

Evaluatie Rotterdamse Herstelaanpak (2021)

De herstelaanpak is geëvalueerd en beschreven door onderzoekers Floor Bevaart en Eva Klooster. Zij zijn auteurs van deze rapportage.

Klooster
onderzoek & advies

Gemeente Rotterdam

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Management samenvatting	4
Achtergrond	7
Opbrengsten herstelaanpak	12
Lessons Learned	24
Conclusie en overkoepelende aanbevelingen	30
Bijlage	32

Voorwoord

In Rotterdam willen we jongeren zo veel mogelijk gelijke kansen bieden. Achterstanden verkleinen we door meer aandacht en ondersteuning. Sinds de coronacrisis zien we dat jongeren moeite hebben met de impact van corona en alle beperkende maatregelen. We willen voorkomen dat corona achterstanden veroorzaakt of vergroot. Vanaf het begin van de coronacrisis zetten we daarom in op een stevige herstelaanpak voor jongeren van 16 tot en met 26 jaar, die kwetsbaar zijn of dreigen te worden door de directe en indirecte gevolgen van corona. Het doel van de herstelaanpak is het zoveel mogelijk dempen van de negatieve impact van de gezondheidscrisis op jongeren.

In de herstelaanpak richten we ons op het bevorderen van het perspectief, de zelfredzaamheid en het zelfoplossend vermogen van jongeren. Met, door en voor jongeren is daarbij vanaf het begin het uitgangspunt. Op basis van wederzijds vertrouwen zijn er samen met jongeren en met betrokken organisaties, acties en activiteiten bedacht en in korte tijd uitgevoerd. In het begin vooral gericht op on- en offline ontmoeting, waaronder de snelle realisatie van negen jongerenhubs. Later kwamen daar meer urgente opgaven bij, zoals het vergroten van de mentale weerbaarheid van jongeren en het bieden van meer perspectief. Samen met het rapport 'Resultaten herstelaanpak covid-19 jongeren 2021' geeft deze impactmeting een goed overzicht van wat er in een jaar is bereikt en wat we nog kunnen verbeteren in onze aanpak.

Helaas duurt de pandemie voort en wijzen recente (landelijke) onderzoeken uit hoe groot de wissel is die dit op onze jongeren trekt. We zijn er dus nog niet. Daarom blijven we ons samen met jongeren en organisaties in de stad ook in 2022 inzetten om jongeren zo goed mogelijk door deze crisis heen te helpen. Daarbij putten we uit de ervaring die we in het afgelopen jaar hebben opgedaan en de lessen die we al hebben geleerd.

Judith Bokhove
Wethouder Mobiliteit, Jeugd en Taal

Management samenvatting

Achtergrond

Aangezien onze 125.000 Rotterdamse jongeren de afgelopen twee jaar op verschillende levensgebieden werden getroffen door COVID-19, ontwikkelde de Gemeente Rotterdam eind 2020 de domeinoverstijgende[1] Herstelaanpak Jeugd. Het overkoepelende doel van de Herstelaanpak is om *samen met jongeren* te werken aan meer perspectief, een grotere zelfredzaamheid en meer zelfoplossend vermogen om zo de effecten van de gezondheidscrisis zoveel mogelijk te dempen.

Binnen deze rap van de grond gekomen aanpak bedachten Rotterdamse jongerenorganisaties *(bottom-up)* 69 'innovaties'; tijdelijke plusaanpakken boven op de al bestaande basisaanpak van de programma's. Hierbij valt te denken aan jongeren die zich nu direct aanmelden voor een mentortraject, zonder eerst langs het Jongerenloket te hoeven (bij Rotterdamse Douwers) of jongeren die een coronabijbaan krijgen, zoals boodschappenbezorger (bij Thuis op Straat).

Innovaties zijn ook nieuwe initiatieven zoals de Jongerenhubs, ontmoetingsplaatsen bedacht voor en door jongeren. Of Rotterdam Recruitment Agency, waarbij jongeren 'van de straat' als recruiter werken om andere jongeren te vinden én binden. Ook wordt er binnen de Herstelaanpak geëxperimenteerd met beleidsinnovatie: bijvoorbeeld met de decentralisatie van het Jongerenloket en vanuit het Jongerenpanel, waarin Rotterdamse jongeren meedenken met actuele beleidsbeslissingen. Daarnaast zijn er een aantal extra (wetenschappelijk onderbouwde) basistrajecten gericht op (preventie van) psychosociale problemen ingekocht.

Op 1 december 2021 is 58% van deze innovaties in bedrijf; 35% is afgerond en 7% moet nog starten[2].

De Herstelaanpak is tussen mei en december 2021 geëvalueerd door twee onafhankelijke, externe onderzoekers (auteurs van deze rapportage). Voorliggende evaluatie dient twee doelen. Ten eerste, het beschrijven van zowel de kwantitatieve als kwalitatieve voortgang van de Herstelaanpak op het gebied van: live en online bereik, het betrekken van jongeren, het bereiken van kwetsbare groepen en het vergroten van perspectief. Ten tweede, het identificeren van (door jongeren en professionals ervaren) werkzame mechanismen bij een aantal 'veelbelovende' innovaties en het beschrijven van de cruciale condities om deze te laten werken.

Vanaf het begin van 2021 stond de Herstelaanpak voor een complexe opdracht: overtuigd van de noodzaak om de impact van COVID-19 op jongeren zoveel mogelijk te mitigeren, maar onzeker of en op welke manier dit effect zou sorteren. Op basis van wederzijds vertrouwen zijn vanuit de gemeentelijke partners in het veld – jongeren- en welzijnsorganisaties en sociaal ondernemers – heel snel innovaties bedacht en in bedrijf gebracht. Dit vroeg, zeker ten tijde van steeds nieuwe *lockdowns* en maatregelen, om veelvuldig bijstellen en ook om genoegen nemen met enige praktische beperkingen op onderzoeksgebied.

Zo bleek tijdens de uitvoering van de evaluatie dat er, door het ontbreken van vooraf opgestelde uniforme prestatieafspraken, grote onderlinge verschillen waren in de mate en manier van registratie en monitoring tussen de innovaties. Hierdoor was het niet mogelijk om het belangrijkste doel van de Herstelaanpak – het dempen van de impact van COVID-19 – volledig meetbaar te maken. Ook bleek uit gesprekken met professionals dat het (enorm toegenomen) digitale werken een doorontwikkeling nodig heeft, net zoals dat de ketensamenwerking sterker van de grond kan komen. Ook aan deze *lessons learned* wordt in deze evaluatie aandacht besteedt.

Voor deze evaluatie is gebruik gemaakt van een *mixed-methods* onderzoek waarbij kwalitatieve gegevens aangevuld zijn met kwantitatieve gegevens en andersom. De innovaties vulden in de periode mei-november 2021 3 digitale vragenlijsten in, er werden 46 kwalitatieve interviews met jongeren, professionals en experts afgenomen en innovaties leverden over 1.674 unieke deelnemende jongeren digitale informatie aan.

Opbrengsten en lessons learned Herstelaanpak

Rotterdamse jongeren deden eind 2021 niet vaker een beroep op een WW-uitkering of op ondersteuning via het Jongerenloket dan in pre-COVID jaren. Wel veroorzaakten zij nog steeds vaker overlast dan in 2019 en zette de trend van toename van mentale gezondheidsproblemen in 2020 door.

Op 1 december 2021 heeft de Herstelaanpak 5.203 jongeren (live) bereikt; dat is 74% van het door innovaties verwachte totaal. Daarnaast zijn er nog tienduizenden jongeren digitaal bereikt of betrokken, bijvoorbeeld door deelname aan het Jongerenpanel, of doordat zij content *liketen* of plaatsten op sociale

mediakanalen van de innovaties. Van de tot nu toe bereikte jongeren rapporteerden innovaties dat 2.160 jongeren inmiddels hun belangrijkste doel bereikten; dit gaat vooral om actieve deelname aan een event (n=994 jongeren) en het vergroten van mentale weerbaarheid (n=830 jongeren). Ook werden 131 Rotterdamse jongeren aan een stage of (bij)baan geholpen. De impact van de Herstelaanpak kan op dit laatste gebied nog vergroot worden: het bereik van innovaties die inzetten op bemiddeling naar en voorlichting over mogelijkheden op onderwijs(beurzen), stage en arbeidsmarkt is vooralsnog laag.

In een jaar waarin meerdere *lockdowns* van kracht waren, is het een mooi resultaat dat 70% van de innovaties evenveel of meer jongeren bereikt dan vooraf ingeschat. Gedurende de evaluatieperiode hebben een aantal innovaties, zoals Zelfmelders (Rotterdamse Douwers) en de Jongerenbijdrageregeling (Thuis op Straat), hun snelheid van handelen vergroot, waardoor meer jongeren bereikt werden. Jongeren zelf noemen deze snelheid, en de persoonlijke aandacht van een mentor of rolmodel (zoals bij Zelfmelders en The Room) wanneer zij eenmaal bereikt zijn als belangrijke succesfactoren.

Een andere succesfactor die van belang is om het online bereik en mogelijk ook de digitale impact te versterken is communicatie op maat. Alhoewel meer dan de helft (56%) van de innovaties (ook) digitaal pioniert, blijkt een digitale doorontwikkeling van belang. Innovaties dienen niet alleen online actief te zijn, maar ook digitale impact te bewerkstelligen door grip te krijgen op doelgroepen (vergaar kennis in subculturen) en door gedrag/kennis van jongeren te beïnvloeden (werk gelijkwaardig samen met jongeren/lokale *influencers*).

Actieve betrokkenheid en eigenaarschap bij projecten blijken, volgens jongeren en professionals, succesvol bij het nastreven van effectieve jongerenparticipatie. Dat het uitgangspunt van de Herstelaanpak om *samen met jongeren* te bedenken en uit te voeren grotendeels wordt waargemaakt, blijkt uit de hoge mate (73%) waarin innovaties jongeren op verschillende manieren en momenten betrekken. De Jongerenhub Casa Blanca (Poolsestraat, Delfshaven) is een mooi voorbeeld van een innovatie die met en door jongeren is uitgedacht en opgezet.

Aan de andere kant wil meer dan de helft (57%) van de innovaties jongeren nóg meer betrekken; hiervoor dient in ieder geval tijd en uitvoeringsbudget beschikbaar te worden gesteld. Daarnaast stellen professionals dat er, naast kwetsbare groepen, ook aandacht moet komen voor 'onzichtbare talenten'; jonge rolmodellen met tijd en energie die haarfijn aanvoelen wat er moet gebeuren in een bepaalde wijk.

Naast het samenwerken met jongeren, werken innovaties ook veelvuldig samen met ketenpartners (71%) en weten zij elkaar inmiddels goed te vinden voor praktische ondersteuning. Wel vinden innovaties dat zij nog te weinig geïnformeerd zijn over elkaars aanbod en mogelijkheden. De gemeentelijke innovatie Jong en Sterk! heeft potentie tot het verbinden van gemeente, arbeidsmarktorganisaties en jongeren, mits zij op volle vaart weten te komen. Ook kan de gemeente innovaties en de bestaande structuur in wijken verbinden door de samenwerking met (jongeren)organisaties in de wijk formeel vast te leggen in afspraken en uren.

Outreachend werken en een integrale aanpak zijn succesvol bij het vinden én binden van kwetsbare doelgroepen. Deze succesfactoren dienen breder uitgerold te worden, want hoewel de Herstelaanpak volop actief is in de kwetsbare wijken van Rotterdam[3] en jongeren van verschillende opleidingsniveaus deelnemen aan de innovaties, lukt het nog niet om (de meest) kwetsbare groepen te bedienen. De praktijkgeschoolden en Voortijdig Schoolverlaters (VSV'ers) worden namelijk (nog) niet bereikt. Rotterdam Recruitment Agency tracht deze groepen wel te bereiken; en zet jongeren 'van de straat' in om anderen jongeren werven.

Leunen en vertrouwen op de grote expertise van gemeentelijke partners in het veld –jongerenwerkers, welzijnsorganisaties, sociaal ondernemers- is van belang om, zeker in deze tijd van snel slinkende publieke waardering van overheidsbeleid, het vertrouwen van jongeren terug te winnen. De Herstelaanpak streefde vanaf het begin naar het uitgaan van de menselijke maat, wat al deels tot uiting komt in de *bottom-up* aanpak. Volgens geïnterviewde professionals kan dit zelfs méér en komt deze manier van werken idealiter ook tot uitdrukking in een duurzamere manier van projecten aanbesteden (met aandacht voor opvolging/nazorg), in de mogelijkheid van inbedding van innovaties in de bestaande infrastructuur van het jongerenwerk en in de mogelijkheid om jongerenwerkers én jongeren mee te laten denken op wijkniveau.

Voor de doorontwikkeling van de Herstelaanpak is het tot slot van belang dat er nagedacht wordt over een uniforme manier van registreren. Innovaties houden weliswaar op eigen initiatief enkele achtergrondkenmerken van hun doelgroep digitaal bij, maar er zijn grote onderlinge verschillen in de mate en manier van registeren. Zo is het mooi dat voor 80% van de jongeren over wie

innovaties digitale informatie aanleverden bekend is uit welk stadsdeel zij komen; dit biedt inzicht in spreiding van impact over de stad. Voor alle innovaties is het echter aan te raden om daarnaast minimaal het opleidingsniveau van hun deelnemers bij te houden en een tevredenheidsmeting uit te voeren. Voor innovaties die op grotere schaal streven naar het vergroten van perspectief wordt aangeraden om tijdens het project op minimaal twee momenten een gedegen leefgebiedenanalyse uit te voeren, bijvoorbeeld aan de hand van de Zelfredzaamheidsmatrix (ZRM).

Conclusie en overkoepelende aanbevelingen

Dit jaar werd gedeeltelijk herstel van de COVID-19 crisis bij Rotterdamse jongeren zichtbaar: zij doen eind 2021 niet vaker een beroep op de gemeentelijke voorzieningen dan in pre-COVID jaren. Aan de andere kant heeft de crisis ertoe geleid dat jongeren niet meer vanzelfsprekend konden rekenen op onderwijs en welzijnsaanbod op locatie, dat zij meer overlast veroorzaken en dat zij (in 2020) rapporteerden eenzamer te zijn en vaker depressieve en angstgevoelens te hebben door de pandemie. COVID-19 blijkt een impertinente indringer die het leven van (veel) jongeren langdurig ontwricht. Voor hen is het dan ook waardevol én noodzakelijk dat de Herstelaanpak doorloopt in 2022.

De Herstelaanpak heeft zich in 2021 op de kaart gezet als een domeinoverstijgende, programmatische jongerenaanpak met inmiddels 69 zich duidelijk van elkaar onderscheidende innovaties. Aangezien meer dan helft van de innovaties nog actief is of zelfs nog moet starten, is het aannemelijk dat het verwachtte aantal van 7.000 jongeren[4] bereikt zal worden.

De innovaties werken aan de ene kant werken met bewezen succesfactoren, zoals persoonlijke aandacht, *outreachend* werven en integrale ondersteuning. Aan de andere kant pionieren zij met digitale communicatie op maat, jongerenparticipatie en straat*recruiters*. Naast het opschalen en het zoveel mogelijk borgen van deze positieve ontwikkelingen dient de Herstelaanpak op een aantal punten ook aangescherpt en doorontwikkeld te worden. Hierbij zijn de vijf volgende overkoepelende aanbevelingen van belang:

1. Investeer in 'maatwerk' communicatie vanuit de gemeente over de Herstelaanpak en specifiek over het aanbod naar jongerenwerkers en jongeren (en hun opvoeders);
   Maak hierbij gebruik van de adviezen uit rapportage m.b.t. digitale informatievoorziening en jongerenbereik en betrek jongeren bij advisering over passende communicatie.
2. Versterk informatie-uitwisseling en samenwerking tussen organisaties die werken met jongeren per deelgebied (onderwijs, werk, vrije tijd/welbevinden);
   Leer van het proces en opbrengsten van het Platform Jong en Sterk!

3. Zet bij de keuze van (nieuwe) innovaties specifiek in op 1-op-1 begeleiding van twee doelgroepen, te weten: kwetsbare jongeren en "onzichtbare' talenten in de wijken;
   Om daadwerkelijk positief verschil te maken voor de kwetsbare jongeren is 1-op-1 begeleiding (maatje, coach, mentor) heel effectief gebleken. Maar richt de aanpak ook op jongeren die normaliter over het hoofd worden gezien, maar die hun talenten ten behoeve van de wijk kunnen inzetten.

4. Werk samen met de innovaties een plan voor uniforme registratie en monitoring uit;
   Voor alle innovaties is het standaard registeren van een aantal indicatoren van belang en voor de grotere innovaties die zich (ook) op kwetsbare groepen richten kan een uniform uitgevoerde leefgebieden analyse veel inzicht bieden. Het opzetten van kenniswerkplaatsen in samenwerking met universiteiten en/of hogescholen kan hierbij helpen.

5. Versterk de gemeentelijke governance rol
   De Herstelaanpak is gebaat bij heldere afspraken met externe partners over:
   a) verantwoordingsinformatie,
   b) informatie die inzicht biedt in resultaten van interventies,
   c) het gebruik maken van wetenschappelijke kennis over effectieve methodieken.

1 Innovaties van de Herstelaanpak zijn actief op het gebied van: mentale gezondheid, werk en inkomen, onderwijs en participatie.
2 Deze percentages zijn berekend over de groep N=51 innovaties, die op 1 december 2021 de derde en laatste vragenlijst invulden.
3 Tarwewijk, Charlois, Afrikaanderwijk.
4 Doordat er nieuwe innovaties aan de Herstelaanpak werden toegevoegd tussen augustus en december 2021, is de totale bereikverwachting inmiddels hoger dan in de Tussenrapportage (verwachting: 6.000 jongeren; op 1 augustus 2021).

Achtergrond

1. Inleiding

Voor u ligt de evaluatie van de Rotterdamse Herstelaanpak jongeren over 2021. De Herstelaanpak kwam eind 2020 in een rap tempo van de grond om de impact van de COVID-19 crisis op Rotterdamse jongeren zoveel mogelijk te dempen.

De belangrijkste aanleiding voor de Herstelaanpak waren de eerste landelijke en gemeentelijke cijfers waaruit bleek dat COVID-19 tussen maart en september 2020 een grote impact op jongeren had. Op basis van een verandertheorie en een ex-ante evaluatie[5] maakte het Bestuurlijk Team Gelijke Kansen haast om een aanpak te ontwikkelen om jongeren (16-27 jaar) die kwetsbaar zijn of dreigen te worden door deze mondiale crisis te loodsen. In de Herstelaanpak werden recente aanbevelingen voor herstelbeleid vanuit (o.a.) de drie planbureaus (CP, PBL, SCP) verwerkt door een integrale aanpak (werk en schulden, onderwijs, mentale weerbaarheid) met snelle acties en tijdig ingrijpen voor te staan. Daarnaast wordt de aanpak expliciet gemaakt en uitgevoerd met en door jongeren en stakeholders en gaat deze zowel over crisismaatregelen op de korte termijn als over innovaties met impact op de middellange en langere termijn.

Dankzij Rijksmiddelen kon er vanaf december 2020 direct uitvoering gegeven worden aan de Rotterdamse Herstelaanpak 'Help jongeren door de crisis' en al snel bleek hoe belangrijk het is om als stad op deze manier te investeren in jongeren en crisisimpact te mitigeren. Op het moment van schrijven is opnieuw een harde *lockdown* van kracht en ondervinden onze 125.000 Rotterdamse jongeren (12-27 jaar) nog steeds dagelijks de (lange termijn) gevolgen van de crisis. Zij zijn mentaal ongezonder, veroorzaken meer overlast en hebben minder onderwijs genoten dan in de pre-corona jaren.

Zoals u weet, is er in 2021 veel gesproken over de 'nieuwe bestuurscultuur' die Nederland nú nodig heeft. Ook lokale overheden worstelen met de constatering dat jongeren gemeentelijke instituties steeds minder vertrouwen. Rotterdam heeft er daarom voor gekozen om De Herstelaanpak niet alleen zeer snel in bedrijf te laten gaan, maar ook op een innovatieve – *bottom-up* – manier in te steken. Het initiatief en de creativiteit voor de organisatie van de aanpak lag grotendeels bij de jongerenorganisaties en bij sommige innovaties ook bij de jongeren zelf. Hierdoor werd geïnvesteerd in een aanpak die dicht bij de jongeren staat, waar bureaucratische vertraging zoveel mogelijk beperkt blijft en waar het experiment niet geschuwd wordt.

Het belangrijkste doel van de Herstelaanpak is om *samen met jongeren* te werken aan meer perspectief, een grotere zelfredzaamheid en meer zelfoplossend vermogen. Dit wordt bereikt door bestaande Rotterdamse jongerenprogramma's met elkaar te verbinden, te versnellen en te innoveren. Vanuit de Herstelaanpak worden vanaf januari '21 (gefaseerd) 'innovaties' van de Rotterdamse jongerenprogramma's gefinancierd. Dit zijn tijdelijke plusaanpakken bovenop de al bestaande basisaanpak van de programma's.

Zo werkt de Rotterdamse Douwers nu voor het eerst met 'zelfmelders'; jongeren hoeven niet eerst langs het Jongerenloket, maar kunnen direct aan een mentortraject beginnen. Thuis op Straat, een effectief erkende jeugdinterventie voor (straat)activiteiten, voerde voor het eerst de Jongerenbijdrageregeling uit, waarbij jongeren zelfbedacht plan gefinancierd krijgen. Innovaties zijn ook nieuwe initiatieven zoals de Jongerenhubs, ontmoetingsplaatsen bedacht voor en door jongeren. Of Rotterdam Recruitment Agency, waarbij jongeren 'van de straat' als *recruiter* werken om andere jongeren te vinden én binden.

Ook wordt er binnen de Herstelaanpak geëxperimenteerd met beleidsinnovatie: bijvoorbeeld met de decentralisatie van het Jongerenloket en vanuit het Jongerenpanel, waarin Rotterdamse jongeren meedenken met actuele beleidsbeslissingen. Daarnaast zijn er een aantal extra wetenschappelijk onderbouwde basistrajecten[6] gericht op (preventie van) psychosociale problemen ingekocht. Tot slot financiert de Herstelaanpak een aantal 'initiatieven'; dit zijn (in tegenstelling tot de innovaties) eenmalige activiteiten voor jongeren die buiten het bereik van huidige evaluatie vallen.

Binnen de Herstelaanpak zijn drie pijlers te onderscheiden. De innovaties zijn op één of meerdere pijlers gericht, te weten:

1: Bereiken en betrekken van jongeren. Hieronder vallen innovaties die samen met jongeren het aanbod organiseren *(1a betrekken jongeren)* en innovaties gericht op kwetsbare groepen *(1b moeilijk bereikbare jongeren).*

2: Basis op orde. Hieronder vallen innovaties die zich richten op het versterken van de mentale weerbaarheid *(2a mentale weerbaarheid)* en innovaties die trachten om jongeren op andere manieren in beeld te krijgen en drempels naar hulp en ondersteuning te verlagen *(2b toeleiding trajecten).*

3: Perspectief op onderwijs en werk. Hieronder vallen innovaties die jongeren helpen bij het opbouwen van een zelfstandig bestaan, door jongeren te informeren over en te ondersteunen bij zaken zoals scholing, huisvesting, financiën, werk/stage en het ontwikkelen van een sociaal netwerk *(3a perspectief op onderwijs en werk).* Ook wordt er vanuit een publiek-private samenwerking samengewerkt aan verbindings- en verbetermogelijkheden voor innovaties van de Herstelaanpak *(3b publiek-private samenwerking).*

2. Voorliggende evaluatie

In totaal zijn er op 1 december 2021 69 unieke innovaties van 47 verschillende organisaties gefinancierd. In bijlage 1 is een 'routekaart' te vinden die laat zien onder welke pijler de innovaties vallen, wat voor soort aanpak zij voorstaan en in hoeverre er, los van deze evaluatie, wetenschappelijke onderbouwing voor de effectiviteit van de (basis)aanpak is.

Van de bereikte innovaties is 58% momenteel in bedrijf; 16% is afgerond met uitzicht op vervolg en 7% moet nog starten. Slechts 19% is definitief afgerond. Voorliggende evaluatie is dan ook geen *eind*evaluatie maar beschrijft de voortgang van de Herstelaanpak tussen 1 januari en 1 december 2021.

Het eerste doel van deze evaluatie is om zowel de kwantitatieve als kwalitatieve voortgang van de Herstelaanpak te beschrijven. Dit wordt gedaan op het gebied van: live en online bereik, het betrekken van jongeren, het bereiken van kwetsbare groepen en het vergroten van perspectief.
Het tweede doel van deze evaluatie is om (de door jongeren en professionals ervaren) werkzame mechanismen te identificeren bij een aantal 'inspirerende' innovaties en de cruciale condities te beschrijven om deze te laten werken. In tabel 1 is samengevat om welke 'succesfactoren' het gaat en in welk hoofdstuk hierover te lezen valt.

Tabel 1 Succesfactoren Herstelaanpak per onderwerp

Succesfactor	Besproken in hoofdstuk	Voorbeelden inspirerende innovaties
Snelheid	5: Live bereik	Zelfmelders, Jongerenbijdrage-regeling
Persoonlijke aandacht	5: Live bereik	Zelfmelders, The Room
Communicatie op maat	6: Online bereik	Jongerenpanel, Project Comeback
Actieve betrokkenheid	7: Betrekken jongeren	Jongerenhub Cada Blanca (Pool-sestraat, Delfshaven) Jongerenbij-drageregeling
Outreachend werken	8: Kwetsbare jongeren	Jongerenhub Casa Blanca (Pool-sestraat, Delfshaven) Jongerenbij-drageregeling
Vertrouwensband	9. Vergroten perspectief voor jongeren	Rotterdam Recruitment Agency, Clubbussie (stedelijke Jongeren-hub)
Integrale aanpak	8: Kwetsbare jongeren 9. Vergroten perspectief voor jongeren	Rotterdam Recruitment Agency, Werk aan de Kade, Rotterdamse Douwers (stedelijke Jongerenhub)

Tijdens de uitvoering van de evaluatie bleek dat er, door het ontbreken van vooraf opgestelde uniforme prestatieafspraken, grote onderlinge verschillen waren in de mate en manier van registratie en monitoring tussen de innovaties. Hierdoor was het niet mogelijk om het belangrijkste doel van de Herstelaanpak – het dempen van de impact van COVID-19 – volledig meetbaar te maken. Ook bleek uit gesprekken met professionals dat het (enorm toegenomen) digitale werken nog een doorontwikkeling nodig heeft, net zoals de ketensamenwerking sterker van de grond kan komen. Aan deze *lessons learned* wordt ook aandacht besteedt.

Hoewel het coronalandschap er ten tijde van het verschijnen van dit rapport (februari 2021) weer heel anders uit kan zien, blijft COVID-19 een impertinente indringer, die zowel het persoonlijke als maatschappelijke leven van jongeren langdurig ontwricht. In hoofdstuk 4 volgt daarom een korte update van hoe het met Rotterdamse jongeren gaat[7] op het gebied van zelfredzaamheid, werk en inkomen en veiligheid. Gedetailleerde (tussentijdse) ontwikkelingen[8] op dit gebied leest u terug in de Tussenevaluatie Herstelaanpak. De opbrengsten van de Herstelaanpak worden in hoofdstuk 5 t/m 9 besproken. De *lessons learned* op het gebied van registratie en monitoring, digitale impact en ketensamenwerking volgen in hoofdstuk 10 t/m 12. Tot slot leest u de conclusie en overkoepelende aanbevelingen voor de doorontwikkeling en borging van de Herstelaanpak voor de middellange termijn.

3. Methode

Voor de evaluatie Herstelaanpak 2021 is gebruik gemaakt van een mixed-methods onderzoek waarbij kwalitatieve gegevens aangevuld zijn met kwantitatieve gegevens en andersom. Deze gegevens zijn verzameld in juni-december 2021 door twee externe onafhankelijke onderzoekers (auteurs van deze rapportage).

Cijfers ontwikkeling Rotterdamse jongeren

In de Tussenevaluatie Herstelaanpak (september 2021) staan algemene trends[9] tot 1 augustus 2021 in de situatie van Rotterdamse jongeren ten tijde van COVID-19 beschreven op basis van cijfers uit verschillende gemeentelijke monitoren en nationale databanken. In hoofdstuk 3 van huidige evaluatie volgt, waar mogelijk, een update van deze trends tot 1 december 2021.

Kwantitatieve dataverzameling

In totaal zijn er drie online vragenlijsten ingevuld door de uitvoerders van de innovaties. In tabel 2 is een overzicht te vinden van meetmomenten, thema's en respons per vragenlijst. De gemiddelde respons over de drie meetmomenten is 86%.

Daarnaast is door 30 van de 69 innovaties (44%) digitale informatie aangeleverd over 1.674 unieke deelnemende jongeren[10]. De volgende indicatoren werden geharmoniseerd: postcode op stadsdeelniveau (voor 81% van de jongeren aangeleverd), postcode op wijkniveau (voor 60% aangeleverd), opleidingsniveau (voor 49%), tevredenheid met de innovatie (voor 25%),

Tabel 2 Overzicht meetmomenten

Meetmoment vragenlijst	Aantal innovaties benaderd	Aantal innovaties gereageerd	Respons (%)	Thema's
Juli 2021	48	42	88%	Tussentijds bereik, doelgroep, achtergrondkenmerken innovatie, succesfactoren.
November 2021	66	56	85%	Registratie en monitoring, jongerenparticipatie ketensamenwerking
December 2021	61	51	84%	Bereik en doelbereik

zelfredzaamheid (voor 17%) en mentale gezondheid (voor <15%). Alleen voor de twee postcode variabelen was het aandeel aangeleverde data voldoende om representativiteit te kunnen veronderstellen.

Kwalitatieve dataverzameling
Er zijn 40 kwalitatieve interviews afgenomen, waarvan 12 met jongeren en 28 met professionals, bij de volgende vijf 'veelbelovende' innovaties: Zelfmelders, Jongerenbijdrageregeling, The Room, Jong En Sterk! en Jongerenhub Casa Blanca (Poolsestraat, Delfshaven). In de Tussenevaluatie Herstelaanpak valt de achtergrond van deze innovaties terug te lezen en de rationale waarom de innovaties zijn uitgekozen voor het kwalitatieve onderzoek. Aanvullend hierop zijn vijf telefonische interviews met programmaleiders van andere innovaties[11] en één interview met een expert op het gebied van online media gehouden.

Alle geïnterviewde (jeugd)professionals zijn betrokken bij de innovaties en/of werkzaam in het jongerenwerk.

De interviews zijn - zo veel mogelijk - op de locatie gehouden waar de jongeren komen en waar de jeugdprofessionals werken. Een goed kwalitatief interview –zeker bij jongeren- vraagt om tijd en vertrouwen. Een gemiddeld interview nam daarom ruim twee uur in beslag en een anonieme verwerking van de gesprekken werd gegarandeerd. Ook aan jongerenwerkers en projectmedewerkers is anonieme verwerking van de gesprekken beloofd, om zodoende een open en veilig gesprek te kunnen voeren over zaken die goed en minder goed lopen.

Met twee organisaties, De Rotterdamse Douwers en Thuis op Straat (TOS), is gewerkt volgens de principes van actieonderzoek, waarbij de tussentijdse inzichten uit interviews werden gebruikt voor reflectie en verbetering van de aanpak. De onderzoeker bezocht deze locaties meerdere keren en voerde verschillende gesprekken met de betrokken projectleiders in een periode van een paar maanden.

4. Ontwikkeling Rotterdamse jongeren tijdens COVID-19

IN HET KORT
- Eind 2021 vinden jongeren grotendeels hun eigen weg, de aanmeldingen Jongerenloket en WW-uitkering zijn weer op het niveau van voor de crisis;
- Bij het Jongerenloket worden steeds meer alleen nog de kwetsbare jongeren geholpen; de kansrijke jongeren die alleen door COVID-19 een beroep deden op ondersteuning zijn grotendeels weer uitgestroomd;
- Er zijn nog steeds meer jongeren die overlast veroorzaken dan voor de crisis, maar de aantallen nemen af;
- Er is momenteel geen update over de toe- of afname van mentale gezondheidsproblemen.

Zelfredzaamheid
In de Tussenevaluatie Herstelaanpak bleek dat jongeren tijdens het eerste COVID-jaar een veel groter (+65%) beroep deden op het Jongerenloket dan in de jaren daarvoor. Een update van deze cijfers[12] leert dat het aantal aanmeldingen per maand bij het Jongerenloket eind 2021 weer vergelijkbaar is met de jaren voor COVID-19, maar dat het aandeel kwetsbare jongeren, die met lage scores op de Zelfredzaamheidsmatrix; (ZRM), nog wat lager ligt dan voor de coronacrisis. Daar tegenover staat dat het aandeel jongeren dat financieel kwetsbaar is sinds het begin van de coronacrisis nog steeds hoger ligt. Op de levensdomeinen geestelijke gezondheid, fysieke gezondheid en tijdsbesteding neemt het aandeel kwetsbare jongeren weer toe richting het niveau van voor de coronacrisis.

Werk en inkomen
Uit de Tussenevaluatie Herstelaanpak bleek dat het beroep op de WW-uitkering in 2020 met 100% was toegenomen. Door de crisis is het aantal lopende uitkeringen begin 2021 op hoogste niveau in ruim 5 jaar beland. In 2021 is een daling ingezet en nam het aantal lopende uitkeringen onder jongeren met 13% af. Inmiddels zijn alle indicatoren (lopende WW-uitkeringen, instroom en uitstroom uit de WW) weer bijna terug op het niveau van voor de COVID-19 crisis (2019)[13].
Het aandeel jongeren met ontheffing van de arbeidsplicht[14] is van 11% begin 2020 gedaald naar 7,6% begin 2021. Dat betekent waarschijnlijk dat door de COVID-19 crisis meer kansrijke jongeren (ook) een beroep deden op een bijstandsuitkering. Eind 2021 is het aandeel jongeren met een ontheffing van de arbeidsplicht weer

gestegen tot 12%. Dit kan erop duiden dat de kansrijkere jongeren inmiddels uitgestroomd zijn en dat jongeren met ernstige belemmeringen in de uitkering blijven.

Veiligheid

In de Tussenevaluatie Herstelaanpak valt te lezen dat er een grote toename van overlast door jeugdigen was in 2020. Dat was zowel terug te zien in het aantal overlastincidenten (+72%) waar Rotterdamse jongeren bij betrokken waren, als de enorme stijging van het aantal HALT-verwijzingen (+180%).

OOok in de eerste helft van 2021 bleef er een opleving van de overlastincidenten zichtbaar, gemiddeld 415 per maand; na de zomer zakte dit langzaam richting waarden van voor de COVID-19 crisis, naar 340 per maand (in 2019: 257). De meldingen overlast door jeugd in de veiligheidsregio Rotterdam zijn in de eerste helft 2021 met 9% afgenomen t.o.v. de eerste helft 2020, evenals vermogensdelicten (-55%) en vernieling (-36%)[15].

Tot 1 december zijn er gemiddeld nog meer unieke jeugdige verdachten[16] dan in 2019 (465 unieke verdachten per maand tov. 427 in 20219). Wel is er een daling ten opzichte van de eerste helft van 2021 (527). Er zijn aanwijzingen dat er in 2021 meer verdachten in de leeftijdsgroep 18-22 vallen dan in de jaren daarvoor. De meeste verdachten komen uit Delfshaven, Feijenoord en Charlois.

5 Gemeente Rotterdam (2021). Programmatische jongerenaanpak COVID-19. Quickscan ter onderbouwing van de Rotterdamse herstelaanpak.
6 In dit rapport noemen we alle door de Herstelaanpak gefinancierde projecten 'innovaties'.
7 Tot 1 december 2021.
8 Tot 1 augustus 2021.
9 Op het gebied van o.a. werk/inkomenssituatie, schulden, schoolsituatie, mentale gezondheid en veerkracht en zelfredzaamheid.
10 35% van het (door innovaties zelf ingeschatte) totaal bereik.
11 Dit gaat om innovaties die volledig digitaal werken (Project Comeback en het Jongerenpanel), innovaties die bij uitstek kwetsbare groepen trachten te bereiken (Rotterdam Recruitment Agency en Clubbussie) en een innovatie die, naast Rotterdamse Douwers en TOS, ook de Zelfredzaamheidsmatrix afneemt (Werk aan de Kade).
12 RMW (re-integratie module werk).
13 Socrates.
14 Dit zegt iets over de mate waarin zij belemmerd zijn.
15 I&O Research (2021). Gezamenlijk Veiligheidsbeeld regio Rotterdam eerste helft 2021.
16 Politiegegevens: JVK en BVH.

Opbrengsten Herstelaanpak

5. Live bereik

IN HET KORT

- Tot 1 december 2021 zijn 5.203 jongeren bereikt (74% van het verwachte totaal);
- 69% van de innovaties bereikt evenveel of meer jongeren dan vooraf ingeschat;
- Succesfactoren die in aanmerking komen voor borging: **snelheid van handelen** (bij aanmelding) en **persoonlijke aandacht** van een mentor of rolmodel.
- Uitdaging voor de toekomst is om het gemeentelijke aanbod nog bekender en wijder verspreid onder jongeren te krijgen.

Op het moment van de tussenevaluatie (tot 1 augustus 2021) was het actuele bereik van de Herstelaanpak 1.377 jongeren. Momenteel (tot 1 december 2021) is het actuele live bereik 5.203 jongeren. Hierbij dient opgemerkt te worden dat 58% van de innovaties nog volop in de uitvoering zit en het daadwerkelijk bereik bij afronding van de Herstelaanpak dus nog hoger zal worden. Innovaties schatten zelf op 1 december 2021 in dat het totale bereik uiteindelijk (gemiddeld) rond de 7.000 jongeren zal liggen. Doordat er nieuwe innovaties aan de Herstelaanpak werden toegevoegd tussen augustus en december 2021, is de totale bereikverwachting inmiddels hoger dan in de Tussenrapportage (verwachting: 6.000 jongeren; op 1 augustus 2021).

Ongeveer de helft van de innovaties bereikt het aantal jongeren dat zij van tevoren verwachtten (53%). Voor 30% geldt dat zij minder jongeren bereiken dan verwacht; 17% bereikt meer jongeren. Voor de innovaties met onderbereik geldt dat dit vooral komt doordat zij later dan verwacht gestart zijn (47%) of doordat coronamaatregelen het werk bemoeilijken (20%). Voor de innovaties die meer jongeren bereiken dan van te voren verwacht, geldt dat door corona de behoefte aan hulp hoger bleek te zijn (50%) of doordat de samenwerking met andere partijen werd geoptimaliseerd (13%).

Kansen

Bij de innovatie Zelfmelders van de Rotterdamse Douwers is sprake van directe (zelf)aanmelding van jongeren. Zij hoeven niet eerst langs het Jongerenloket, maar kunnen direct aan een mentortraject beginnen. De mentoren zijn Rotterdamse vrijwilligers, die op basis van eigen kennis en ervaring kwetsbare jongeren, zo lang het nodig is, bijstaan en begeleiden bij het verkennen én oplossing van hun problemen.

Een belangrijke succesfactor om (meer) jongeren te bereiken is volgens zowel de jongeren als de professionals de snelheid van reactie op een aanmelding. Bij de Rotterdamse Douwers gaat dit via de telefoon of app en is binnen een dag gerealiseerd.

Man (21 jaar):
"Zelfde dag werd ik nog gecontacteerd door de Rotterdamse Douwers. Dat is een heel belangrijk onderdeel, je hebt te maken met jongeren die niet al te stevig in het leven staan en dingen niet op orde hebben. Die kan je niet laten wachten."

Een medewerker van de Rotterdamse Douwers vult aan:
"Er is geen wachtlijst, je kan altijd binnen lopen. Voor iedereen is er een warm welkom."

Ook de innovatie Jongerenbijdrageregeling (JBR) van Thuis op Straat (TOS), waarbij jongeren zelf een plan voor een evenement kunnen indienen en mogelijk bekostigd krijgen, boekte de afgelopen maanden winst met de snelheid van aanmelding. Bij aanvang van de innovatie werd er gewerkt met een jongerenjury die de aanvragen van hun leeftijdgenoten moest beoordelen.

Directeur TOS:
"De procedure met de jury duurde te lang, jongeren hebben een korte spanningsboog. Die willen snel weten waar ze aan toe zijn. Dus dat hebben we omgegooid; er kijken nu drie professionals naar de aanvragen. En dan gelijk door."

Voorbeelden van succesvolle JBR projecten zijn: *The Motivation* en *Echtemannentakkies*. In The Motivation worden jongen die op een internaat gezeten hebben gestimuleerd door ervaringsdeskundigen en rolmodellen; Echtemannentakkies is een wekelijkse podcast waarin mannen taboes met elkaar en met hun gasten bespreken.

Bij de innovatie The Room van het Huis van Asporaat gaan bekende Nederlanders in verschillende sessies in gesprek met jongeren over actuele thema's, waarbij *empowerment* een belangrijk doel is. Halverwege 2021 rondde The Room het eerste programma af met 240 Rotterdamse jongeren; eind 2021 is het tweede programma volop in bedrijf en werden tot nu toe 300 jongeren bereikt. Jongeren zijn uitgesproken positief over het belang van de persoonlijke aandacht die zij hier ontvingen van rolmodellen.

Jongen, 21 jaar:
"Het omzetten van muren in deuren, dat is waar het omgaat bij The Room. Het is een ervaring die je meeneemt in je leven. Je perspectief verandert ook. Je hoort van succesvolle mensen die net als wij in een achterstandswijk hebben gewoond dat het niet uitmaakt wat voor klappen je krijgt in het leven, dat je moet opstaan en doorgaan."

Vrouw, 24 jaar:
"Het is een ervaring, want je krijgt niet zomaar de kans om met een bekend iemand te spreken en al helemaal niet over persoonlijke dingen. En op het moment dat je dat dus wel een keer doet, dan is dat iets wat je bij blijft en dat gaat niet zomaar weg."

Uitdagingen
Ondanks de positieve ervaringen van jongeren, bleek het bereik halverwege 2021, toen er meer mentoren dan jongeren in het bestand van de Rotterdamse Douwers zaten, nog niet optimaal. Op 1 december is het aantal aanmeldingen omhoog gegaan (n=152); dit lijkt vooral gerealiseerd te zijn door gebruik te maken van hun professionele netwerk. In de Tussenevaluatie werd ook voor de JBR gesignaleerd dat er minder aanvragen door jongeren voor een project of evenement dan verwacht waren goedgekeurd. Op 1 december 2021 zijn er 69 aanvragen ingediend; waarvan 52 goedgekeurd; een resultaat in overeenstemming met de initiële verwachting.

Hoewel een aantal innovaties tijdens de looptijd van de Herstelaanpak hun bereik wisten te vergroten, blijft een veelgehoorde zucht van zowel jongeren als professionals dat het gemeentelijke aanbod nog te onbekend is. Zeker nu het wantrouwen richting overheidsinstanties onder jongeren een hoogte(-diepte) punt bereikt, is aansprekende zichtbaarheid van het grootste belang.

6. Online bereik

IN HET KORT
- 56% van de innovaties is digitaal actief en bereikt jongeren online;
- **Communicatie op maat** is een succesfactor om zichtbaarheid te vergroten;
- Innovaties pionieren enthousiast en onderzoeken wat werkt in het digitale landschap;
- Uitdaging voor de toekomst is om grip te krijgen op digitale doelgroepen en digitale impact te vergroten.

Het gebruik van sociale media om jongeren te bereiken is veelal nog nieuw voor gemeenten; en als het gebeurt dan is de impact ervan zeer beperkt. Zo hebben gemeentelijke kanalen vaak weinig volgers en slechts beperkte interactie met jongeren[17]. Het is dan ook een zeer gewenste ontwikkeling dat veel innovaties binnen de Herstelaanpak pionierden met deze moderne en in de COVID-19 tijd passende manier van communiceren. Jongeren noemen het als succesfactor om meer jongeren aan te spreken en te bereiken:

Vrouw (24 jaar):
"Vooral straatjongeren hebben méér nodig (..) Het is in Rotterdam niet duidelijk waar je allemaal heen kan. Als ik niet zelf was gaan googlen had ik het niet geweten. De gemeente kan jongeren beter informeren en dan via social media natuurlijk. Of via workshops op school. En dan moet je even zorgen dat de anderen in de klas een foto maken van de informatie en zet die op Insta. Dus eigenlijk taggen. Dat is ook wat de influencers en Youtubbers doen."

In de paragrafen hieronder gaan we nader in op een aantal digitale innovaties en hun bereik. In hoofdstuk 11 worden daarnaast een aantal lessen voor het online bereiken en betrekken van jongeren uiteengezet, geïnspireerd door de innovaties van de Herstelaanpak, de wetenschap en jongeren zelf.

Kansen
Meer dan de helft van de innovaties (56%) bereikt jongeren (ook) online. De meeste innovaties doen dit op een actieve manier bijvoorbeeld door een chat, online panel of online bijeenkomsten te organiseren. Sociale mediakanalen zoals Instagram, Snapchat en Facebook worden veelvuldig gebruikt om jongeren te bereiken.

De digitale innovatie het 'Jongerenpanel', waarbij I&O Research als onderzoeksbureau is betrokken, is bedoeld om meer zicht te krijgen op wat jongeren (12-26 jaar) bezighoudt en hen te betrekken bij het nadenken over actuele beleidsvraagstukken en maatschappelijke thema's. Deze zomer werd de eerste peiling afgerond waarin de vraag hoe jongeren de coronatijd hebben ervaren centraal stond. In totaal deden 1.380 Rotterdamse jongeren mee: vier van hen vertellen zelf over het Jongerenpanel in een kort filmpje.

Fragment 1- Jongerenpanel



De werving voor het Jongerenpanel vond via verschillende online en offline-kanalen plaats: per brief op basis van een BRP-steekproef, via sociale media, het bestaande I&O Research Panel en een open link. De meeste jongeren die meededen, waren afkomstig uit de BRP-steekproef (55%), maar ook via Instagram werd een substantieel aandeel jongeren bereikt (32%). Facebook en Snapchat bleken minder geschikte kanalen.

Onderzoeker Laurens Klein Kranenburg licht toe:
"De social-media campagne werd gedurende de looptijd van het onderzoek geoptimaliseerd. Aangezien veel jongeren vanuit Instagram de vragenlijst in bleken te vullen is besloten om daar sterk op in te zetten en de campagne op Facebook en Snapchat af te schalen."

Een belangrijke verklaring voor het lage bereik via Facebook is dat jongeren in vergelijking met een aantal jaar geleden minder actief zijn op dit sociale medium[18]. Bij Snapchat bleek dat de advertenties wel de aandacht van de doelgroep trokken, maar het vrijwel geen volledig ingevulde enquêtes opleverde.
"Wellicht zijn de verwachtingen en het interactiepatroon van jongeren die op dit platform zitten anders dan op Instagram", aldus Laurens Klein Kranenburg.

Uitdagingen
Innovatie Project Comeback is een landelijke multimediale innovatie van Helden Media B.V. die topsporters inzet om jongeren sterker uit de coronacrisis te laten komen. Inmiddels, op ongeveer op de helft van de looptijd van de innovatie, is het totale bereik 1,3 miljoen jongeren door heel Nederland (unieke impressies), waarvan 79.300 Rotterdamse impressies (6%). Inmiddels zijn 527 Rotterdammers 'betrokken'; zij liken of plaatsen zelf content en 30 Rotterdamse jongeren volgen Project Comeback. Projectleider Leoni Minderhoud vertelt over de online bereikstrategie van Project Comeback:

"Met online targeting, advertenties specifiek gericht jongeren in bijvoorbeeld Rotterdam, hebben we veel jongeren met onze zogenoemde impressies bereikt. Maar de engagement, oftewel het liken en volgen zou nog wat hoger kunnen. En wat betreft het conversiemoment, oftewel het daadwerkelijk aanmelden voor een sessie, merkten we dat de drempel in de meeste gevallen nog hoger ligt."

Naast het versterken van de online-bereikstrategie, merken innovaties op dat het tot dusver onmogelijk blijkt om te invloed uit te oefenen op welke doelgroep er bereikt wordt. Michiel Steenwinkel van Nieuw Netwerk Rotterdam (Clubbussie) vertelt:
"We zijn heel actief op socials, maar hebben geen grip op wie ons volgen. Met onze selfie-challenge bleken we bijvoorbeeld veel studenten te bereiken."

Ook ondervinden een aantal innovaties dat jongeren een moeilijke doelgroep zijn om online te bereiken. Ze zijn niet zomaar bereid om iets te volgen en als ze eenmaal geïnteresseerd zijn kan hun interesse ook snel weer afnemen. Innovaties onderzoeken daarom ook zelf wat jongeren aanspreekt.

"We inspireren jongeren met content van topsporters. Ook vanuit de sessies die geweest zijn creëren we nieuwe content. Daarnaast doen we onderzoek: welke visual spreekt jongeren het meest aan? Helpt het jongeren bijvoorbeeld om zichzelf te herkennen wanneer we werken met quotes van anderen die al eerder deelnamen?," aldus Leoni Minderhoud.

7. Betrekken jongeren

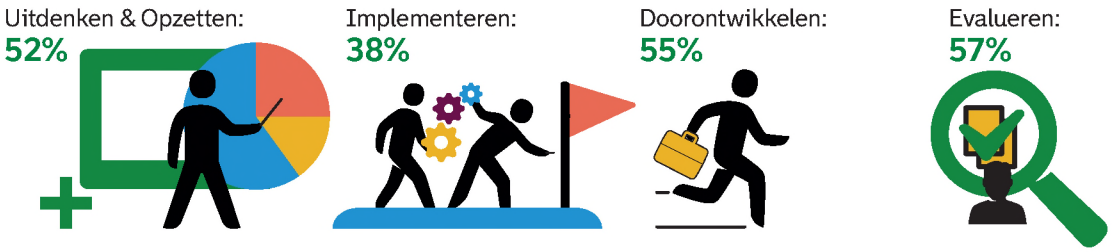
IN HET KORT

- 73% van de innovaties betrekt jongeren veelal actief, op verschillende momenten en niveaus;
- Succesfactoren die in aanmerking komen voor borging: **actieve betrokkenheid** en **eigenaarschap** van een project bij jongeren;
- Uitdaging voor de toekomst is om aan de randvoorwaarden voor jongerenparticipatie richting het jongerenwerk te voldoen, namelijk:
  - Meer tijd en uitvoeringsbudget, ook aandacht voor 'onzichtbare talenten' in de wijk, betere informatievoorziening, meedenken op 'wijkniveau' en de mogelijkheid om al op een eerdere leeftijd een band op te bouwen met jongeren.

Sociaal beleid gericht op jongeren is efficiënter en (kosten-)effectiever wanneer jongeren zelf betrokken zijn bij het plannen, uitvoeren en evalueren hiervan[19]. Een belangrijk onderdeel van de eerste pijler in de Herstelaanpak is dan ook het betrekken van jongeren bij de verschillende fases van de innovatie. Drie van de vier innovaties (73%) betrekken jongeren en het valt op dat zij dit op verschillende momenten in het traject doen (afbeelding 1).

Om zichtbaar te maken op welk niveau jongeren betrokken worden, wordt de participatieladder van Hart (1992)[20] gebruikt. Afbeelding 2 toont per trede voor toenemende inbreng, betrokkenheid en verantwoordelijkheid het aandeel innovaties dat jongeren op deze manier betrekt. Ook hieruit blijkt dat jongeren op verschillende niveaus actief zijn.

Afbeelding 1 Momenten van jongerenparticipatie (N=56)



Afbeelding 2 Participatieladder (N=56)

Niveau 5: Meebeslissen (27%)
De jeugd neemt het initiatief en voert uit. Volwassenen kunnen eventueel bij de besluitvorming betrokken worden.

Niveau 4: Adviseren (45%)
De jeugd neemt het initiatief en neemt besluiten over de uitvoering. Volwassenen hebben een begeleidende rol.

Niveau 3: Adviseren (41%)
Volwassenen coördineren het project of de activiteit. De jeugd wordt bij onderdelen betrokken en om advies gevraagd.

Niveau 2: Raadplegen (32%)
Volwassenen voeren uit. De jeugd wordt geraadpleegd, heeft inzicht in het proces en hun mening wordt serieus genomen.

Niveau 1: Informeren (32%)
Volwassenen voeren uit. De jeugd wordt ad hoc betrokken door ze te informeren

De participatie van jongeren op verschillende momenten, manieren en niveaus duidt erop dat de innovaties zich waarschijnlijk sterk hebben gemaakt voor 'actieve betrokkenheid', een belangrijke succesfactor voor jongerenparticipatie volgens de literatuur[21]. Daarnaast worden, zoals aangeraden, verschillende methoden gebruikt. De meest voorkomende manieren zijn:

- Werven van (andere) jongeren (61%);
- Jongerenambassadeurs (36%);
- Jongeren denktank (25%);
- Jongerenpanel (18%).

Kansen

Tijdens de COVID-19 crisis werd de behoefte vanuit jongeren om elkaar te ontmoeten en met leeftijdsgenoten activiteiten te ontplooien steeds groter. De Herstelaanpak besloot daartoe om vijf laagdrempelige en zichtbare jongerenhubs te openen; dat zijn er tien[22] geworden, mede door succesvolle samenwerking met partners uit de stad. Deze jongerenhubs fungeren als basis waar jongerenwerkers kunnen bouwen aan vertrouwen, om vervolgens samen met jongeren dingen op te zetten.

Jongerenhubs zorgen voor een netwerk van jongerenvoorzieningen door de stad heen met, door en voor jongeren. Belangrijke doelen zijn om een alternatief te bieden voor de straatcultuur en samen te werken met (kleine) lokale initiatieven[23]. Ook is een wens om de jongerenhubs expliciet te verbinden met de preventieve veiligheidsaanpak, waardoor ook risicojongeren bereikt kunnen worden.

Vanaf september 2021 ging de innovatie Jongerenhub Casa Blanca (Poolsestraat Delfshaven) in bedrijf, waar jongeren nauw betrokken waren bij de inrichting, programmering en de uitvoering. Jongerenwerkers tonen zich enthousiast over deze nieuwe werkwijze: zij zien dat jongeren, doordat zij betrokken zijn bij het inrichten van de ruimte en de activiteiten, meer eigenaarschap voor het project ervaren. Zo mochten jongeren ook iets van de bouwplannen vinden. Een jongerenwerker (Oud-Mathenesse) licht toe:

"We hebben ingestoken op zelfontwikkeling en ondernemerschap door jongeren bij iedere stap te betrekken. Daarbij faciliteren we, maar vullen we niet voor ze in. Jongeren zijn super enthousiast over de hub, het is toegankelijk en hun betrokkenheid is hoger doordat ze in real life zien dat er iets gebeurt."

Ook vanuit de innovatie Jongerenbijdrageregeling (JBR) wordt eigenaarschap als belangrijke succesfactor genoemd:

"Het meedenken en organiseren bepaalt dat je het duurzaam kan teruggeven. Maar duurzaamheid vraagt ook om eigenaarschap. Je wil dat het voor jongeren een eigen plan is, niet dat de welzijnsorganisatie wordt gezien als eigenaar," aldus een jongerenwerker van TOS.

Een jongere vertelt, in onderstaand filmpje, over hoe ze haar idee omzette naar een project van TOS:

Fragment 2: deelnemer TOS vertelt



Actieve betrokkenheid komt volgens de jongerenwerkers vooral tot stand wanneer jongeren serieus genomen worden, ze vanaf de start en op maat betrokken worden en wanneer er voldoende tijd is om een vertrouwensband tussen de professional en de jongeren te creëren. Voor het op maat betrekken is het (bijvoorbeeld) van belang om rekening te houden met de leeftijd van de groepen.

"Op de dag dat we ze lieten meebeslissen waren er dertig tieners, daarna hebben we de jongvolwassenen individueel gepeild: hoe denk jij erover? Je ziet dat de jongvolwassenen vaak nog een aanvullende hulpvraag hebben, terwijl de tieners meer voor de activiteiten komen," aldus een jongerenwerker (Oud-Mathenesse).

Verschillende jongerenwerkers benadrukken dat tijd om een band met jongeren op te bouwen een belangrijke voorwaarde is voor effectief jongerenwerk. Ook willen zij tijd besteden aan jongeren die niet direct opvallen op straat, maar die wel het 'cement' kunnen zijn in een buurt. Een jongerenwerker (Feijenoord) licht toe:

"Wat is er nodig? Meer investeren in jongeren die geen problemen veroorzaken. Met het beleid dat we nu hebben wordt er te veel in Feijenoord geïnvesteerd in jongeren die het niet goed doen, hangen, schoolverlaten etc. Dan kom je heel snel in dagbesteding, voetballen, enzovoort. En vergeet de meiden niet, ook voor hen zijn er activiteiten in de wijk nodig. Omdat zij geen overlast veroorzaken, krijgen zij minder prioriteit".

Om deze 'onzichtbare talenten' in de wijk te benutten is het uitgaan van en het vertrouwen op de krachten en mogelijkheden van jongeren een randvoorwaarde:

"De ideeën zitten wel in de hoofden van de jongeren, maar ergens zit er iets hen tegenhoudt, omdat in hun hoofden zit dat successen niet voor hen zijn weggelegd. Het zelfvertrouwen dat een mooie toekomst voor hen is weggelegd ontbreekt," aldus een jongerenwerker (Zuid).

Uitdagingen

Hoewel veel innovaties al actief jongeren betrekken bij hun projecten is meer dan de helft (57%) van mening dat zij dit meer zouden willen doen. Wij vroegen hen (N=33) wat ervoor nodig is om dit te realiseren:

- Meer tijd en uitvoeringsbudget (7);
- Activiteiten op grotere schaal inzetten (7);
- Iets toevoegen aan wat er al is (5).

Een jongerenwerker (Oud Mathenesse) licht toe:
"Jeugdparticipatie kost tijd en dat hebben we niet. Management wil liever geen onzichtbaar werk; het gaat steeds meer richting activiteiten boeren. Maar ons werk bestaat ook uit een verbinding creëren met individuele jongeren. Veel jongerenwerkers, met liefde voor jongeren, haken dan ook af."

Een andere jongerenwerker (Kralingen) vult aan:
"Vind het belangrijk om jongeren vertrouwen mee te geven. Er zijn veel jonge rolmodellen in de wijk die al goed begrijpen wat er moet gebeuren. Net afgestudeerd, nog geen gezin, die heel veel energie hebben. Die wil je nú ondersteunen. Daar heb je dan wel financiën voor nodig en ondersteuning binnen de organisatie. We hebben de financiën alleen nog niet."

Niet alleen tijd en uitvoeringsbudget zijn nodig om jongeren actief betrokken te krijgen, maar ook snelheid van handelen wanneer jongeren eenmaal met een goed idee voor een zelf uit te voeren plan komen. Een jongerenwerker betrokken bij de Hub verwoordt dit als volgt:

"In deze wijk is er heel veel overlast, jongeren vinden dat een hangplek een goede oplossing zou zijn. En dan? Dan gaan de gemeente, politie en jongerenwerk in gesprek hoe dat er uit moet zien. Dat zijn al veel lagen. Als deze partijen dan ook met de jongeren willen praten, dan heb je veel tijd nodig. Dat zorgt er soms voor dat jongeren wel gevraagd worden naar hun ideeën, maar dat er vervolgens niets mee gedaan wordt."

Om jongerenparticipatie te laten slagen zou verder nagedacht kunnen worden over het eerder en meer 'op tijd' een band opbouwen met jongeren. Dat komt én de vroegsigalering ten goede, maar ook de band tussen professionals en jongeren.

Jongerenwerker I:
"Ze moeten al oké zijn met je, voordat je ze kan vragen mee te participeren. Breng het kinderwerk terug in de wijk. Nu wordt kinderwerk met name door vrijwilligers gedaan en daardoor wordt er geen duurzaam contact met kinderen opgebouwd."

Professionals pleiten er verder voor om in het vervolg van de Herstelaanpak tijd en ruimte te maken voor het 'meedenken op wijkniveau' van wijkprofessionals en jongeren. Sommige jongerenwerkers ervaren bijvoorbeeld nu te laat geïnformeerd te zijn over (de doelstellingen van) de jongerenhubs, andere jongerenwerkers denken graag in een eerder stadium mee over de inhoud van innovaties zoals The Room. Deze jongerenwerker (Kralingen/Crooswijk) licht toe:
"Mooi dat er geld is voor een Herstelaanpak. Maar geef ook ruimte om met nieuwe projecten mee te denken vanuit de wijk en jongeren. Het maken van plannen gebeurt nu stedelijk en kan meer in overleg met de wijk. Het zou niet verkeerd zijn als jongerenwerkers uit het veld aan zulke gesprekken deelnemen. The Room is een mooi concept met rolmodellen. Het zou goed zijn als jongerenwerkers en jongeren eerder worden betrokken, dan kan je beter meedenken over de inhoud en het vervolg en de keuze van rolmodellen. Iets meer eigenaarschap in de wijk zou helpen beter aan te sluiten en het vervolg op te pakken."

8. Kwetsbare jongeren

IN HET KORT

- Innovaties bereiken jongeren die in kwetsbare wijken wonen en jongeren van verschillende opleidingsniveaus;
- Alleen de praktijkgeschoolden en Voortijdig Schoolverlaters (VSV'ers) worden niet bereikt;
- Een succesfactor die in aanmerking komt voor borging is: **outreachend maatwerk**. Hierbij wordt *bottom-up* gewerkt om kwetsbare jongeren te vinden en binden vanuit de expertise van zowel jongerenwerkers in het veld als jongeren 'van de straat';
- Uitdaging voor de toekomst is om projecten duurzamer aan te besteden en om meer aandacht te hebben voor de inbedding van de innovaties in de bestaande infrastructuur van het jongerenwerk.

Vanuit de tweede pijler 'Basis op orde' van de Herstelaanpak werd het doel gesteld om moeilijk bereikbare groepen nu wél te bereiken. Om hen te bereiken is het ten eerste belangrijk om (ook) in kwetsbare wijken actief te zijn. Uit tabel 3 toont dat de Herstelaanpak jongeren verspreidt over de hele stad bereikt. Ook blijkt 9% van de jongeren buiten de gemeente Rotterdam te wonen.

De wijken waar de meeste jongeren bereikt worden scoren daarnaast hoog op 'kwetsbaarheid' (tabel 4).

Tabel 3 Percentage deelnemers naar gebied (N=1.360)

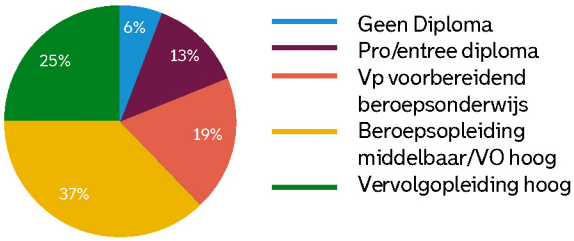
Gebied	Aantal jongeren	Percentage totaal
Charlois	251	18.5%
Delfshaven	175	12.9%
Kralingen-Crooswijk	171	12.6%
Noord	131	9.6%
Buiten gemeente Rotterdam	121	8.9%
Feijenoord	108	7.9%
Rotterdam Centrum	100	7.4%
Hillegersberg-Schiebroek	72	5.3%
IJsselmonde	66	4.9%
Prins Alexander	60	4.4%
Rozenburg	29	2.1%
Overschie	25	1.8%
Overig	51	3.8%

Tabel 4 Wijken met meest bereikte jongeren (N=1.013))

Gebied	Aantal jongeren	Percentage totaal
Tarwewijk	41	4%
Groot IJsselmonde	37	3.7%
Charlois/Zuidrand/ Zuiderpark/Wielewaal	34	3.4%
Afrikaanderwijk/Katendrecht	34	3.4%
Oude Noorden	32	3.2%

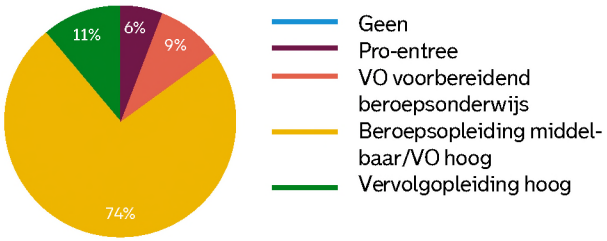
Uit figuur 1 blijkt dat de meeste innovaties jongeren verwachten te bereiken die een middelbare beroepsopleiding (MBO2-MBO4) of Havo-VWO doen (37%); een kwart verwacht jongeren met een HBO-WO opleiding te bereiken. Een veel kleiner deel (6%) verwacht Voortijdig Schoolverlaters (VSV'ers) of praktijkgeschoolden (13%) te bereiken.

Figuur 1
Inschatting opleidingsniveau deelnemers door innovaties (n=57)



Wanneer deze inschattingen naast de daadwerkelijke digitale registraties worden gelegd, dan blijkt dat 67% van de innovaties[24] correct inschat welk opleidingsniveau zij overwegend bereiken. De overige innovaties bereiken een doelgroep van een hoger opleidingsniveau dan geschat, maar ook deels de voornaamste geschatte doelgroep. Zo blijkt uit de digitale registraties dat schooluitvallers en laagopgeleiden nauwelijks bereikt worden (figuur 2).

Figuur 2
Opleidingsniveau deelnemers registrerende innovaties (n=813)



Kansen

Een innovatie die is opgericht om kwetsbare jongeren juist wel te bereiken is Rotterdam Recruitment Agency (RRA). Het doel van RRA is om jongeren (16-27 jaar) die niet bij het Jongerenloket komen te vinden, hun problematiek te analyseren en hen te 'activeren' richting school of werk. Aangezien niet alle kwetsbare jongeren direct toe te leiden zijn naar school of werk, kan er ook een plan gemaakt worden voor andere activering zoals zorg of dagbesteding. Directeur Rodney van den Hengel licht toe:

"Kwetsbare jongeren vind je op straat, en je bereikt ze op onconventionele manieren. Daarbij moet de menselijke maat erin en de bureaucratie eruit. Bij RRA werken we met straatrecruiters; jongeren die status genieten in de wijk brengen andere jongeren aan. En daar worden ze ook voor betaald. Werk is immers werk."

Outreachend werken is een effectieve methode om in contact te treden met geïsoleerde jongeren en om problematiek te signaleren die vaak verborgen blijft voor de reguliere hulpverlening[25]. Hierbij is het van belang dat deze jongeren naast hulp bij hun eventuele psychosociale problemen en ook een meer coachende begeleiding ontvangen bij praktische zaken zoals scholing, werk, financiën en het ontwikkelen van een sociaal netwerk[26]; een integrale aanpak dus. Daarnaast loont het om, zoals RRA bij uitstek doet, gebruik te maken van andere jongeren of ervaringsdeskundigen die kunnen aansluiten bij de leefwereld en de wereld 'van de straat'.

Ook innovatie Clubbussie van Netwerk Nieuw Rotterdam werkt outreachend. Deze mobiele jongeren-hub rijdt door Rotterdam en zoekt jongeren op plekken waar zij zijn (winkelcentra, scholen en parken). Het Clubbussie heeft een eigen jongerenwerker en werkt samen met jongerenwerkers van welzijnsorganisaties

die jongeren informeren over de mogelijkheden van het welzijnsaanbod.

Teamcoördinator Michiel Steenwinkel vertelt:
"Jongeren komen niet vanzelf naar dit bussie toe. Rondom het Clubbussie creëren we daarom reuring op z'n Rotterdams. We zetten een muziekje aan en er staat drinken klaar."

Een jongerenwerker van TOS onderstreept het belang van het inzetten van jongeren om andere jongeren te bereiken:
"De geslaagde projecten van jongeren kunnen we gebruiken als anker, je moet aan de anderen laten zien wat er allemaal mogelijk is. De jongeren zelf moeten het middelpunt van jouw doelgroep zijn, je moet hen enthousiast zien te krijgen."

RRA is in oktober 2021 van start gegaan en wist in twee maanden tijd 26 jongeren te includeren. De komende maanden werken zij verder, terwijl er onderzoek plaatsvindt naar onder andere de werkzame factoren van de innovatie en naar de effectiviteit en schaalbaarheid van de sociale impact.
Om kwetsbare jongeren niet alleen te bereiken maar ook vast te houden is volgens van den Hengel vooral tijd en minder politieke druk om projecten snel af te ronden nodig. Een jongerenwerker wijst daarnaast op het belang van 'wisselgeld': om jongeren te binden dienen passende (inloop)activiteiten en/of dagbesteding aangeboden te worden:
"In plaats van grote budgetten voor activiteiten, moet men meer investeren in plekken. We hebben een ruimte nodig, want als je ergens kan zitten heb je een basis, dan heb je een dagbesteding, dat werkt beter dan dat je op straat contact moet leggen. We hebben nu geen wisselgeld, we hadden ze tijdens de eerste lockdown niets te bieden."

Uitdagingen
Een aantal initiatiefnemers zien binnen de Rotterdamse Herstelaanpak eerste signalen van een kentering in de, nog veelal heersende, bestuurscultuur. Zo kan nu RRA nu bijvoorbeeld jongeren betalen voor het aanbrengen van andere jongeren, waar dit vroeger niet aan de orde geweest zou zijn. Ook wordt de gemeente door een aantal innovaties geprezen om hun creatieve ideeën over het tegengaan van mentale kwetsbaarheid bij jongeren. Maar deze nieuwe, of juist oude, manier van werken kan nog meer doorgevoerd worden, zo merkt een welzijnsorganisatie op:
"Gemeente kan nog meer bottom-up werken, met jongeren samen maar ook met informele sleutelfiguren in de wijk".

Want ook uit de kwalitatieve interviews blijkt, ondanks vele inspanningen, dat het erg lastig blijft om bepaalde groepen kwetsbare jongeren zoals de Voortijdig Schoolverlaters (VSV'ers), lichtverstandelijk beperkten, jongeren met een laag opleidingsniveau, en jongeren met een justitieachtergrond te bereiken. Het is soms ingewikkeld om deze jongeren te vinden, maar vooral ook om ze te binden.

"In 2015, door de decentralisatie jeugdwet, gingen alle jongerenlocaties dicht. Het alternatief waren de Huizen van de Wijk, iedereen zou welkom zijn. Dat werkte niet. Inmiddels is het besef weer terug dat we het meer moeten overlaten aan de mensen die het weten," aldus een gebiedsadviseur.

Jongerenwerkers kunnen niet altijd uit de voeten met de huidige manier van werken: onder andere door de aanbestedingen hoppen zij van tijdelijk project naar tijdelijk project.

"Je investeert in het leren kennen van een nieuw project, in het delen en plannen maken en dan? Doe iets in die nazorg, biedt iets in die structuur. Er moet een duidelijke overdracht zijn vanuit het project. Organiseer een terugkomdag, nazorg voor de jongeren die echt met plannen aan de slag willen. Het is altijd met de projecten: het is er en dan pats boem weer weg," aldus een jongerenwerker.

Ook vindt een aantal van hen dat ze te weinig op de hoogte gehouden worden van beslissingen en aanpak van de gemeente. Zij ervaren dat veel oplossingen de laatste jaren *topdown* zijn bedacht en georganiseerd door bestuur en management. Een veel gehoord advies vanuit jongerenorganisaties is dan ook om bij het 'subsidie verstrekken' aan innovaties ook voorwaarden te creëren voor de inbedding van een project in de bestaande infrastructuur. Concreet betekent dat bijvoorbeeld zorgdragen dat een eenmalige innovatie, zoals een bijeenkomst of training van een projectorganisatie, wordt verbonden aan het aanbod voor jongeren in een wijk. Jongerenwerkers kunnen jongeren in de wijk werven of na afloop begeleiden, op voorwaarde dat zij daar voldoende uren voor hebben en een formele opdracht vanuit het eigen management.

"Mijn organisatie kijkt ook naar de KPI's, maar als ik dat doe, dan kan ik eigenlijk niets doen. Dan ga ik het dus in eigen tijd doen. Want gaat om het 1-op-1 coachen van jongeren, dan wordt vaak door jongerenwerk gezegd nee, wij doen alleen ambulant. Iedereen kijkt naar KPI's de rest wordt over de schutting gegooid," aldus een medewerker welzijnsorganisatie (Feijenoord).

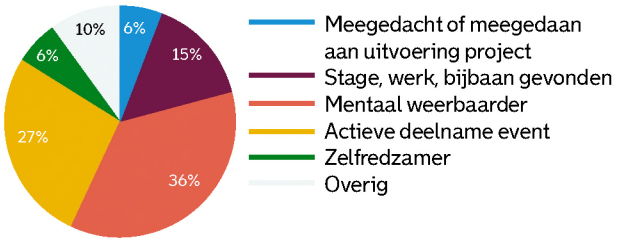
9. Vergroten van perspectief voor jongeren

IN HET KORT

- Op 1 december rapporteren innovaties dat zij bij 2.160 jongeren hun belangrijkste doel bereikt hebben (53% van het verwachte totaal);
- Dit gaat vooral om het vergroten van mentale weerbaarheid en actieve deelname aan een event;
- Succesfactoren die in aanmerking komen voor borging zijn: **vertrouwensband** en een **integrale aanpak.**
- Uitdaging voor de toekomst is om het bereik te vergroten van innovaties die inzetten op bemiddeling naar en voorlichting over mogelijkheden op onderwijs (beurzen), stage en arbeidsmarkt.

Aan de innovaties is gevraagd wat het belangrijkste doel is dat zij beogen te bereiken (Figuur 3). Voor de meeste innovaties (35%) was dit het mentaal weerbaarder maken van jongeren; een belangrijk kernelement uit Pijler 2 van de Herstelaanpak.

Figuur 3
Belangrijkste doel innovatie (n=48)

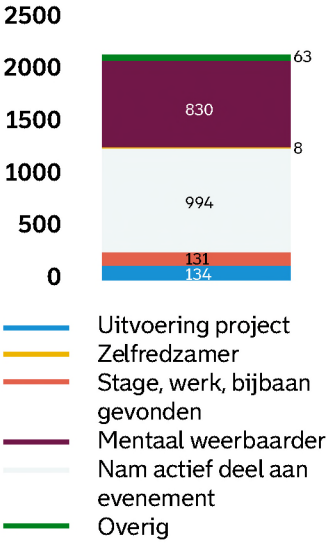


De innovaties rapporteren op 1 december 2021 dat zij hun belangrijkste doel uiteindelijk bij 4.058 jongeren in totaal verwachten te bereiken. Op 1 december is dit doel volgens de innovaties zelf bij 2.160 jongeren bereikt (53%)[27]. Hierbij dient opgemerkt te worden dat 35% van de innovaties deze vraag niet heeft beantwoord, meestal omdat zij nog bezig of nog niet gestart zijn.

Actieve deelname aan een event (N=994) en een grotere mentaal weerbaarheid (N=830) zijn de twee meest bereikte doelen (Figuur 4)[28]. In totaal heeft 27% van de innovaties het zelf gerapporteerde doel op 1 december (nog) niet bereikt; 35% van de innovaties heeft het bereikt en 38% van de innovaties is het doel overstegen.

Bij het bediscussiëren van bovenstaande cijfers dient opgemerkt te worden dat het hier om zelfrapportage vanuit innovaties gaat. De verwachting is dat zij een schatting geven van het aantal jongeren dat volgens hen (bijvoorbeeld) mentaal weerbaarder is geworden. Om hier daadwerkelijk een betrouwbaar beeld van te krijgen zou mentale gezondheid vooraf en achteraf gemeten kunnen worden, idealiter met een gestandaardiseerde vragenlijst.

Figuur 4 Aantal jongeren doel bereikt per categorie (N=2.160)



Kansen

Jongeren die deelnemen aan de Rotterdamse Douwers ervaren zelf dat hun perspectief vergroot wordt door een goede match met hun mentor, waarmee ze meestal al na een week kennismaken en die past bij hun profiel. Volgens de geïnterviewde jongeren is het opbouwen van een vertrouwensband een belangrijke succesfactor.

Vrouw,23 jaar:
"Hoe moet ik dat in woorden zetten? Het is een gevoel dat je krijgt. Mijn mentor was klaar om er voor mij te zijn. Ze zei: 'je kan overal over praten, als je mijn hulp nodig hebt dan ben ik daar'. Als iemand dát tegen je zegt. En dat ze dit vrijwillig doet betekent nog meer. Ik had gevraagd om een iets jongere vrouw, want ik had het gevoel dat zij mij beter zou begrijpen. Het was een goede match. Dat ik haar kon vertrouwen en dat ze deed wat ze beloofde was voor mij heel erg belangrijk, omdat ik dat heel lang niet kreeg van mensen. En daar had ik heel veel moeite mee en toen ik zag dat zij dat wel deed ja, dat deed mij wel wat. Ik ben iemand die liever de pijn en wat ik meemaak gewoon binnen hou."

Ook andere jongeren benadrukken het belang van het creëren van een veilige structuur waarin zij hun problemen kunnen delen met mensen die hen 'echt' begrijpen. Jongeren pleiten ervoor om regelmatig gesprekken in wijken of op scholen te organiseren. Zij vinden het waardevol om met positieve rolmodellen en andere jongeren in gesprek te gaan over veel-voorkomende problemen die zij tegenkomen en samen te bedenken hoe je daar mee om kan gaan. Voor meer individuele problemen, zoals uitdagingen op het gebied van financiën en huisvesting, benaderen zij liever een deskundige vertrouwenspersoon.

Man (21 jaar):
"Wanneer je je gehoord en gewaardeerd voelt denk ik dat je heel veel problemen kan voorkomen. Sowieso moet je je niet schamen voor je problemen, zeker niet. Maar het heeft ook wel geholpen om te zien dat je niet alleen bent, je bent niet de enige met problemen."

Jongeren die zijn geïnterviewd over hun deelname aan de 'kansrijke' innovaties vinden zelf dat ze weerbaarder worden door de innovaties van de Herstelaanpak. Zo beschrijven jongeren beschrijven effecten van deelname aan The Room: zij voelen zich sterker en weten wat hun doelen zijn.

Man (21 jaar):
"Ja mijn doel is duidelijker, daarvoor was ik ook al aan de slag gegaan met mijzelf maar nu wel wat meer omdat ik het echt heb opgeschreven."

Een belangrijke succesfactor om (zeker kwetsbare) jongeren meer perspectief te geven, is het uitgaan van en het werken vanuit een integrale aanpak om impact op meerdere levensdomeinen te bewerkstelligen[29].

Vanuit Werk aan de kade worden jongeren sinds 2013 aan lokale stageplaatsen (Oude Westen) geholpen dankzij een samenwerking tussen Richard de Boer (projectmanager), WMO Radar, de gemeente Rotterdam en o.a. het Albeda College. Voor de Herstelaanpak is hier een kleine innovatie aan toegevoegd waarbij jongeren (n=12) aan lokale ondernemers worden gekoppeld voor zakgeldklussen. Waar nodig wordt ook ondersteuning op andere leefgebieden geboden.

"Het mes snijdt aan twee kanten: als er geen lockdown is, is er veel vraag om extra hulp vanuit de winkeliers en de jongeren hebben afleiding en verdienen een zakcentje. Zo hebben we laatst een VSV'er aan een klus geholpen bij de dierenwinkel," aldus coördinator/ jongerencoach Lennard de Vlieger.

Het is mooi dat een kleine innovatie als Werk aan de kade de ontwikkeling van deelnemers op verschillende levensgebieden weet bij te houden aan de hand van de Zelfredzaamheidsmatrix (ZRM). Op 1 december was voor 10 deelnemende jongeren de beginmeting ingevuld. Hieruit blijkt dat Werk aan de Kade een financieel kwetsbare groep weten te bereiken, met een gemiddelde ZRM-score van 2.4 op het leefdomein financiën. Dat betekent dat zij (grotendeels) onvoldoende inkomsten en/of groeiende schulden hebben. Op de andere levensgebieden scoorden de deelnemers hoger.

Ook de Rotterdamse Douwers en TOS werken met een integrale aanpak en nemen de ZRM (op meerdere momenten) af. Op 1 december stond de tweede meting bij de Rotterdamse Douwers nog gepland voor de meeste deelnemers; deze kon daarom niet in zijn geheel meegenomen worden in voorliggende evaluatie. Uit tabel 5 blijkt dat er voor de (maximaal) 61 deelnemers met een tweede meting, gemiddeld een lichte, maar niet significante, stijging in zelfredzaamheid op alle leefdomeinen te zien is. Op het domein huisvesting is deze toename als enige significant. Dat betekent dat jongeren gemiddeld binnen in de categorie 'geschikte huisvesting, maar slechts marginaal toereikend' omhoog bewegen. Deze bevindingen dienen gerepliceerd te worden in een vervolgonderzoek met een grotere onderzoeksgroep.

Voor TOS was het alleen mogelijk om de gemiddelde totaalscores van de ZRM te rapporteren (zie hoofdstuk 8). Daaruit blijkt dat zij een voldoende zelfredzame groep bedienen, met een gemiddelde totaalscore van 3.7 op meetmoment 1 en 4.1 op meetmoment 2. Ook hier is een stijging te zien; deze valt echter niet statistisch te toetsen vanwege het ontbreken van de individuele scores.
Wanneer de we gemiddelde ZRM totaalscores van de drie innovaties vergelijken, valt op dat TOS de meest zelfredzame groep (3.7[30] op meetmoment 1) bedient en dat de Rotterdamse Douwers en Werk aan de Kade beiden een minder zelfredzame groep bedienen (beiden 3.1 op meetmoment 1).

Uitdagingen
Pijler 3 van de Herstelaanpak zet in op perspectief op onderwijs en werk. Dat dit belangrijk is, zeker voor jongeren met een lage(re) opleiding, wordt bevestigd door recent onderzoek[31] van SEO en het Verwey Jonker Instituut (december '21). Hieruit blijkt dat de ongelijkheid in baankansen tussen opleidingsniveaus groter is dan voor de COVID-19 pandemie. Zo zijn jongeren met een beroepsopleiding en al relatief

Tabel 5 Ontwikkeling ZRM scores Rotterdamse Douwers (mei - november 2021)

ZRM-domein	N meting 1	Gemiddelde meting 1	N meting 2	Gemiddelde meting 2
Financiën	153	2.6	52	2.8
Huisvesting	148	2.8	54	3.3*
Lichamelijke gezondheid	151	3.4	55	3.5
Geestelijke gezondheid	150	3.1	55	3.1
Maatschappelijke participatie	136	2.7	42	2.8
Verslaving	116	3.7	41	4.0
Justitie	109	4.0	45	4.4
Sociaal netwerk	148	2.9	47	2.9
Werk en opleiding	138	2.7	52	3.0

* Significant op p<0.05

lage baankansen harder geraakt tijdens de tweede *lockdown*, waarvan zij maar deels herstellen, terwijl de baankansen van hoger opgeleide jongeren zijn toegenomen.

Binnen de Herstelaanpak zijn inmiddels 131 Rotterdamse jongeren aan een (bij)baan of stage geholpen. Een groot deel hiervan is afkomstig uit de innovatie Bijbaantjes van TOS (76%), waarbij Rotterdamse jongeren voor ongeveer tien uur per week een zakcentje verdienen met een (alternatieve) bijbaan. Aangezien veel reguliere bijbanen, zoals in de winkels of horeca, stopten tijdens de lockdowns zette TOS in op alternatieve (maatschappelijke) werkzaamheden: zoals het helpen bij de voedselbank, corona-coach, werken bij een sportclub of een boodschappendienst voor kwetsbaren. Dat het organiseren van Bijbaantjes voorziet in een behoefte van jongeren blijkt uit het aantal en de nieuwe groepen jongeren die deelnemen, constateert de oprichter van TOS:
"Wij kunnen door de bijbaantjes, zoals coronacoach bij sportclubs, jongeren bereiken die we anders niet zagen."

Andere, door de gemeente zelf georganiseerde innovaties binnen pijler drie hebben op 1 december slechts een beperkt aantal jongeren bereikt.
Tien jongeren hebben gebruik gemaakt van de scholingsvouchers van de innovatie Extra scholing voor meer kansen en drie jongeren kregen één van de 100 beschikbaar zijnde innovatie Rotterdamse Startersbeurzen. Hoewel er dus mogelijkheden zijn om Rotterdamse jongeren aan meer perspectief op onderwijs en werk te helpen worden deze nog te weinig benut. Het informeren over en aan de man (jongere) weten te brengen van het gemeentelijke aanbod is een belangrijke uitdaging om meer impact te bereiken binnen pijler drie.

17 Gemeente Rotterdam (november 2021). Onderzoek jongeren en sociale media.
18 Newcom Research & Consultancy B.V. (2021). Nationale Social Media Onderzoek.
19 Head, B.W. (2011). Why not ask them? Mapping and promoting youth participation. Children and Youth Services Review, 33(4), 541–547.
20 Zie ook: https://www.nji.nl/sterke-basis-voor-de-jeugd/jeugdparticipatie-bevorderen.
21 Kirby P, Bryson S. (2002). Measuring the Magic: Evaluating and Researching Young People's Participation in Public Decision Making. Carnegie Young People's Initiative: London.
21 Te weten: 1. Casa Blanca (Poolse straat Delfshaven), 2. Het Wijktrefpunt (Oostkousedijk, Delfshaven) 3. Meidenvilla Coolhaven, 4. Studio Oleander (Feijenoord), 5. Muziekstudio Charlois, 6. Cult North (Noord), 7. Rotterdamse Douwers (vrije inloop), 8. Theater Zuidplein, 9. Clubbussie (mobiele hub). 10. Excelsior (Crooswijk).
23 Die lastig aansluiting vinden bij de huidige aanbestedingseisen, maar wel een groot bereik hebben.
24 Welke data aanleverden.
25 Movisie (2017). Dossier: Wat werkt bij outreachend werken?
26 Steketee, M., Vandenbroucke, M., & Rijkschroeff, R. (2009). (Jeugd) zorg houdt niet op bij 18 jaar. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.
27 Doelbereik van volledig digitale innovaties is hier niet meegerekend.
28 Innovaties zijn gevraagd naar het belangrijkste doel per jongere; er is dus sprake van 1 gerealiseerd doel per jongere.
29 Steketee, M., Vandenbroucke, M., & Rijkschroeff, R. (2009). (Jeugd) zorg houdt niet op bij 18 jaar. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.
30 Gebaseerd op gemiddelde ZRM totaalscore trajecten TOS weerbaarheid: 4.0; en gemiddelde trajecten TOS talentontwikkeling: 3.4
31 SEO Economische onderzoek en Verwey Jonker Instituut (2021). De impact van de coronapandemie op de overgang van het onderwijs naar de arbeidsmarkt.

Lessons Learned

10. Uniforme registratie realiseren

IN HET KORT

- Innovaties houden enkele achtergrondkenmerken van hun doelgroep op eigen initiatief digitaal bij;
- Er zijn grote onderlinge verschillen in de mate en manier van registeren;
- Innovaties prefereren een vooraf vastgestelde en aangekondigde uniforme manier van registreren;
- Het uniform registreren van postcode, opleidingsniveau en tevredenheid is voor alle innovaties van belang;
- Voor innovaties die een gedegen leefgebieden analyse willen uitvoeren komt de Zelfredzaamheidsmatrix (ZRM) in aanmerking.

Les 1: er is draagvlak voor (uniform) registeren
De Herstelaanpak heeft de innovaties vooraf geen expliciete opdracht gegeven om informatie over deelnemers structureel te registreren en hun voortgang te monitoren. Veel innovaties rapporteren niettemin een aantal kenmerken van hun doelgroep op papier of digitaal bij te houden.
Postcode van deelnemers wordt volgens innovaties het meest geregistreerd; 66% van de innovaties doet dit digitaal of op papier. Opleidingsniveau wordt door 48% van de innovaties geregistreerd. Tevredenheid met de innovatie (38%) en mentale gezondheid (18%) wordt minder vaak structureel bijgehouden, maar veel innovaties geven aan dit wel te bespreken met deelnemers (41% voor tevredenheid; 39% voor mentale gezondheid).

Avant Sanare is een Rotterdamse instelling voor psychische en pedagogische preventie en voert vier innovaties voor de Herstelaanpak uit: Balans in crisistijd, Happyles, Karify E-health en Lab of Life. Zij ervaren dat er veel vraag is naar de groepstrainingen, waarbij een mix van online en offline aanbod goed aansluit bij de steeds wisselende COVID-19 maatregelen. Voor de evaluatie Herstelaanpak leverden zij op eigen initiatief een uitgebreide verantwoording aan over de verschillende lessen en modules. Voor de Happylessen, bijvoorbeeld, deden zij een voor- en nameting met de Strengths and Difficulties Questionnaire (SDQ). Hoewel dit om zeer kleine aantallen gaat en er geen conclusies aan verbonden kunnen worden, lijkt er een afname in emotionele- en gedragsproblemen te zijn bij de deelnemende jongeren.

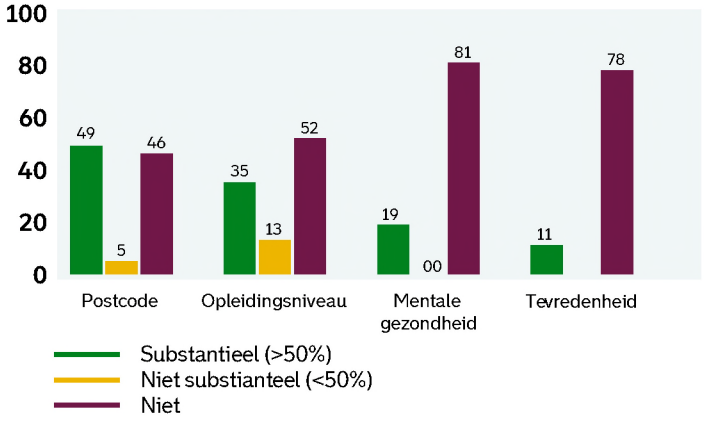
Ook Indigo preventie richt zich op preventieve mentale ondersteuning en voert drie innovaties voor de Herstelaanpak uit (STAR, Happylessen en Klachtgerichte Mini-interventies). Zij leverden vanuit één innovatie (Happylessen) maar liefst de helft van het totale aantal tevredenheidsscores aan (N=207 jongeren); waaruit bleek dat 94% tevreden was met deze innovatie.
Dergelijke voorbeelden stemmen hoopvol over de potentie van innovaties om op een structurele manier gegevens te verzamelen. Wel merken meerdere projectleiders op dat zij liever van tevoren door de gemeente op de hoogte waren gesteld van wat er (idealiter) verzameld zou worden en wanneer dit aangeleverd moest worden.

"Gemeente moet van tevoren bedenken welke criteria er gemeten worden, niet tijdens of achteraf. Dat geeft ons de kans om te registreren op een manier die ook nuttig is voor onderzoeksdoeleinden," aldus de directeur van TOS.

Les 2: er zijn grote verschillen in mate en manier van monitoren
Om enigszins zicht te krijgen op de kenmerken van de groepen die de innovaties bereiken, zijn de innovaties die in de vragenlijst aangaven structureel data te verzamelen gevraagd om deze data aan te leveren.
De meeste innovaties (N=30) hebben dit (op tijd) kunnen doen. Er blijkt echter wel een groot verschil te zitten tussen in hoeverre innovaties zelf rapporteren deze kenmerken bij te houden en in hoeverre zij substantiële[32] digitale data aanleveren wanneer zij daar achteraf om gevraagd worden (Figuur 3).

Verder valt op dat er weinig gestandaardiseerde meetinstrumenten worden afgenomen; de meeste innovaties hebben zelf een vragenlijst ontwikkeld. Tevredenheid wordt op een 3-punts, 5-punts of 10-puntsschaal gemeten. Mentale gezondheid wordt over het algemeen op zelf samengestelde Likertschaal of 10-puntsschaal gemeten. De ZRM is de enige gestandaardiseerde vragenlijst die door meerdere innovaties wordt gebruikt.

Figuur 3 Aangeleverde data innovaties per domein (%) (N=57)



In de Tussenevaluatie Herstelaanpak rapporteerden 11 innovaties te werken met de Zelfredzaamheidsmatrix (ZRM). Bij de voortzetting van de kwantitatieve data-verzameling bleek dat dit bij vijf innovaties toch niet het geval was, voornamelijk omdat de jongerenwerkers[33] de ZRM bij hun algemene werkzaamheden wel gebruikten, maar nog niet in het kader van de Herstelaanpak. Ook waren er drie innovaties die de ZRM enkel op papier invulden. De overige drie innovaties leverden digitale ZRM data aan ten behoeve van de eindevaluatie; voor één innovatie (Werk aan de Kade) ging dit enkel om de beginmeting, voor twee organisaties (TOS en Rotterdamse Douwers) was er ook (zij het beperkt) informatie over de voortgang beschikbaar (Hoofdstuk 8).

Bij het gebruik van de ZRM valt op dat het gebruikte registratiesysteem niet altijd op onderzoeksdoeleinden is ingesteld. Hoewel TOS de ZRM bij alle deelnemers afnam konden alleen de totaalscores (en niet de individuele domeinscores) meegenomen worden in huidige evaluatie. Ook blijkt dat de ZRM soms wordt 'omgebouwd' naar een manier die meer werkzaam is in de praktijk. Dit geldt bijvoorbeeld voor de ZRM die door de Rotterdamse Douwers, in plaats van op de gebruikelijke 5-puntsschaal, op een 10-puntsschaal gescoord wordt.

Projectleider Rotterdamse Douwers: *"Douwers zijn geen mensen uit het sociale werkveld. Dit zijn gewone Rotterdammers bij wie een 10-puntsschaal intuïtiever aanspreekt."*

Les 3: voor alle innovaties is (minimale) registratie van belang

Hoewel voor een aantal kleinere innovaties geldt dat uitgebreid registeren en monitoren waarschijnlijk niet kosteneffectief is, is het wel voor alle innovaties aan te raden om naast postcode, in ieder geval het opleidingsniveau van hun deelnemers en een kleine tevredenheidsmeting uit te voeren. Het opleidingsniveau geeft een indicatie van welke, al dan niet kwetsbare, groepen bereikt worden. Een tevredenheidsmeting is daarnaast een belangrijk onderdeel van jongerenparticipatie.

Voor innovaties die streven naar het vergroten van zelfredzaamheid, mentale weerbaarheid of perspectief op grotere schaal aan te raden om vooraf een gedegen leefgebiedenanalyse uit te voeren. Dit geldt bij uitstek voor innovaties die kwetsbare jongeren beogen te bedienen. Bij een dergelijke leefgebiedenanalyse wordt systematisch op uiteenlopende leefdomeinen, zoals school, inkomen, huisvesting of gezondheid in kaart gebracht wat de situatie van de jongere is en welke problemen er spelen. Zowel hulpverleners als jongeren zelf kunnen hier baat bij hebben: zij krijgen zo inzicht in wat er aan de hand is en weten vervolgens waaraan gewerkt moet worden[34]. De ZRM is een hiervoor geschikt, valide, betrouwbaar en veel gebruikt instrument[35].

11. Digitale impact vergroten

IN HET KORT

- Gedegen vooronderzoek geeft zicht en invloed op wie er bereikt wordt;
- Lokale *influencers* kunnen worden gebruikt om binding met de stad te vergroten;
- Communicatie op maat, bijvoorbeeld door samenwerking met scholen en welzijnsinstellingen, leidt tot meer online betrokkenheid;
- Door gelijkwaardige samen te werken met jongeren in subculturen valt digitale impact te bewerkstelligen.

Les 1: we weten nog niet wie we bereiken

De afgelopen twee decennia heeft ons medialandschap met de komst van het internet een grote verandering ondergaan. Waar we met de televisie in de hoofdrol nog accuraat konden vaststellen wat voor soort kijkers programma's aantrokken, is dat online een veel lastigere klus. Dr. Roel Lutkenhaus (mediawetenschapper[36]) legt uit:

"Het medialandschap voordat internet zijn intrede deed was topdown georganiseerd; verschillende tv-zenders en programma's bereikten aantoonbaar verschillende mensen. Op internet zie je echter veel meer dat mensen zich niet rondom een bepaald kanaal verzamelen, maar meer rondom thema's of niches. Zeker rondom controversiële onderwerpen, zoals corona of drillrap, ontstaan online subculturen."

Hoge bereikcijfers op een social mediakanaal, zoals Instagram, zegt dus nog niet zoveel over welke jongeren je bereikt. Zeker in een 'super-diverse city', zoals Rotterdam waar grote etnische, culturele, en sociaaleconomische diversiteit heerst zijn er veel groepen en identiteiten waar jongeren zich mee identificeren.

Om meer invloed te hebben op het bereiken van de juist doelgroep, kunnen innovaties vooraf kwalitatief onderzoek doen naar mediagedragingen van de beoogde doelgroep. Welke online netwerken hebben zij? Bij welke online communities zijn ze aangesloten?

"Gedegen vooronderzoek maakt dat je de juiste kanalen vindt waar je je boodschap kunt wegzetten. En eenmaal binnen is het van belang om samen met de doelgroep content te creëren. Zodat het aansluit bij de toon en het verhaal van de community," aldus Lutkenhaus.

Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt daarnaast dat superdiverse steden, zoals Rotterdam, door lokale *influencers* gebruikt kunnen worden om de binding van jongeren met elkaar en met de stad te versterken . Rotterdamse *landmarks* die voorbijkomen in hun vlogs, of ons adagium 'niet lullen maar poetsen' en symbolen zoals Excelsior en Feijenoord kunnen de stedelijke identiteit van jongeren versterken.

Les 2: bereik is niet hetzelfde als impact

Wanneer over social-media bereik wordt gerapporteerd, gebeurt dit vaak door het aantal 'clicks' of 'likes' te melden. Deze statistieken zeggen (vaak) nog niets over de betrokkenheid van jongeren bij jouw project of boodschap. Het is daarom beter om betekenisvolle betrokkenheid te meten. Lutkenhaus licht toe:

"Een belangrijke term in de mediawetenschap is het conversiemoment. Hét moment waarop een bezoeker van een sociaal mediakanaal overgaat tot een (gewenste) actie zoals het volgen van jouw kanaal, het abonneren op een nieuwsbrief, of een afspraak inplant."

Innovatie Project Comeback heeft zodoende de online-bereikstrategie onlangs uitgebreid met live contact en werkt hiervoor samen met scholen en jongerenwerkers. Zo is in elke gemeente minimaal één jongerenwelzijnsorganisatie aangesloten bij het project, ook om eventuele nazorg te kunnen waarborgen. Deze communicatie op maat zorgt voor meer online impact.

"Eerst hadden we een open inschrijving, waarbij jongeren zichzelf konden aanmelden. Nu gaan we langs op scholen en bij jongerenwerkers en bepalen we samen met hen welke jongeren het meest in aanmerking komen voor een sessie. We zijn nu meer waar de jongeren ook zijn en dat helpt om ze over de drempel heen te krijgen. Ook helpt het ons om die jongeren te bereiken die het meest profiteren van een sessie," aldus Leoni.

Bovendien blijkt, net zoals in *real life*, het opbouwen van een band met jongeren een mogelijke succesfactor in de online wereld.

"We stellen de online aangehaakte jongeren iedere dag een korte vraag. Iedereen vindt het leuk om even zijn stem uit te brengen en te zien hoe anderen stemmen. Vooral over thema's die spelen. Dat helpt jongeren te

betrekken bij je verhaal en activiteiten," aldus Michiel Steenwinkel van Netwerk Nieuw Rotterdam.

Les 3: begin niet opnieuw, maar sluit je aan
Uit recent onderzoek in opdracht van de Gemeente Rotterdam bleek dat jongeren en experts zelf duidelijke aanbevelingen hadden om de sociale media impact van de gemeente te vergroten[38]. Van belang bleek vooral: het aansluiten bij de leefwereld van jongeren. In vorm, taal, platform en (lokale) rolmodellen. Mét de doelgroep produceren is daarbij altijd te verkiezen boven vóór de doelgroep te produceren.

"Gelijkwaardige samenwerking is een belangrijke succesfactor. Geen messencampagnes laten bedenken door dure witte bureaus. Werk dan bijvoorbeeld samen met de lokale hiphopscene," aldus Lutkenhaus.

Lutkenhaus raadt de podcast van de Rotterdamse rapper Hef aan als voorbeeld, omdat hij in zijn platenstudio in gesprek gaat over de gevolgen van blowen met een onderzoeker van de Rijksuniversiteit Groningen:

"Er is sprake van een gelijkwaardig gesprek waarin de onderzoeker veel relevantie informatie deelt met jongeren die hij normaliter niet zou bereiken".

Fragment 3: Wilde Haren de Podcast



Op deze manier samenwerken met jongeren vraagt lef en bereidheid om als gemeente buiten je comfortzone te treden. Maar áls het lukt, kan het veel opleveren. Samen met jongeren kan niet alleen de juiste doelgroep bereikt worden, maar rijst ook de mogelijkheid om van hun creatieve ideeën leren.

De programmamanager van de Rotterdamse Douwers vertelt:
"Online bereiken van jongeren is dit jaar een belangrijk agendapunt geworden. We hebben een deelnemer die communicatie studeert het bestuur laten uitleggen hoe we dit het beste kunnen aanvliegen."

12. Ketensamenwerking optimaliseren

IN HET KORT
- 71% van de innovaties werkt op regelmatige basis samen met partners in het veld;
- Welzijn/jongerenwerk en scholen zijn de belangrijkste samenwerkingspartners;
- Jong en Sterk! heeft potentie tot verbinden van gemeente, arbeidsmarktorganisaties en jongeren, indien zij op volle vaart weten te komen;
- Gemeente kan innovaties en de bestaande structuur in wijken verbinden door de samenwerking met (jongeren)organisaties in de wijk vast te leggen in afspraken en uren.

Les 1: innovaties zoeken elkaar op maar weten weinig over elkaar
Binnen de Herstelaanpak werkt 70% van de innovaties vaak samen met partners in het veld en 23% doet dit soms (tabel 6). Men zoekt hierbij elkaar vooral op voor het werven van jongeren (66%), het bereiken van kwetsbare jongeren (48%), doorverwijzen (48%) en kennis en expertise uitwisselen (39%).

Innovaties zijn overwegend positief over de samenwerking op uitvoerend gebied; zij weten elkaar te vinden voor praktische ondersteuning. Ook benoemen zij de gemeente en scholen als positieve samenwerkingspartners. Projectorganisaties die stedelijk werken benadrukken het belang van goede samenwerking met het jongerenwerk in de wijken.

Tabel 6 Meest genoemde samenwerkingspartners (N=52)

Samenwerkingspartner	Aantal innovaties
Welzijn/jongerenwerk	16
Scholen/onderwijs	16
Andere innovaties Herstelaanpak	8
Gemeente	8
Wijknetwerk/bewonersorganisaties	8
GGZ/jeugdzorg	6
Ondernemers/bedrijven	6
Culturele instellingen	5
Sportpartijen	5

Hoewel innovaties elkaar weten te vinden, zijn de verschillende partijen gericht op jongeren nog te weinig geïnformeerd over elkaars aanbod. De uitvoerders van innovaties geven vrijwel unaniem aan dat zij behoefte hebben aan beter en actueel overzicht van de projecten die interessant zijn voor hun doelgroepen. Op het terrein van jongeren en werk zou de innovatie Jong en Sterk! (JenS) in deze behoefte kunnen voorzien. JenS is een netwerk van organisaties die zich in Rijnmond inzetten voor jongeren en is gekoppeld aan het Leerwerkloket. JeNS bundelt alle (gemeentelijke) informatie over vacatures voor jongeren en zorgt voor netwerkbijeenkomsten voor jongerenorganisaties, werkgevers en onderwijs. De informatie is onder meer bedoeld voor jongerenwerkers, zodat zij jongeren met een afstand tot de arbeidsmarkt makkelijker kunnen koppelen aan werkgevers.

"JenS kan het aanbod van een hele andere kant bekijken, want ze hebben kortere lijnen naar de gemeente en daardoor zicht op andere mogelijkheden voor jongeren. Ook de bijeenkomsten die zij organiseerden voor corona waren heel zinvol om contacten op te doen in het veld. JenS is mijn houvast naar de gemeente. Op de bijeenkomsten zie je werkgevers, scholen. Ook zie je mensen buiten je comfortzone; mensen die je anders nooit ziet," aldus een betrokken organisatie medewerker.

Tijdens het veldonderzoek bleek aan de andere kant dat JenS nog niet helemaal uit de startblokken is. Op 1 december 2021 wisten zij 20 jongeren te bereiken. Het uithangbord, de website, lijkt daarnaast nog vrij beperkt te zijn, terwijl deze veel potentieel heeft om dé schakel te zijn tussen jongeren en de vele leerwerkorganisaties die Rotterdam rijk is. De organisatiemedewerker vult aan:

"De website van JENS kan ook goed werken, omdat de informatie over jongeren en de arbeidsmarkt nergens anders wordt gebundeld. De uitvoering van JenS kan echt wel beter. Ze waren goed in out-of-the-box denken, maar moeten een herstart maken nu de oprichter er niet meer is,"

Les 2: zorg dat aan randvoorwaarden wordt voldaan
Een belangrijke randvoorwaarde voor ketensamenwerking is volgens de innovaties dat de werving van jongeren onderling beter afgestemd wordt: zo merken zij bijvoorbeeld op dat dezelfde jongeren (onder andere in Zuid) worden bereikt door meerdere organisaties. Ook merkt één innovatie op dat niet alleen het 'laaghangend fruit' geworven zou moeten worden, maar juist ook de moeilijk bereikbare jongeren.

De gemeente kan daarnaast volgens innovaties een belangrijke rol oppakken op het gebied van verwachtingsmanagement en het creëren van voorwaarden voor de samenwerking met jongerenwerk. Bijvoorbeeld door in toekomstige aanbestedingen afspraken met welzijnsaanbieders op te nemen over hun rol bij de werving en het vervolg van ingekochte jongerenprojecten.

Voor veel innovaties, waaronder The Room, geldt dat de effectiviteit beter zou zijn, wanneer er een vervolgtraject wordt aangeboden waarin het jongerenwerk monitort hoe het met de jongeren gaat en waar nodig actie onderneemt om de tijdens de sessies opgestelde doelen te waarborgen. Dat er geen 'harde' afspraken zijn met jongerenwerk maakt dat het vervolg te afhankelijk is van de inzet van individuele jongerenwerkers, zo merkt een betrokken professional op:

"De samenwerking met jongerenwerk verschilt per regio. En het is vaak afhankelijk van de inzet van individuele medewerkers die er voor gaan. Vaak is het enige waarop je het redt zijn de jongerenwerkers die het uit persoonlijke betrokkenheid gaan doen. Die springen er in, ook als ze er geen uren voor krijgen. Iedereen die werkt met jongeren heeft die betrokkenheid, maar veel werkers zitten vast in KPI's – zij moeten hun belangrijkste doelen behalen (..) Het wijknetwerk is heel belangrijk. Uitgelezen kans om dit nu te versterken. Er moeten voor de start meer afspraken gemaakt kunnen worden met jongerenwerk en met de gemeente over het vervolg."

Tenslotte pleiten jongerenwerkers ervoor dat de gemeente onverminderd investeert in het reguliere aanbod in de wijken. Een jongerenwerker uit Kralingen-Crooswijk wijst in dit kader op functie van de basisvoorzieningen in de wijk:

"Blijf zorgen dat er een aanbod is voor jongeren na schooltijd, dat ze een bepaalde hobby hebben, dat ze ergens huiswerk kunnen maken. Er is al heel veel bezuinigd op locaties in de wijk voor huiswerk, gamen, muziek. Voor hun ontwikkeling is het belangrijk dat ze ergens terecht kunnen. Heel veel jongeren verzuipen in mantelzorgtaken als ze thuis komen."

Een jongerenwerkster werkzaam in Oud-Mathenesse en betrokken bij de Jongerenhub Casa Blanca (Poolsestraat, Delfshaven) geeft een vergelijkbaar advies:

"Een plek in de wijk, waar je even onder elkaar bent en kan ontsnappen aan problemen thuis. Dat is voor heel veel jongere in onze wijk belangrijk. Toen we de hub de eerste moesten sluiten vanwege een lockdown hebben de jongeren ons echt gesmeekt of ze niet even naar binnen mochten, wij vonden het toen echt vreselijk om ze nee te verkopen."

32 Voor meer dan 50% van de deelnemers binnen de innovatie.
33 Van de Jongerenhubs.
34 Verwey-Jonker Instituut (2013). Handleiding maatwerk voor risicojongeren. https://www.verweyjonker.nl/doc/vitaliteit/7346_Handleiding_ maatwerk_risicojongeren.pdf
35 Fassaert T, Lauriks S, Van de Weerd S, De Wit M, Buster M. Ontwikkeling en betrouwbaarheid van de Zelfredzaamheid-Matrix. Tijdschr Gezondheidswetenschappen. 2013;91:169–77.
36 Dr. Roel Lutkenhaus is verbonden aan de Erasmus Universiteit (Erasmus Movez Lab) en is directeur van New Momentum.
37 van Eldik AK, Kneer J, Lutkenhaus RO, Jansz J. Urban Influencers: An Analysis of Urban Identity in YouTube Content of Local Social Media Influencers in a Super-Diverse City. Front Psychol. 2019 Dec 19;10:2876.
38 Gemeente Rotterdam (november 2021). Onderzoek jongeren en sociale media

Conclusie en overkoepelende aanbevelingen

Dit jaar werd gedeeltelijk herstel van de COVID-19 crisis bij Rotterdamse jongeren zichtbaar: zij doen eind 2021 niet vaker een beroep op een WW-uitkering of op ondersteuning via het Jongerenloket dan in pre-COVID jaren. Aan de andere kant heeft de crisis ertoe geleid dat jongeren niet meer vanzelfsprekend konden rekenen op onderwijs en welzijnsaanbod op locatie en veroorzaakten zij nog steeds vaker overlast dan in 2019. Er zijn er geen actuele gegevens over hun mentale gezondheid beschikbaar, maar in 2020 rapporteerden zij eenzamer te zijn en vaker depressieve en angstgevoelens te hebben door de pandemie. COVID-19 blijkt een impertinente indringer die het leven van (veel) jongeren langdurig ontwricht. Voor hen is het dan ook waardevol én noodzakelijk dat de Herstelaanpak doorloopt in 2022.

De Herstelaanpak heeft zich in 2021 op de kaart gezet als een domeinoverstijgende, programmatische jongerenaanpak met inmiddels 69 zich duidelijk van elkaar onderscheidende innovaties, waarvan de helft zowel live als digitaal jongeren bereikt, betrekt en perspectief biedt. Op 1 december zijn 5.203 jongeren (live) bereikt; 74% van het door innovaties verwachte (gemiddelde) totaal. Aangezien meer dan helft van de innovaties nog actief is of zelfs nog moet starten, is het aannemelijk dat het verwachtte aantal van 7.000 jongeren bereikt zal worden.

Er is een goed bereik over de verschillende Rotterdamse wijken en voor de 'veelbelovende' innovaties geldt dat er gewerkt wordt aan de hand van één of meerdere werkzame factoren. Deze acht, uit het kwalitatieve onderzoek gedestilleerde, succesfactoren (zie ook: Tabel 1 op p6) dienen geborgd te worden voor de middellange termijn.

Zo zijn snelheid van handelen en persoonlijke aandacht door een mentor of rolmodel twee succesfactoren die volgens jongeren en professionals altijd aanwezig moeten zijn in een dergelijke jongerenaanpak. Communicatie op maat, ook in het digitale landschap, is noodzakelijk om jongeren meer aan te spreken en te bereiken. Actieve betrokkenheid en eigenaarschap zijn belangrijk wanneer men effectieve jongerenparticipatie nastreeft. Outreachend en integraal werken zijn succesvol bij het vinden en binden van kwetsbare doelgroepen. Tot slot, een vertrouwensband met iemand die aansluit bij de leefwereld van jongeren draagt, volgens jongeren en professionals, bij uitstek bij aan het vergroten van de mentale weerbaarheid.

Het is mooi dat het uitgangspunt van de Herstelaanpak om *samen met jongeren* te bedenken en uit te voeren blijkt uit de hoge mate waarin innovaties jongeren op verschillende manieren en momenten betrekken. Naast gebruik maken van en het zoveel mogelijk borgen van deze positieve ontwikkelingen dient de Herstelaanpak op een aantal punten ook aangescherpt en doorontwikkeld te worden.

Zo wil meer dan de helft van de innovaties jongeren nóg meer betrekken; hiervoor dient in ieder geval tijd en uitvoeringsbudget beschikbaar te worden gesteld. Daarnaast stellen professionals dat er naast kwetsbare groepen, ook aandacht moet komen voor 'onzichtbare talenten'; jonge rolmodellen met tijd en energie die haarfijn aanvoelen wat er moet gebeuren in een bepaalde wijk.

Actieve jongerenparticipatie is ook onontbeerlijk wanneer het gaat om online maatwerk. Een digitale doorontwikkeling is noodzakelijk; innovaties dienen niet alleen online actief te zijn maar ook digitale impact te bewerkstelligen door grip te krijgen op doelgroepen (vergaar voorkennis in subculturen) en door gedrag/ kennis van jongeren te beïnvloeden (werk gelijkwaardig samen met jongeren/ lokale *influencers*).

Verder is het van belang om gebruik te maken van het draagvlak dat er binnen innovaties is om op een uniforme manier te registeren. Want hoewel de verschillende manieren van registreren en monitoren vanuit een praktisch oogpunt begrijpelijk zijn, levert het wel een probleem op wanneer innovaties onderling, of wanneer de gemeentedata vanuit de Herstelaanpak zou willen vergelijken. Daarnaast is niet zeker of de wetenschappelijk vastgestelde betrouwbaarheid van de gebruikte instrumenten behouden blijft wanneer deze op dusdanig verschillende manieren worden ingezet. Voor alle innovaties is het aan te raden om naast postcode, in ieder geval het opleidingsniveau van hun deelnemers te registeren en een basis tevredenheidsmeting uit te voeren. De Zelfredzaamheidsmatrix (ZRM) is de beste keuze voor innovaties die daarnaast een gedegen leefgebiedenanalyse bij deelnemende (kwetsbare) jongeren willen uitvoeren, mits er tijd en ruimte wordt vrijgemaakt voor bijscholing van professionals.

De algehele impact van de Herstelaanpak kan versterkt worden door vanaf nu meer doelgroepgericht te werken in het belang van de groepen jongeren die naar verhouding minder bereikt of ondersteund zijn via de aanpak. Professionals die werken met jongeren en jongeren zelf kunnen mee denken over het bereik en aansluiting bij de verschillende doelgroepen in de stad. Deze evaluatie laat zien dat er in ieder geval extra inzet nodig is voor lager- of niet geschoolde jongeren, lichtverstandelijk beperkten en jongeren met een justitieachtergrond. Er blijkt voldoende expertise bij de innovaties op het gebied van *outreachend* maatwerk waarmee deze kwetsbare groepen gevonden én gebonden kunnen worden.

Innovaties tonen zich voorzichtig positief over de *bottom-up* insteek van de Herstelaanpak waarbij de menselijke maat de bureaucratie hopelijk langzaam naar de achtergrond verdringt. Zij wijzen er wel op dat eerst aan bepaalde randvoorwaarden, zoals het garanderen van de duurzaamheid van aanbestedingen en het creëren van voorwaarden voor de inbedding van een innovatie in de bestaande infrastructuur van het jongerenwerk moet worden voldaan.

Kortom, de innovaties werken aan de ene kant met bewezen succesfactoren, zoals persoonlijke aandacht, outreachend werven en integrale ondersteuning. Aan de andere kant pionieren zij met digitale communicatie op maat, jongerenparticipatie en straat*recruiters*. Naast het opschalen en het zoveel mogelijk borgen van deze positieve ontwikkelingen dient de Herstelaanpak op een aantal punten ook aangescherpt en doorontwikkeld te worden. Hierbij zijn de vijf volgende overkoepelende aanbevelingen van belang:

1. **Investeer in 'maatwerk' communicatie vanuit de gemeente over de Herstelaanpak en specifiek over het aanbod naar jongerenwerkers en jongeren (en hun opvoeders);**
   Maak hierbij gebruik van de adviezen uit rapportage m.b.t. digitale informatievoorziening en jongerenbereik en betrek jongeren bij advisering over passende communicatie.

2. **Versterk informatie-uitwisseling en samenwerking tussen organisaties die werken met jongeren per deelgebied (onderwijs, werk, vrije tijd/welbevinden);**
   Leer van het proces en opbrengsten van het Platform Jong en Sterk!

3. **Zet bij de keuze van (nieuwe) innovaties specifiek in op 1-op-1 begeleiding van twee doelgroepen, te weten: kwetsbare jongeren en "onzichtbare' talenten in de wijken;**
   Om daadwerkelijk positief verschil te maken voor de kwetsbare jongeren is 1-op-1 begeleiding (maatje, coach, mentor) heel effectief gebleken. Maar richt de aanpak ook op jongeren die normaliter over het hoofd worden gezien, maar die hun talenten ten behoeve van de wijk kunnen inzetten.

4. **Werk samen met de innovaties een plan voor uniforme registratie en monitoring uit;**
   Voor alle innovaties is het standaard registeren van een aantal indicatoren van belang en voor de grotere innovaties die zich (ook) op kwetsbare groepen richten kan een uniform uitgevoerde leefgebieden analyse veel inzicht bieden. Het opzetten van kenniswerkplaatsen in samenwerking met universiteiten en/of hogescholen kan hierbij helpen.

5. **Versterk de gemeentelijke governance rol**
   De Herstelaanpak is gebaat bij heldere afspraken met externe partners over:
   a) verantwoordingsinformatie,
   b) informatie die inzicht biedt in resultaten van interventies,
   c) het gebruik maken van wetenschappelijke kennis over effectieve methodieken.

Bijlage

Routekaart innovaties Herstelaanpak op 1 december 2021

Naam organisatie	Naam innovatie	Soort aanpak	Pijler Herstelaanpak	Wetenschappelijk onderbouwd/ lopend onderzoek?
1. @ease Rotterdam	Rotterdam@Ease	(Preventieve) psychosociale hulp	2a. Mentale weerbaarheid	Ja
2. Archell Thompson	Programmaraad Zuidplein/Motorstraatgebied	Leefbaarheid bevorderen & verbinden	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
3. Avant sanare	Lab of Life	(Preventieve) psychosociale hulp	2a. Mentale weerbaarheid	Ja
	E-Health	(Preventieve) psychosociale hulp	2a. Mentale weerbaarheid	Ja
	Happyles	(Preventieve) psychosociale hulp	2a. Mentale weerbaarheid	Ja
	Balans in Crisistijd	Balans vinden in (thuis) onderwijs	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
4. Excelsior Foundation	Jongerenhub	Jongerenhub	1a. Betrekken jongeren	Nee
5. Gemeente Rotterdam	Rotterdamse Startersbeurs	Vergroten kansen arbeidsmarkt	3a. Perspectief op onderwijs en werk	Ja
	Ideeënwedstrijd	Jongerenparticipatie	1a. Betrekken jongeren	Nee
	Extra scholing voor meer kansen-scholingsvouchers	Scholing & vergroten kansen arbeidsmarkt	3a. Perspectief op onderwijs en werk	Algemeen onderzoek naar scholingsvouchers beschikbaar
	Inzet via LWL op LOB en leren netwerken	Vergroten kansen arbeidsmarkt	3a. Perspectief op onderwijs en werk	Nee
6. Helden	Project Comeback	Empowerment & rolmodellen	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
7. Het HipHopHuis	Free Your Mind	(Preventieve) psychosociale hulp	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
8. Humankind	Young City Makers	Jongerenparticipatie	1b. Betrekken jongeren	Nee
9. I&O Research	Jongerenpanel Rotterdam	Jongerenparticipatie	1b. Betrekken jongeren	Uitgevoerd I&O Research
10. Indigo Rijnmond	Happy lessen	(Preventieve) psychosociale hulp	2a. Mentale weerbaarheid	Ja
	STAR	(Preventieve) psychosociale hulp	2a. Mentale weerbaarheid	Ja
	Klachtgerichte Mini Interventie (KMI)	(Preventieve) psychosociale hulp	2a. Mentale weerbaarheid	Ja

11. Jeugdgroep van Oranje	Battle of the Squads	Spel, talent & verbinden	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
	010Skillz	Spel, talent & verbinden	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
12. Jeugdtheater Hofplein	Spraakuhloos@ Hofpleintheater	Zelfexpressie & verbinden	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
13. Jongerenstichting de Tori	de Tori	Jongerenparticipatie	1b. Betrekken jongeren	Nee
14. Leerwerkloket Rijnmond	JenS (Jong en Sterk)	Vergroten kansen arbeidsmarkt	3a. Perspectief op onderwijs en werk	Nee
15. MAMA	MAMA - Get Back Together	Kunst & cultuur	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
16. Maskerclass	Maskerclass	(Preventieve) psychosociale hulp	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
17. Miero Uitvoering en Advies	Drill Rap Hoogvliet	Escalatiepreventie	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
	No Knives Better Lives	Escalatiepreventie	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Mogelijk internationaal onderzoek beschikbaar
18. Music Matters	Keep your head UP	Kunst & cultuur	1b. Betrekken jongeren	Nee
19. Netwerk Nieuw Rotterdam	Wel bereik maar niet verbonden (Clubbussie)	Eenzaamheid verminderen	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
20. Productiehuis HHVA	The Room	Empowerment & rolmodellen	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
	Only Winners	Empowerment & rolmodellen	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
21. RE-Connect	Herstelplan Jeugd - Werkconferentie	Planontwikkeling	3b. publiek-private samenwerking	Nee
22. Rotterdam Recruitment Agency	Rotterdam Recruitment Agency	Vinden & binden, participatie	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Ja
23. Rotterdam Sportsupport	Pedagoog op de Club	Vroegtijdig signaleren	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Ja
24. Rotterdamse Douwers	Zelfmelders	Mentoring & coaching	2b. Toeleiding naar trajecten	Ja
	Douwers Direct	Vinden & binden	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
	Algemene activiteiten	Verbinden & empowerment	2b. Toeleiding naar trajecten	Nee
25. RUSH World	Drie freerunparken in Rotterdam	Sport & spel	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee

26. Sagenn	KIJK online	Empowerment & talent	2a. Mentale weerbaarheid	
27. Spraakuhloos	Binnenste Buiten	Zelfexpressie & verbinding	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
28. Stichting 21 Culture	Unite These Streets	Zelfexpressie & verbinding	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
29. Stichting Buurtwerk.nl	Stimulering jongeren-participatie	Jongeren-participatie	1b. Betrekken jongeren	Nee
30. Stichting Citysteward Rotterdam	Ontwikkelings-traject Feijenoord-Zuid	Competenties & talenten	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
31. Stichting Civitas	Civitas builds healthy community	Sport & voeding	1b. Betrekken jongeren	Mogelijk internationaal onderzoek beschikbaar
32. Stichting Feyenoord Foundation	Feyenoord Youth League	Sport & spel	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
33. Stichting Happymotion	Niet alleen op de wereld	Bewustwording	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
34. Stichting House of Urban Arts	House of Urban Arts	Coaching & competenties	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
35. Stichting IKBENWIJ	Roffa Takkies	Verbinding & jongeren-participatie	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
	Live Escape	Verbinding, talent-ontwikkeling & jongeren-participatie	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
36. Stichting JAN	Van bakstenen naar goudstaven	Empowerment, talenten & verbinding	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
37. Stichting LOKAAL Rotterdam/ Young010	Young010 on Tour	Verbinding & jongeren-particiaptie	1a. Betrekken van jongeren	Nee
38. Stichting Move	Move in 1 dag	Jongerenparticipatie, talent-ontwikkeling & verbinding	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
39. Stichting ONSbank	ONSbank basistraject	Zelfexpresssie-programma voorafgaand aan schulden-traject	2a. Mentale weerbaarheid	Nee
40. Stichting Pendrecht Vooruit	Sportcomplex NV80	Jongerenparticipatie, sport & spel	1a. Betrekken van jongeren	Nee

41. Stichting Skateland Rotterdam	Skateland Herstelplan Jongeren 2021	Competenties & participatie	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
	StreetTour010	Sport & spel, verbinding	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
42. Stichting TNE	De Zomerondernemer	Jongerenparticipatie, vergroten kansen arbeidsmarkt	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
43. Stichting Wedowe	Wedowe	Mentoring/coaching, talentontwikkeling	2a. Mentale weerbaarheid	
44. Studio de Bakkerij	Ja TOCH!?	Verbinding & cultuur	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
	Jongerenambassadeurs	Jongerenparticipatie	1a. Betrekken van jongeren	Nee
45. The Writer's Guide (to the Galaxy)	A Summer of One's Own	Verbinding, zelfexpressie, cultuur	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee
46. Thuis Op Straat	Jongeren-BijdrageRegeling	Jongerenparticipatie, verbinding	1a. Betrekken van jongeren	Ja, voor TOS-interventie
	Extra bijbanen voor jongeren	Vergroten kansen arbeidsmarkt	3a. Perspectief op onderwijs en werk	Ja, voor TOS-interventie
47. WMO Radar	Join us	Tegengaan eenzaamheid	2a. Mentale weerbaarheid	Ja
	Join us- Rotterdam breed	Tegengaan eenzaamheid	2a. Mentale weerbaarheid	Ja
	Jongerenhub oud Mathenesse	Jongerenparticipatie, verbinding	1a. Betrekken van jongeren	Nee
	Jongerenhub Coolhaven	Jongerenparticipatie, verbinding	1a. Betrekken van jongeren	Nee
	Cultuur in de Wijk	Jongerenparticipatie, verbinding	1a. Betrekken van jongeren	Nee
	Werk aan de Kade	Vinden & binden, talenten, vergroten kansen arbeidsmarkt	1b. Moeilijk bereikbare jongeren	Nee

Colofon.

Jaar van uitgave
2022

Tekst
Floor Bevaart en Eva Klooster van Klooster Onderzoek en Advies
in opdracht van gemeente Rotterdam, Cluster Maatschappelijke
Ontwikkeling, afdeling Jeugd

Vormgeving
Tappan

Fotografie
Rhalda Jansen Fotografie

www.rotterdam.nl

Gemeente
Rotterdam