wijk

JIP in de Wijk is dit jaar succesvol doorgezet op zowel het Servicepunt Arbeid (SPA) in de Schilderswijk als op Hogeschool Inholland in Den Haag. De samenwerking met onze partners was intensief en nauw, met als gevolg dat wij gezamenlijk effectief de klanten konden helpen. Het JIP heeft zowel aan de jongeren op het SPA als aan de medewerkers hier ondersteuning geboden. Dit, in de vorm van het geven van praktische tips voor CV's en voor bij het solliciteren en door mee te denken met de medewerkers over een passend

hulpverleningsaanbod. Er is over en weer informatie en ideeën uitgewisseld en jongeren zijn naar elkaar doorverwezen. Na een geleidelijke terugloop in klanten is echter in goed overleg besloten het spreekuur niet langer voort te zetten op het SPA. De prettige samenwerking met deze partner is beëindigd, maar we hebben nog altijd de fijne samenwerkingsrelatie die in de toekomst, indien nodig, gebruikt kan worden. Zoals hiervoor al is genoemd, is er in 2019 ook nauw samengewerkt met Hogeschool Inholland. Het JIP heeft een nauwe verbinding met het *International Office* om de internationale studenten en hun (vele) vragen direct te beantwoorden. Tegelijkertijd profileert het JIP zich actief om ook de lokale, niet-internationale studenten goed van dienst te kunnen zijn. Het leveren van producten om het studentenleven eigen te maken is een aandachtspunt geweest voor het JIP. Zo zijn er artikelen geschreven voor internationale studenten én video's gemaakt waarin bepaalde thema's voor hen worden uitgelicht. Het JIP heeft dit jaar specifiek ingezet op de introductiedagen, zodat studenten die van buiten Den Haag komen en zich hier vestigen direct met ons in contact komen en ons beter weten te vinden. Tegelijkertijd hebben verschillende partijen interesse geuit in de aanwezigheid van het JIP op hun locatie(s). Zo zijn er gesprekken geweest met ROC Mondriaan en de Universiteit Leiden. In 2020 worden de mogelijkheden voor inzet hier verkend.

2.4 Website en Social Media

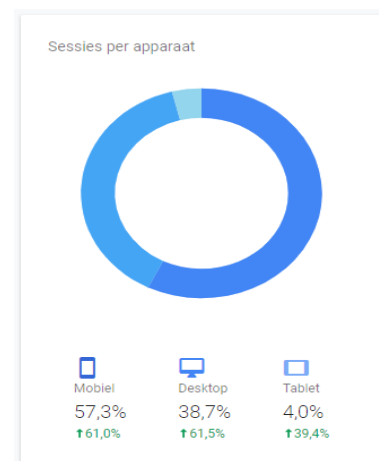
In 2019 is onze website, zoals in de afbeelding hieronder weergegeven is, door **44.922 bezoekers** bezocht, wat een toename van 24% ten opzichte van 2018 is. In totaal is deze **58.196 keer** bekeken. Gemiddeld was een bezoeker 1.39 minuten op de website en bekeek 4,7 pagina's. Dit zijn mooie resultaten!



Het grootste aantal bezoekers (57%) kijkt de website, zoals hiernaast te zien is, op hun mobiel. Daarnaast zijn **243 WhatsApp-gesprekken** direct vanaf de website gestart met de tool die we hiervoor hebben aangemaakt. In 2018 waren dit er **189**, dus hier is een groei te zien.

De meest bezochte pagina's waren:

- Uitleg over het Sense spreekuur (21.129 x weergegeven);
- Sense afspraak inplannen (15.226 x weergegeven);
- Uitleg over je rechten bij de huisarts als je 16 bent (7.877 x weergegeven);



- Rechten en plichten als je een bijbaan hebt (6.441 x weergegeven);
- Op jezelf wonen (6.440 x weergegeven);
- Regel je Shit/18+ checklist (6.167 x weergegeven).

De algemene info over JIP Den Haag is *12.618 keer* weergegeven.

2.5 PR en publieksacties

2.5.1 Folders en flyers

Onze folders zijn volledig vernieuwd met de nieuwe huisstijl. Aansluitend op de behoeften van klanten hebben we dit jaar een begrijpelijke folder over studiefinanciering ontwikkeld. Daarnaast merken we dat de *Geld en Wonen-krant goed* wordt ontvangen. Op dit moment hebben we het volgende pr-aanbod, dat, indien nodig, halfjaarlijks wordt geactualiseerd:

- Algemene flyer (Nederlands- en Engelstalig);
- Sense flyer;
- Goed met Geld flyer;
- Folder over studiefinanciering (Nederlands- en Engelstalig. **Deze zijn in 2019 nieuw ontwikkeld**);
- Op straat folder;
- Geld en Wonen-krant;
- Tabbladenset voor administratie.



Op het gebied van werk ontwikkelt het JIP nog een folder met daarin negen stappen om te komen tot een goede motivatiebrief.

2.5.2 Publieksacties

Om in contact te komen met onze doelgroep staan wij o.a. gedurende het jaar op Open Dagen/introductiedagen van scholen en diverse evenementen. Wij zetten dan vaak een kraam op en gaan hier het gesprek aan met jongeren. Net zoals in 2018 hebben wij dit jaar weggevertjes ontwikkeld. Dit jaar waren het kauwgom, linnen tassen en water. Deze hebben wij bijv. actief uitgedeeld op Parkpop. Dit jaar deelden wij de kraam hier met het Jeugd Interventie Team (JIT). Zij stonden er gedurende het eerste deel van de dag en wij daarna. De overhandiging van een weggevertje was het moment om een kort gesprekje met een jongere te starten. **In totaal hebben wij circa 350 jongeren aangesproken**, waarvan we met 50 een gesprek hebben kunnen voeren over 'op jezelf wonen', 'sparen voor vakantie (budgetteren)' en/of 'veilig vrijen'. Naast op Parkpop waren wij in de zomer ook aanwezig op de "Oh Oh Intro" introductiedagen voor studenten HBO en WO. Speciaal voor deze gelegenheid hebben wij een doek ontworpen voor een vraag en antwoord-spel. Op het doek is de plattegrond van



Den Haag afgebeeld, met hierop bekende plekken voor iedereen (o.a. de Pier, het Strijkijzergebouw en het Malieveld), belangrijke plekken voor jongeren (o.a. het Centrum voor Seksuele Gezondheid, het JIP en het Daklozenloket) en uitgaansplekken (o.a. de Grote Markt en Bink36). Elke plek past bij een leefthema. Wij hadden zo een goede mix tussen fun en facts, wat past bij het JIP en WeHague. Het spel viel erg goed in de smaak bij de jongeren!

2.6 Spreekuren door ketenpartners

2.6.1 Sense spreekuur

Het Sense spreekuur wordt in samenwerking met het Centrum voor Seksuele Gezondheid verricht. **Deze is in 2019 veel bezocht.** Verpleegkundigen van het Centrum Seksuele Gezondheid zijn op maandagmiddag aanwezig. Zij hebben dit jaar **195 jongeren** t/m 24 jaar gezien en gesproken. In een dergelijk gesprek worden vragen over seksualiteit en seksuele gezondheid beantwoord. Ook kan een klant advies over en een recept voor anticonceptie krijgen, een zwangerschapstest en een soa-test (laten) doen.

2.6.2 Loket voor Jonge Moeders spreekuur

In 2019 zijn er **275 trajecten** vanuit het spreekuur van het Loket voor Jonge Moeders gestart, waarvan 267 op het JIP en acht op ROC Mondriaan. Daarnaast waren er **65 WhatsApp-contacts**. Dit waren veelal langdurige contacten, waarin meerdere hulpvragen zijn gesteld. *Een aantal trends in signalen hier zijn: toename van jonge moeders die niet of nauwelijks voorbereid naar Nederland komen vanuit Aruba, Bonaire of Curaçao, het niet hebben van huisvesting en de striktere voorwaarden voor het verkrijgen van een urgentieverklaring.* Zo moet er, om hiervoor in aanmerking te komen, naast sprake zijn van een ontwrichtende of gevaarlijke woon- en leefsituatie ook een woning worden achtergelaten. *Door deze wijziging heeft het woonproject voor studerende moeders geen uitstroom meer.* Het loket is verder gestart met het draaien van een spreekuur op ROC Mondriaan. Op vrijdag is er bovendien een inloopochtend bij het JIT aan de Amsterdamse Veerkade 15 waar informatie wordt gegeven aan klanten en beroepskrachten.

2.6.3 Goed met Geld spreekuur

Het Goed met Geld spreekuur wordt verzorgd door *schulddienstverleners*. Het is een dienstverlening die het JIP samen met het JIT heeft opgezet. Dit hebben we ontwikkeld na aanhoudende signalen dat jongeren tussen wal en schip raakten gedurende de aanpak van hun schuldenproblematiek. Deze jongeren hadden te maken met contra-indicaties bij trajecten van ketenpartners, hadden te lichte schulden voor gemeentelijke schuldhulpverlening en/of hadden een aanpak op maat nodig (aansluitend bij hun leefwereld). **In 2019 was er een toename van het aantal bezoekers van het Goed met Geld spreekuur ten opzichte van vorig jaar.** In dit spreekuur zijn in totaal **62 schulddienstverleningstrajecten** gestart en **14 éénmalige adviesgesprekken** gevoerd, terwijl dit in 2018 nog *56 trajecten* en *zeven éénmalige adviesgesprekken* waren. Wat in 2019 vooral opviel was de toename in complexiteit van schuldsituaties door de hoeveelheid en verschillende soorten schuldeisers. Er werd dit jaar, meer dan in 2018, eerder hulp gezocht door jongeren (toen vorderingen nog in handen van het incassobureau in plaats van een deurwaarder waren), echter de grote hoeveelheid schuldeisers zorgden voor complexiteit bij het opstellen van een aflossingsplan. Bij een aantal jongeren zagen we bijvoorbeeld dat DUO het verhalen van de schuldbedragen voor één student bij drie verschillende deurwaarders had belegd. Daarnaast kregen we veelvuldig te maken met

deurwaarders van overheidsvorderingen, waarbij de overheidsinstantie aangaf “graag te willen meewerken” terwijl de betreffende deurwaarder aangaf afspraken te hebben gemaakt met de opdrachtgever dat de schuld binnen twaalf maanden volledig moest zijn verhaald. Dit bemoeilijkt de oplossing van de schuldhulpvragen van jongeren. De mate van complexiteit van casussen hing ook af van de mate waarin jongeren hun ‘financieel overzicht’ nog hadden. Dit varieerde van “het hebben van iets van een overzicht” tot ‘het volledig zijn kwijtgeraakt van een overzicht’. Wat verder opviel was dat een deel van de jongeren al hulp had gezocht of kreeg voor psychologische hulpvragen. Waar in 2018 nog vaak door ons werd verwezen naar het JIT voor ondersteuning bij het vinden van psychologische hulp, viel in 2019 op dat die specifieke hulp door jongeren al was geregeld en die betreffende hulpverlener naar het JIP verwees voor hulp bij schulden. In 2019 zagen we ook een toename van jongeren die alleen voor advies langskwamen (twee keer zoveel t.o.v. vorig jaar). Velen van deze jongeren hadden hun schuldzaken al goed aangepakt, maar hadden nog een beetje informatie of ondersteuning nodig om bijv. een laatste betaalregeling te treffen. Deze vindingrijkheid was interessant om te zien, maar ook het ontbreken van specifieke financiële kennis bij jongeren die zorgt voor financiële zelfredzaamheid op lange termijn. Een andere signalering was dat veel jongeren een 0-uren contract hebben. De uren die worden gewerkt fluctueert elke week: de ene week wordt er tien uur gewerkt, terwijl er in een andere week 40 uur wordt gewerkt. Dit heeft gevolgen voor de inkomsten, wat maakt dat de vaste lasten moeilijk betaald kunnen worden. Soms is dit zelfs onmogelijk. De wil om de vaste lasten op tijd te betalen is er wel, echter zijn hier geen mogelijkheden voor.

2.6.4 Juridisch Jongerenspreekuur

Elke maandag verzorgt de Kinder- en Jongerenrechtswinkel (KJRW) het Juridisch Jongerenspreekuur bij het JIP. Hier zijn dit jaar **51 jongeren** met hun juridische vragen geholpen. Dankzij een groot gedegen netwerk van juristen bieden de stagiairs en vrijwilligers betrouwbare informatie, ondersteuning en rechtshulp. In 2019 heeft de KJRW tijdens ons teamoverleg een verdiepingssessie gehouden met als doel ons te laten weten bij welke praktische vragen juridisch advies nuttig of noodzakelijk is.

2.7 Gastlessen

Voorlichtingen en workshops zijn essentiële onderdelen van ons werk. Ten eerste, omdat het voor ons middelen zijn om kennis over te dragen en bewustwording te creëren. Ten tweede, zijn het goede manieren om ter plekke vragen te beantwoorden en om signalen op te vangen over wat er speelt onder jongeren. Daarnaast zijn het dé manieren om jongeren duidelijk te maken dat zij altijd bij ons terecht kunnen als zij later nog eens vragen hebben. Deze *nazorg* is juist belangrijk voor de jongeren die niet bij formele hulpverlening of zorg terecht willen of kunnen. Omdat ze bijvoorbeeld bang zijn om gecategoriseerd te worden als ‘zorgleerling’. Juist voor hen is het JIP extra van belang. Vanuit de subsidie voor de basistaken hebben wij **tien gastlessen** aangeboden. Daarnaast heeft het JIP additieel subsidie gekregen om de *Maand van de Liefde* mede te organiseren, fondsen aangevraagd voor *Jouw Geld Jouw Toekomst 2.0* en losse gastlessen verkocht.

Dit jaar hebben wij ons aanbod weer onder de loep genomen. Wij hebben de inhoud en vorm van elke voorlichting kritisch bekeken om te kijken in hoeverre deze jongeren aanspreken. Uit het onderzoek ‘*Gewoon het taboe eraf halen: wat leerlingen willen van seksuele vorming (2019)*’ van Rutgers blijkt namelijk dat jongeren bij een seksuele voorlichting meer behoefte hebben aan *seksuele vorming* in plaats van dat er alleen wordt gesproken over voortplanting. Jongeren willen, volgens dit onderzoek, dat seksuele vorming de normativiteit doorbreekt en dat duidelijk wordt dat er niet één standaard is. Ook willen ze dat *seksuele diversiteit* aan de orde komt bij alle aspecten van seksuele vorming; of het nu

over veilig vrijen gaat of over relaties. Als JIP zijn wij altijd op zoek naar manieren hoe we nog meer aan kunnen sluiten bij jongeren. Een belangrijk voordeel van onze voorlichtingen is dat deze interactief zijn, aangezien dit werkt voor jongeren. Wij hebben ons aanbod in 2019 geüpdatet. Zo hebben we nieuwe filmpjes en foto's toegevoegd en overlappingsen verwijderd. In het kader hiervan bleek de voorlichting over *loverboys* niet geheel relevant. Het online deel hiervan bespreken wij namelijk ook in onze voorlichting '*pikante foto*'. *Sexting* staat hierin centraal omdat jongeren daar veel mee bezig zijn. Deze voorlichting wordt dan ook veel aangevraagd. Wat we in 2019 ook hebben gemerkt is de grote vraag naar voorlichting over "gaming". Deze voorlichting hebben wij ontwikkeld en toegevoegd aan ons aanbod.

2.8 Blockreporters

Blockreporters richten zich op participatie van jongeren, zodat zij zich meer betrokken voelen bij hun eigen wijk. Daarnaast binden we op deze manier jongeren aan het JIP en bieden hen een rol als "ambassadeur voor jongereninformatie" aan. Het afgelopen jaar hebben wij de Blockreporters en *WeHague* samengevoegd uitgevoerd. De jongeren van beide projecten bloggen en vloggen nu zowel over jongerenthema's in de wijk als over festivals en evenementen in de stad. Hiermee hebben wij een leerzame omgeving voor jongeren op het gebied van multimedia, Social Media en talentontwikkeling gecreëerd. Tevens vergroten wij met dit project de naamsbekendheid van het JIP en jeugdwerk in de wijken. We komen één keer per maand bij elkaar om de plannen voor de komende maand te bespreken. De jongeren willen van elkaar leren en delen hun kennis onderling. Dit wordt vanaf 2020 een vaste item van de pizza-sessies. Daarnaast verzorgt een jongere elke maand een workshop over een thema waar hij/zij goed in is en/of kennis over heeft. In 2020 staan bijv. de volgende workshops op het programma: *foto's editen op je telefoon*, *tips en trucs ten aanzien van bloggen*, *video-editing* en *radio-uitzendingen maken*.

2.9 Kinderrechtendebat

Op 20 november 2019 heeft het Kinderrechtendebat, in samenwerking met het Debatbureau en de Kinder- en Jongerenrechtswinkel, wederom plaatsgevonden. Tien scholen gingen met elkaar in debat over actuele stellingen in het kader van het Kinderrechtenverdrag. Net zoals bij de vorige edities heeft het JIP ook dit jaar hier voorbereidingen voor getroffen, het evenement gepromoot en geholpen bij de uitvoering van het debat. Ook dit jaar kunnen we weer terugkijken op een succesvolle dag en een evenement waarmee we een grote groep jongeren hebben kunnen bereiken. Naar aanleiding van het Jongerenstadslab in 2018, dat in het teken stond van kinderrechten, is het JIP in samenwerking met de gemeente Den Haag bezig met de voorbereiding van de **Kinderrechten Escape Room**. Het plan om een Escape Room te vormen komt voort uit het beste idee van het Jongerenstadslab. In 2020 gaan we door met het vormgeven van de inhoud en het ontwerp hiervan.

2.10 WeHague

WeHague.nl is in 2019 verder doorontwikkeld en verankerd als communicatiemiddel richting jongeren en als platform waarin Haagse jongeren de stad en hun favoriete (uitgaans)plekken met anderen delen. Het JIP werkt hier met een enthousiast team van jongeren die regelmatig bloggen en vloggen aan. Zij komen maandelijks tijdens pizzasessies hiervoor bijeen. Dit jaar is veel ingezet op het vergroten van de naamsbekendheid van het platform in de stad en is de samenwerking met lokale partners en media versterkt. We hebben een half jaar lang een eigen **weekendmix-radioshow** op Den Haag FM gehad, wat een effectief promotietool was. Daarnaast waren we elke donderdag op Den Haag FM te

horen met weekend uitgaanstips. Verder wisselen de betrokken jongeren in de groep kennis uit en vindt veel persoonlijke groei plaats. De samenwerking met *Fluxility* (host van de website) verloopt voorspoedig. Afgelopen jaar hebben we met elkaar de website verder getest en daar waar nodig bugs opgelost. Zijn denken ook actief mee ter doorontwikkeling van de website. We hebben hier in november mooie stappen in gezet die we in 2020 zullen doorpakken. **WeHague.nl had in 2019 gemiddeld 1400 bezoekers.** In 2018 waren dit er 1000. Een mooie stijgende lijn, wat komt doordat we veel hebben geïnvesteerd en investeren in fysieke en digitale promotie en door mond op mond reclame door jongeren.

2.10.1 Social Media

Het bereik van WeHague via Social Media in 2019 in verhouding tot de voorgaande jaren was als volgt:

	2017	2018	2019
Facebook	1445	2157	2851
Instagram	835	1066	1386
Gemiddeld	7226	11295	12895

De Facebook- en Instagrampagina van WeHague.nl worden dagelijks bijgehouden. We posten hier continu nieuwe items over uitgaan en tips hierover op. Partners uit de stad weten ons hier goed te vinden en vragen naar mogelijkheden voor samenwerking voor of promotie van hun evenement. Dit gebeurt in de vorm van leuke winacties voor theater, clubs, festivals en events. We krijgen regelmatig reacties op berichten die we posten, welke worden gedeeld en waarin anderen worden getagd. Social Media is een belangrijk middel waarmee we het gebruik van WeHague.nl stimuleren. We zetten het actief in om jongeren te informeren en om onszelf door hen te laten informeren.

2.11 Vlogs en blogs

Bloggers en vloggers Gina, Kelly, Bjorn, Matheus, Marijke, Iris, Heleen, CyAnn, Jim, Victoria, Laura, Daphne, Tji, Shadine en Nabryn bezoeken events in de stad en delen vervolgens hun ervaringen. Onze JIP-medewerkers Shikara en Leila doen dit ook actief. De vlogs en blogs worden veelvuldig gezien en gelezen. Daarnaast worden ze gedeeld en geliked. Het zijn mooie tools waarmee jongerenparticipatie en betrokkenheid worden gestimuleerd.

2.12 Losse acties

We hebben in 2019 samen met partners winacties voor jongeren gehouden. Daarnaast zijn we actief de stad in gegaan en hebben we jongeren aangesproken, bijvoorbeeld tijdens *Parkpop*, *Oh Oh Intro*, *Strandseizoen*, *koopavond*, *het uitgaan*, *Open Dagen*, *op school en bij theaters*, *bioscopen* en *Filmhuis Den Haag*. Het afgelopen jaar was er meer budget beschikbaar voor promotie. We hebben dan ook posters opgehangen op verschillende plekken waar jongeren uithangen of geïnteresseerd in zijn en hier flyers uitgedeeld. Daarnaast hebben we, zoals eerder al is genoemd, samengewerkt met Den Haag FM. We hebben een eigen radioshow, spotjes en wekelijkse inbelmomenten waarbij weekentips werden doorgenomen gehad. Kortom: we waren op veel plekken actief en zichtbaar in de stad!

2.13 Projecten met additionele financiering

2.13.1 Maand van de Liefde

In februari 2019 heeft de *Maand van de Liefde*, in samenwerking met de GGD, het Centrum voor Seksuele Gezondheid en het COC, plaatsgevonden. Doel hiervan is om jongeren *preventief* te informeren over liefde, relaties en seksualiteit. Voorheen bestond dit project uit *De Liefdesbus* en algemene voorlichtingen. Dit jaar is *De Liefdesbus* vervangen door een *Liefdescarrousel* in de klas. De onderwerpen die aan bod kwamen in de *Liefdesbus* zijn dit jaar wederom gehanteerd. Voorbeelden hiervan zijn: *prikkelende stellingen van het COC*, *een quiz over seksualiteit door de jongerenadviseurs van het JIP* en *een condoomdemonstratie door GGD en een verpleegkundige*. Dit concept, waarbij er in één uur met meerdere organisaties kennis wordt gemaakt en verschillende thema's besproken worden, wordt als heel leerzaam beschouwd en zorgt ervoor dat de jongeren leuk meedoen. In totaal heeft het JIP in 2019 **acht keer de Liefdescarrousel op drie verschillende middelbare scholen** gedaan. Naast de *Liefdescarrousel* heeft het JIP **25 gastlessen** gegeven op verschillende scholen in Den Haag, waarvan acht keer over het thema *Veilig Vrijen* en 17 keer over het thema *Pikante Foto's*. Tot slot, hebben we het afgelopen jaar veel toffe acties gedaan in het teken van liefde en seksualiteit. Zoals een winactie en het uitdelen van hartenlolly's in het centrum van Den Haag. Van de verschillende acties zijn video-opnames gemaakt die op onze website en Social Media zijn geplaatst. Hieronder zijn de links hiernaar weergegeven:

- **Lolly-actie:**
<https://www.facebook.com/jipdenhaag/videos/2238620109550087/UzpfSTlyNjY2MDE0MDgzNzM5MzoxMTc1NzI4MTUyNTk3MjQ5/>
- **Wat betekent liefde voor jou:**
<https://www.facebook.com/jipdenhaag/videos/393558691457213/UzpfSTlyNjY2MDE0MDgzNzM5MzoxMTgwOTQ2Mjc1NDA4Nzcx/>
- **Who Knows Best:**
<https://www.youtube.com/watch?v=koWSe9jZLDo>

2.13.2 Week van de Mediawijsheid

Het JIP is onderdeel van een werkgroep (geleid door de GGD) die vorm geeft aan het voorlichtingsaanbod voor de *Week van de Mediawijsheid*. Waar wij in 2018 voornamelijk hebben ingezet op het thema "*Social Media*", hebben we ons in 2019 vooral gefocust op het thema "*gamen*". Gamen is nauw verbonden met Social Media en vele andere digitale communicatiekanalen. De inzet hierop is voortgevloeid uit de gebleken behoefte tijdens een ouderbijeenkomst in de Schilderswijk in 2018. Er was toen veel vraag naar informatie hierover. Wij hebben in 2019 een groot aantal voorlichtingen hierover geleverd aan basisscholen en middelbare scholen, die ook door ouders te volgen waren. Daarnaast hebben we deze voorlichting ook gedurende de ouderbijeenkomst in de Schilderswijk gegeven. Alle reacties hierover zijn positief, waar we zeer tevreden over zijn! Met deze voorlichting hebben we, blijkend uit de reacties hierover, het bewustzijn bij ouders en kinderen (leerlingen) over gamen en de gevolgen hiervan vergroot.

2.13.3 Geldzaken 070

Met behulp van de input van vele partijen, waaronder het JIP, is *Geldzaken 070* hard op weg om een veelbelovend project voor de inwoners van Den Haag te worden. Dit jaar hebben we een belangrijke bijdrage geleverd aan de vormgeving van de intakeprocedure hiervan. In 2019 zijn een aantal intakes door Geldzaken 070 uitgevoerd, waarbij het JIP de medewerkers van gemeente Den Haag heeft ondersteund. In dit project is ook de kennis van het JIP over de sociale kaart van Den Haag van belang. Dit, ter passende koppeling van klanten aan vormen van financiële dienstverlening. Wij kijken ernaar uit om onze participatie in het project in 2020 voort te zetten en de pilot zo succesvol mogelijk te laten zijn!

2.13.4 JA voor een kans

Het project “JA voor een kans” was in september 2019 gepositioneerd binnen het JIP. Dit, omdat we een bekende en laagdrempelige voorziening voor jongeren zijn. Het project heeft als doel om kwetsbare jongeren die tussen wal en schip zijn geraakt een kans te bieden om te werken of om een opleiding te volgen. Dit doen wij door het aanbieden en financieren van verschillende leerwerkprojecten (van drie tot twaalf maanden). Jongeren maken zélf de keus voor een traject aan de hand van de *JA-Oriëntatieweek*. Tijdens het traject verbeteren ze hun werknemersvaardigheden en vergroten ze hun zelfvertrouwen en vakkennis. Na het traject worden ze *warm* naar regulier onderwijs of een baan begeleid. Daarnaast ontvangen ze hier nog minimaal drie maanden *nazorg*. Tijdens het leerwerktraject is de leermeester/begeleider van het leerwerkbedrijf het eerste aanspreekpunt voor de jongere. Wij blijven echter op de achtergrond aanwezig en hebben regelmatig contact met de jongere en de leermeester. Bij (dreigende) uitval wordt bemiddeling verricht en wordt, indien nodig, een ander passend traject gevonden. In 2019 hebben wij twee oriëntatieweken georganiseerd (in september en november) waar **35 jongeren** zich voor hebben aangemeld. Van dit aantal hebben **22 jongeren** deelgenomen aan deze weken. Sommige jongeren verschenen niet meer na de intake en een ander deel is niet komen opdagen. Daarnaast hebben een aantal jongeren zich pas na de oriëntatieweken aangemeld. Deze jongeren hebben we op basis van hun specifieke situatie tussentijds naar een leer-werktraject op maat begeleid. Uiteindelijk hebben wij in totaal **25 jongeren** naar een baan en/of opleiding kunnen begeleiden. Ondanks deze positieve resultaten is het echter niet gelukt om duurzame financiële borging te realiseren, waardoor we het project hebben moeten stoppen. We hopen natuurlijk dat dit in samenwerking met de gemeente Den Haag in de toekomst alsnog gerealiseerd kan worden en dat we het later kunnen herstarten. *Het JIP behoudt tot het eind van 2020 gemiddeld zes uur per week voor nazorg van de huidige jongeren en voor het in kaart houden van het sociale netwerk voor de betrokken leerwerkbedrijven.*

2.14 Klanttevredenheid

Het JIP heeft in 2019 *34 ingevulde klanttevredenheidsformulieren* teruggekregen. Daarnaast hebben we ook mondeling respons gekregen over hoe jongeren onze dienstverlening hebben ervaren. Uit de ontvangen reacties blijkt het volgende:

op vragen als “*heb je antwoord op je vraag?*”, “*voelde jij je serieus genomen?*”, “*heb je alles kunnen zeggen en vragen?*” en “*kon je onze winkel gemakkelijk vinden?*” heeft **90%** met “**ja**” gereageerd. Alle jongeren geven daarnaast aan dat ze na de ontvangen dienstverlening zelfstandig verder kunnen en dat ze, op 1 jongere na, het JIP zullen aanbevelen aan vrienden/kennissen. Dit zijn mooie resultaten en motiveren ons om deze lijn door te zetten. De meeste jongeren hebben aangegeven ons te hebben gevonden via Google, Social Media en/of via iemand uit hun netwerk.

3. Signalen en ontwikkelingen

- Het JIP signaleert dat mediawijsheid voor jongeren, ouders en professionals een belangrijke rol speelt. In 2019 hebben we dan ook middels voorlichtingen, o.a. in de Week van de Mediawijsheid, hierop ingezet;
- Het JIP krijgt signalen over opvoeding binnen vanuit het CJG. Deze houden wij nauwlettend in de gaten. Wij kunnen hier, indien nodig, een aanpak voor ontwikkelen die ouders en professionals vaardiger kunnen maken in de omgang hiermee;
- Het JIP beschikt nu over de technische kennis en tools om eigen reportages te maken. Dit stelt ons in staat om signalen te inventariseren op het gebied van verschillende voor jongeren belangrijke thema's en om de stad in te trekken om met jongeren op beeld in gesprek te gaan. Dit gebeurt natuurlijk altijd met hun toestemming. Het resultaat hiervan is video's die gepost worden op onze Youtube- en Facebookkanaal.

4. Netwerk

Het JIP is in 2019 meermaals aangesloten geweest bij diverse netwerkoeverleggen, zoals het/de:

- Gezonde Seks-overleg;
- Beleidsnetwerkoeverleg Kwetsbare Jeugd 16 t/m 24 jaar (voorheen Zwerfjongerenoverleg);
- Loverboy-overleg;
- Jonge Moeders-ketenoverleg;
- Ongedocumenteerden overleg;
- Student en Stad-netwerkoeverleg;
- Jongeren Stadslab;
- CJG-themabijeenkomsten;
- bijeenkomsten met de afdeling Financiële Hulpverlening van de gemeente Den Haag en Xtra;
- werkgroep '*Meer samenwerken op Financiële Educatie*';
- werkgroep '*Mentaal welzijn*': een verkenning naar de meerwaarde van @ease in Den Haag en Delft.

Deze netwerkoeverleggen zijn zeer waardevol voor ons, omdat we hiermee de contacten met onze partners onderhouden en signalen met elkaar delen. Daarnaast zijn wij als JIP een belangrijke verwijzer naar hulpverlening op maat voor jongeren, waardoor het handig is dat we op de hoogte worden gehouden van de ontwikkelingen in het veld en dat we mee kunnen denken over casuïstiek. Onze professionals bezoeken naast netwerkoeverleggen ook conferenties om op de hoogte te zijn van de laatste ontwikkelingen en nemen proactief contact op met huidige en nieuwe partners. Een aantal ketenpartners waarmee we vaak nauw samenwerken om o.a. ontwikkelingen op hun werkgebied te bespreken zijn: *Youz, het CJG (waaronder de Medewerkers Wijkcontacten en Netwerken), Indigo, de Kinder- en Jongeren Rechtswinkel, Sense/Centrum voor Seksueel Geweld en de Zorgverzekeringslijn.*

Gemeente Den Haag

Met de gemeente Den Haag is gedurende het jaar intensief contact. Deze samenwerking verloopt erg prettig. Er is regelmatig samengewerkt met diverse afdelingen, bijv. in het kader van het Jongerenstadslab, voor evenementen in de stad en ter versterking van de verbinding tussen jongeren en cultuur in de stad.