

Outreachend CJG in Hengelo

Onderzoek naar de wensen en behoeften
van jongeren en ouders om
het Centrum voor Jeugd en Gezin
kwalitatief beter te laten functioneren en de
betrokkenheid onder de doelgroep te vergroten

auteurs:

Jody Bauer
Geeske Strating

met medewerking van:

Kitty Jurrius
Adimka Uzozie
Diana Neijboer
Thalia Verwoert
Marlies Bouwman

opdrachtgever:

Gemeente Hengelo

publicatienummer: 183

© **Stichting Alexander**

Amsterdam, april 2010

ISBN 978-90-8903-015-3

Outreachend CJG in Hengelo – Stichting Alexander©2010

Inleiding

Veel gemeenten in Nederland zijn bezig met het vormgeven van een Centrum voor Jeugd en Gezin (CJG). Vele centra zijn al operationeel, andere bevinden zich nog in de opbouwfase. De gemeente Hengelo wil haar werk goed doen: Vóór, door en met de inwoners van Hengelo. Zodoende heeft de gemeente Hengelo de afgelopen jaren een actief beleid gevoerd om tot een goede lokale invulling van het concept te komen. Er bestaat reeds een CJG. Evenwel ontwikkelt de gemeente aanvullende interventies om het CJG kwalitatief beter te laten functioneren, qua aanbod en qua aansluiting op de wensen en behoeften van jongeren en ouders. Derhalve is de gemeente onlangs gestart met het concept “Loes”, een regionale campagne om ouders te bereiken. Ook komt er volgend jaar mogelijk een communicatiecampagne specifiek gericht op jongeren.

Echter, er zijn momenteel vragen omtrent de werkelijke wensen en behoeften van jongeren en ouders met betrekking tot het CJG. Er is namelijk al een fysiek inlooppunt ingericht, waar nog weinig gebruik van gemaakt wordt. Professionals en de gemeente willen daarom op zoek naar toegankelijke, aantrekkelijke alternatieven en/ of aanvullingen op een inlooppunt.

Bovendien is er behoefte aan een meer structurele vorm van betrokkenheid van jongeren en ouders. De betrokken professionals worden zich er steeds meer van bewust dat zij het CJG samen vormen en dit verdient aankomende tijd blijvende aandacht en dient gestimuleerd te worden.

Onderzoek en outreachend werken

Dientengevolge heeft de gemeente Hengelo Stichting Alexander gevraagd om een onderzoek te doen naar de wensen en behoeften van ouders en jongeren met betrekking tot het CJG. Stichting Alexander is een landelijk instituut voor jongerenparticipatie en actiegericht jongerenonderzoek (zie www.st-alexander.nl) en heeft de afgelopen tijd in meerdere gemeenten in Nederland een behoeftenonderzoek voor CJG's uitgevoerd onder jongeren en ouders. Daarnaast is Stichting Alexander gevraagd om, parallel aan het behoeftenonderzoek, een werkgroep van CJG-medewerkers te begeleiden bij de ontwikkeling van innovatieve en outreachende methoden voor het CJG om de doelgroep beter te kunnen bedienen.

In deze rapportage worden enerzijds de resultaten van het onderzoek uiteengezet, anderzijds worden de outreachende werkwijzen die samen met de medewerkers van het CJG ontwikkeld zijn beschreven.

Leeswijzer

De rapportage is verdeeld in de volgende hoofdstukken:

Hoofdstuk 1 bevat een beschrijving van de opzet en uitvoering van het project. De onderzoeksvragen, onderzoeksmethode en doelgroepen worden hierin beschreven.

Hoofdstuk 2 beschrijft de resultaten van het onderzoek. Hierin wordt een onderscheid gemaakt tussen de uitkomsten voor ouders en voor jongeren.

In Hoofdstuk 3 komen de uitkomsten van de bijeenkomst van de CJG-medewerkers over de outreachende activiteiten aan de orde.

Het rapport wordt afgesloten met hoofdstuk 4, waarin de conclusies en aanbevelingen gepresenteerd worden.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	5
1. Opzet en uitvoering.....	11
1.1 Probleemstelling en onderzoeksmethoden	11
1.1.1 Doelstelling en werkwijze	11
1.1.2 Centrale onderzoeksvragen	12
1.1.3 Onderzoeksmethode	12
1.1.4 Panelgesprekken	12
1.1.5 Straatinterviews	13
1.2 Uitvoering.....	14
1.2.1 Werving.....	14
1.2.2 Respondenten	14
1.2.3 Analyse	16
2. Resultaten	18
2.1 Huidige situatie en huidig aanbod	18
2.1.1 Ouders	19
2.1.2 Jongeren.....	21
2.2 Bekendheid met het CJG/LOES en associaties.....	23
2.2.1 Ouders	23
2.2.2 Jongeren.....	24
2.3 Wensen en behoeften ten aanzien van het CJG.....	25
2.3.1 Ouders	25
2.3.2 Jongeren.....	27
2.4 Gewenst imago	28
2.4.1 Ouders	28
2.4.2 Jongeren.....	29
2.5 Contact met het CJG.....	30
2.6 Bejegening medewerkers.....	31
2.6.1 Ouders	31
2.6.2 Jongeren.....	32

2.7 Locatie en bereikbaarheid	33
2.7.1 Ouders	33
2.7.2 Jongeren.....	34
2.8 Website.....	35
2.8.1 Ouders	35
2.8.2 Jongeren.....	35
2.9 Publiciteit en naamsbekendheid	37
2.9.1 Ouders	37
2.9.2 Jongeren.....	38
2.10 Betrokkenheid met het CJG.....	40
2.10.1 Ouders	40
2.10.2 Jongeren.....	41
3. Outreachende activiteiten	43
3.1 Opvoedspreekuur.....	43
3.2 Opvoedwinkel	43
3.3 Nieuwe Nederlanders	44
3.4 Voorlichting aan jongeren	44
4. Conclusies en aanbevelingen	45
4.1 Investeer in de naamsbekendheid.....	45
4.2 Laagdrempelig/toegankelijk voor alle doelgroepen.....	46
4.3 Inrichten voor de verschillende doelgroepen.....	46
4.4 Zorg voor deskundige en betrokken medewerkers	47
4.5 Zoek de jongeren en de ouders op	47
4.6 Betrek jongeren en ouders bij het vervolg.....	48
4.7 Ten slotte	48
Bijlage 1: Stichting Alexander in een notendop.....	49
Bijlage 2: Overzicht publicaties Stichting Alexander over het CJG	51

1. Opzet en uitvoering

In dit hoofdstuk worden de opzet en de uitvoering van het onderzoek beschreven. Ook worden de voorbereiding en uitvoering van de uitwisseling tussen deelnemers aan het onderzoek, leden van de projectgroep en de gemeente beschreven.

1.1 Probleemstelling en onderzoeksmethoden

1.1.1 Doelstelling en werkwijze

De gemeente Hengelo wil de mening en ervaringen van de toekomstige gebruikers en dienstverleners van het CJG Hengelo peilen voor de verdere ontwikkeling en invulling van het CJG/ LOES en met name de outreachende aanpak. Een tweede doel was zicht krijgen op de wijze waarop de doelgroep meer betrokken kan raken bij het CJG. Door de toekomstige gebruikers en professionals te consulteren zal het aanbod beter aansluiten bij de wensen en de behoeften van de doelgroep.

De raadpleging bestaat uit twee onderdelen:

- Raadpleging van jongeren en ouders middels panels over hun wensen en behoeften ten aanzien van het CJG;
- Het organiseren van een bijeenkomst met professionals ten einde ideeën op te doen voor de ontwikkeling van nieuwe, aantrekkelijke en outreachende werkwijzen voor het bereiken van de doelgroepen. De aandacht gaat hier in het bijzonder uit naar alle ouders en jongeren.

1.1.2 Centrale onderzoeksvragen

De gemeente Hengelo wil inzicht krijgen in de wensen en behoeften van jongeren en ouders ten aanzien van het CJG om deze kwalitatief beter te laten functioneren. Deze vraagstelling valt uiteen in de volgende onderzoeksvragen:

- *Hoe ervaren ouders en jongeren het huidige aanbod in Hengelo?*
- *Welke behoeften hebben ouders en jongeren met betrekking tot een CJG in Hengelo?*
- *Op welke wijze kunnen/willen zij door het CJG worden bereikt?*
- *Op welke wijze zouden zij incidenteel/structureel bij het CJG betrokken willen zijn?*
- *Zijn er verschillen in behoeften/ ideeën/ werkwijzen tussen autochtone en allochtone cliënten?*

1.1.3 Onderzoeksmethode

Om een goed inzicht te verkrijgen in de perspectieven van jongeren en ouders op het huidige aanbod en de wensen voor het CJG, heeft Stichting Alexander een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Er is gekozen voor een kwalitatieve benadering, omdat het respondenten de ruimte biedt vanuit hun eigen denkkader mede richting te geven aan de loop van raadplegingen. Hiermee wordt een beeld gecreëerd van de materie vanuit het perspectief van de doelgroepen zelf. De volgende werkwijzen zijn voor de raadplegingen gebruikt.

1.1.4 Panelgesprekken

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van het panelgesprek als methode voor het verzamelen van informatie. Het voeren van panelgesprekken is een dynamische manier om groepen deelnemers

Outreaching CJG in Hengelo – Stichting Alexander©2010

te spreken. Tijdens een panelgesprek gaan deelnemers met elkaar in gesprek over door Stichting Alexander aangedragen onderwerpen.

Het panelgesprek is bedoeld om deelnemers interactief – met de onderzoeker, medewerkers van het CJG/gemeente en met elkaar – aan het woord te laten over zaken die voor hen belangrijk zijn. Dit levert informatie op over hun leefwereld, wensen, ideeën, kritiek en tegenstrijdigheden daarin. Deelnemers worden gestimuleerd om ervaringen uit te wisselen (op elkaars mening te reageren) en van elkaar te leren.

1.1.5 Straatinterviews

Aanvullend op de panelgesprekken zijn straatinterviews gevoerd. In verschillende teams zijn projectmedewerkers van Stichting Alexander en een stagiair van de gemeente Hengelo op vijf verschillende dagen op pad gegaan om jongeren en ouders ter plekke te ondervragen. De teams zijn onder andere in het stadscentrum en de Openbare Bibliotheek geweest. Het voeren van straatinterviews biedt de gelegenheid ook jongeren en ouders te spreken die niet makkelijk te bewegen zijn deel te nemen aan een georganiseerd panelgesprek.

1.2 Uitvoering

In de maanden december 2009 tot en met februari 2010 heeft Stichting Alexander het onderzoek conform de hierboven beschreven doelstelling, vraagstelling en onderzoeksmethode uitgevoerd.

1.2.1 Werving

De gemeente Hengelo heeft de werving voor de panelgesprekken met ouders en jongeren op zich genomen. De geworven jongeren zijn jongeren die regelmatig in een jongerencentrum vertoeven. Drie panelgesprekken zijn gevoerd met ouders die deelnemen aan een wijkgebonden klankbordgroep van de Brede School in Hengelo. Eén panel bestond uit allochtone ouders die verbonden zijn aan de Syrisch-Orthodoxe kerk en er is één panelgesprek gevoerd met ouders die verbonden zijn aan de klankbordgroep Ouders en Onderwijs Twente.

1.2.2 Respondenten

Het resultaat van het wervingsproces is dat er in totaal zes panelgesprekken (n=47) gehouden zijn en 85 straatinterviews, wat resulteert in een totale onderzoeksdoelgroep van 132 respondenten. De deelnemers behoren tot de eerder genoemde doelgroepen, te weten jongeren, ouders en allochtone ouders.

Panels

Datum	Doelgroep	Aantal respondenten (n=47)
17-01-2010	Allochtone ouders	9
21-01-2010	Ouders (Klankbordgroep Hengelose Es)	3
25-01-2010	Ouders (Klankbordgroep Brede School)	5
3-02-2010	Jongeren	8
4-02-2010	Ouders (Wijkcentrum Hengelose Es)	6
4-03-2010	Jongeren	16

Straatinterviews

Datum	Doelgroep	Aantal respondenten (n=85)
09-12-2009	Ouders	7
	Jongeren	9
16-12-2009	Jongeren	40
13-01-2010	Ouders	14
16-02-2010	Ouders	10
22-02-2010	Ouders	5

Jongeren

- Er zijn in totaal 73 jongeren gesproken: 38 meisjes, 35 jongens.
- De jongeren varieerden in leeftijd van tot 12 tot en met 25 jaar.

Ouders

- 59 ouders hebben deelgenomen aan het onderzoek: 50 moeders en 9 vaders.
- Zij hebben kinderen in de leeftijd van 2 tot en met 28 jaar.
- Het eerste panel op 17 januari 2010 was uitsluitend met allochtone moeders.

Professionals

Tot slot hebben zeven professionals een drietal panelgesprekken bijgewoond. De professionals zijn werkzaam bij de gemeente Hengelo, een communicatiebureau (ontwikkelaar van de LOES campagne), welzijnsorganisatie SCALA en het CJG.

1.2.3 Analyse

Om de gesprekken te kunnen uitvoeren, heeft Stichting Alexander de centrale vraagstelling uitgewerkt in gespreksleidraden voor de panels (één voor de jongeren en één voor de ouders) en een itemlijst voor de straatinterviews. In deze leidraden zijn de vier hoofdvragen van het onderzoek verder opgesplitst in thema's en deelvragen. De opgenomen vragen zijn hoofdzakelijk open vragen, overeenkomstig het doel van een kwalitatief onderzoek: inzicht te krijgen in de dieperliggende behoeften, drijfveren en attitude van de doelgroep ten aanzien van het CJG. Aan de hand van deze gespreksleidraden zijn de panelgesprekken gevoerd. De gesprekken zijn opgenomen op een digitale recorder en later in schriftelijke panelverslagen (letterlijk) uitgewerkt. Van de straatinterviews zijn door een notulist ter plekke aantekeningen gemaakt en deze zijn later uitgewerkt.

Na de schriftelijke uitwerking van de panelgesprekken en interviews, zijn de resultaten geanalyseerd. Hierbij is als volgt te werk gegaan. Per doelgroep – jongeren en ouders – zijn alle verzamelde data per raadpleging grondig gelezen. Hierbij is gezocht naar thema's die er volgens de respectievelijke doelgroepen toe doen; thema's die vaker naar voren kwamen, maar ook opvallendheden, werden als van belang aangemerkt. Nadat de onderzoeksdata op deze wijze zijn gesorteerd, hebben de onderzoekers de belangrijkste uitspraken op hun inhoud en onderlinge verhouding – dat wil zeggen op de verhouding tussen de uitspraken van verschillende (groepen) deelnemers – geanalyseerd. De uitkomsten uit de panels en straatinterviews zijn per doelgroep beschreven in hoofdstuk 2.

2. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten uit de panelgesprekken en straatinterviews beschreven. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen de ideeën en wensen van jongeren enerzijds en van ouders anderzijds. Binnen de groep ouders is soms een extra toelichting gegeven over de perceptie van allochtone ouders wanneer dit van toegevoegde waarde werd geacht door de onderzoekers. Het hoofdstuk is opgebouwd aan de hand van verschillende thema's die bij de doelgroepen opkwamen tijdens de gesprekken. Citaten van ouders en jongeren worden cursief weergegeven.

2.1 Huidige situatie en huidig aanbod

In het algemeen vinden zowel jongeren als ouders dat men in Hengelo op verschillende plaatsen terecht kan als men een probleem heeft. Indien men geen tot weinig problemen heeft, is men echter niet goed op de hoogte van het huidige aanbod. Daarnaast vindt men het aanbod onoverzichtelijk en moeten drempels overwonnen worden om naar een instantie toe te stappen.

Zijn er voldoende plekken in Hengelo waar jongeren/ouders met een vraag of een probleem terecht kunnen?

straatinterviews	<i>Ouders (n=36)</i>	<i>Jongeren (n=49)</i>
<i>JA</i>	47%	50%
<i>NEE</i>	6%	37%
<i>Weet niet</i>	47%	13%

Is er voldoende informatie en advies beschikbaar voor jongeren/ ouders in Hengelo als het gaat om vragen en problemen met betrekking tot opgroeien/opvoeden?

straatinterviews	<i>Ouders (n=36)</i>	<i>Jongeren (n=49)</i>
<i>JA</i>	50%	65%
<i>NEE</i>	9%	4%
<i>Weet niet</i>	41%	31%

2.1.1 Ouders

Ouders staan niet altijd stil bij de vraag waar zij met problemen over de opvoeding van hun kinderen terecht kunnen. Indien men geen noemenswaardige problemen heeft, is men beperkt op de hoogte van het aanbod van instanties in Hengelo.

Desalniettemin heeft men met betrekking tot de opvoeding van kinderen wel verschillende vragen. Deze vragen schaaft men niet onder de noemer 'problemen'. De vragen zijn zeer uiteenlopend en richten zich zowel op de ontwikkeling van het kind op zich als op opvoedingsvraagstukken. Een aantal voorbeelden zijn: of het kind goed groeit ten opzichte van leeftijdsgenoten, over het eetpatroon van hun kind, hoe om te gaan met drukke kinderen, wat te doen in de peuterpuberteit, problemen op school zoals een kind dat gepest wordt, hoe om te gaan met pubers die willen uitgaan en die brutaal zijn.

De ouders zijn opzoek naar antwoorden ter geruststelling. Indien ze het niet direct zelf kunnen oplossen, raadplegen ze verschillende bronnen voor deze opvoedvragen:

- het internet: anoniem en gemakkelijk
- eigen netwerk: familieleden, vrienden en relaties op het werk. *Je vraagt het aan mensen die je kent en dan ga je echt in je netwerk kijken, want ik heb zo'n breed netwerk opgebouwd. Wie werkt waar en wie kan ik wat vragen.*
- de huisarts
- verschillende instanties zoals het consultatiebureau, peuterspeelzaal, school, MEE, Steunpunt Informele Zorg, GGD, Bureau Jeugdzorg, GGZ instellingen, Mediant.

De voorkeur om één van deze bronnen te raadplegen is persoonsafhankelijk en afhankelijk van het type vraag. Sommige ouders hebben voorkeur voor advies van mensen uit de persoonlijke omgeving en anderen willen juist anoniem geholpen kunnen worden en deskundig advies inwinnen.

Als moeder ga je ook wel vaak twijfelen of je het wel goed doet. Iedereen wil het beste voor zijn kind. Een deskundige is soms een fijne bevestiging.

Er zijn ook ouders, voornamelijk allochtone ouders, die voor hun gevoel met hun vragen moeilijk ergens terecht kunnen. Ze zijn niet bekend op het internet en de drempel tot hulp vragen is voor hen erg hoog, zowel aan bekenden (men schaamt zich voor de situatie) als aan professionals (het is niet vertrouwd en onbekend). Voor allochtone ouders is daarom de huisarts vaak het eerste en enige aanspreekpunt. Ze weten dat de huisarts vertrouwelijk met de informatie omgaat.

Wij hebben een hele dichte gemeenschap. Wij komen niet bij andere instanties en brengen onze problemen niet naar buiten.

Er zijn uiteindelijk veel instanties genoemd waar men terecht kan, maar ouders hebben moeite om de juiste weg te vinden. Indien men niet in de welzijnssector werkzaam is, geven zij aan dat ze soms door de bomen het bos niet meer zien. De ouders wil weten waar zij voor welke vraagstukken terecht kunnen en er is behoefte aan een overkoepelend orgaan.

Je moet zoveel zelf uitzoeken ook wat er beschikbaar is. ...je moet toevallig van iemand horen welke middelen er beschikbaar zijn en volgens mij is dat niet gebundeld, dat soort kennis en informatie.

Ik denk dat het beter is als er meer dingen onder één dak vallen, dat ze zeggen: daar kan je heen.

Kijk nu weet ik de weg wel, omdat ik er in zit. Maar als je er niet in zit. Ja zelfs nu, het is toch lastig te vinden. (Moeder: 40 jaar, psychiatrische verpleegkundige)

2.1.2 Jongeren

Volgens de Hengelose jongeren is er voldoende informatie en advies beschikbaar als het gaat om vragen en problemen met betrekking tot opgroeien. Ze geven aan dat internet hiervoor een belangrijke bron van informatie is. Zelf hebben de jongeren weinig concrete vragen over hun opvoeding en zien zij weinig problemen. Wel kunnen zij zich voorstellen dat jongeren kunnen kampen met problemen en vragen hebben omtrent hun opvoeding. Er worden verschillende onderwerpen genoemd: vragen met betrekking tot je geaardheid (homo/lesbo zijn), gepest worden, problemen op school (vastlopen met de studie), ruzie (vechtpartijen), ongepland/jong zwanger worden, het hebben van weinig sociale contacten, moeilijk kunnen communiceren met leeftijdsgenoten en ouders, en in het algemeen zaken die uit de hand kunnen lopen.

De jongeren hebben het gevoel dat er voldoende plekken in Hengelo zijn waar ze voor informatie over deze onderwerpen terecht kunnen. Jongeren zouden voor het achterhalen van bovenstaande vragen nagenoeg dezelfde bronnen als ouders raadplegen:

- het internet
- eigen netwerk: familieleden, vrienden en relaties op school (leraar, mentor, vertrouwenspersoon), jongerenwerkers van het jongerencentrum
- de huisarts
- verschillende instanties zoals Carint, de Kindertelefoon, Radar, SCALA jongerenwerk, jongerencentrum Cerberus, Mediant, Bureau Jeugdzorg, Humanitas en Donna.

Voor jongeren is de stap in vergelijking met ouders nog groter om naar een instantie toe te stappen. Men wil niet bestempeld worden als 'probleemgeval'. Er heerst dan een gevoel van schaamte.

Je stapt niet snel naar een instantie... Als je weet dat er meer mensen zijn met hetzelfde probleem als jij, dan zou je er opener voor staan.

Er zijn ook jongeren die niet goed weten bij welke instanties ze terecht zouden kunnen als ze vragen of problemen hebben over opgroeien, omdat ze er gewoonweg (nog) niet mee te maken gehad hebben.

Als ik hoor van iemand die problemen heeft, dan gaan ze daarover met een vriend praten. Ik hoor eigenlijk helemaal niet vaak van je moet daar en daarheen..

2.2 Bekendheid met het CJG/LOES en associaties

De jongeren in Hengelo zijn nog niet bekend met het CJG. Ook de ouders zijn nauwelijks op de hoogte van de twee fysieke inlooppunten van het CJG. Daarentegen blijkt LOES door media aandacht beter bekend te zijn.

Heeft men wel eens van het CJG gehoord?

straatinterviews	<i>Ouders (n=21)</i>	<i>Jongeren (n=49)</i>
<i>JA</i>	24%	2%
<i>NEE</i>	76%	98%

Heeft men wel eens van LOES gehoord?

straatinterviews	<i>Ouders (n=15)</i>
<i>JA</i>	74%
<i>NEE</i>	26%

2.2.1 Ouders

Ouders hebben nog geen concreet beeld van wat het CJG doet. De eerste reactie die het bij de ouders oproept is dat zij denken dat het CJG bedoeld is voor mensen die ernstige problemen hebben met hun kinderen. Andere associaties die het CJG oproept zijn: centrale plek voor ouders, opvoedingsondersteuning, verlengde van het consultatiebureau, één loket, mensen wegwijs maken in verschillende organisaties, breed georiënteerd, vraagbaak rondom financiën, indicatiestelling en vervolgstappen, cursus voor opvoeden.

Maar daarnaast roept het CJG voornamelijk veel vragen op. Er heerst momenteel onduidelijkheid over de invulling ervan: bijvoorbeeld of het CJG een onafhankelijke organisatie is, hoe het bereikbaar is en wat het CJG doet.

Het CJG is te pril denk ik voor ouders om het al duidelijk op het netvlies te hebben, van goh als ik problemen heb dan ga ik daar naartoe.

Wat betreft LOES hebben de ouders dezelfde vragen. Ze zijn geïnformeerd over LOES door huis-aan-huisbladen, folders en aanplakborden.

De allochtone ouders hebben tot op heden geen connectie met het CJG of LOES. Ze geven aan dat allochtone vrouwen niet 'zomaar' naar een CJG toe zullen gaan uit schaamte, angst, onbekendheid of omdat ze niet weten met wie ze daar te maken krijgen.

2.2.2 Jongeren

Aangezien jongeren nog minder bekend zijn met het CJG dan de ouders, vinden zij het lastig om vrijuit te associëren over het CJG. Zij geven eerder aan wat ze op dit moment verwachten: het gaat om hoe het thuis gaat met jongeren, de leefomgeving en buurt, wat jongeren belangrijk vinden, een plek voor vragen van ouders, een plek waar je heen kan met problemen, een ontmoetingsplek voor jongeren, om overlast van jongeren tegen te gaan/ verhelpen/ voorkomen.

Net als bij de ouders roept de onbekendheid met het CJG vragen op, bijvoorbeeld of het een vaste plek of een organisatie is. Omdat zij nog onbekend zijn met het CJG zullen jongeren niet snel zelf het initiatief nemen om contact te leggen met het CJG.

2.3 Wensen en behoeften ten aanzien van het CJG

2.3.1 Ouders

Ouders hopen dat het CJG/LOES een laagdrempelig aanspreekpunt wordt waar zij, net zoals op het consultatiebureau, regelmatig terecht kunnen met hun vragen over de opvoeding. Sommige ouders formuleerden dat heel kort en krachtig:

Ik wil antwoord op mijn vraag of ik wil het probleem opgelost hebben.

Ik mis gewoon een wereld om me heen, die zegt kom maar hier, want hier hebben we alles waar jij om vraagt.

Naast het beantwoorden van concrete vragen van ouders wordt het geapprecieerd als het CJG/LOES ook een actieve rol gaat spelen om opvoedproblemen te voorkomen. Bijvoorbeeld door middel van het geven van informatie, advies/tips, cursussen en het ondersteunen en begeleiden van ouders. De ouders hebben wat betreft de pro-actieve rol van het CJG/LOES de volgende verwachtingen:

- De informatie dient overzichtelijk gepresenteerd te worden, bijvoorbeeld per thema of leeftijdscategorie van de kinderen
- Men verwacht neutraal en objectief advies van deskundige medewerkers. Het advies dient de ouders concrete handvatten te geven waar men direct mee aan de slag kan: *Veel ouders willen gewoon praktisch weten hoe het zit. Wat zijn de grenzen en structuur. Wat moet ik doen als mijn kind iets doet en wat zijn vervolgens de consequenties?*
- De cursussen dienen aan te sluiten op relevante thema's voor ouders

- Naast advies is in sommige gevallen ondersteuning en begeleiding ook wenselijk
- Het CJG/LOES dient breed georiënteerd te zijn en samen te werken met andere instanties. Het CJG/LOES kan gebruik maken van haar netwerk en zo de ouders eventueel doorverwijzen naar de juiste instanties. Ouders willen niet van het kastje naar de muur gestuurd worden. Het CJG/LOES dient een loket te zijn dat kan monitoren en overige instanties kan informeren voordat de ouders daarmee in gesprek gaan.
- Nazorg wordt gewaardeerd. *Dat het CJG dan toch nog een keer opbelt van goh, is het probleem opgelost of kan ik je toch nog helpen. Want dan blijft het positief, ze hebben toch wel aan ons gedacht.*

In alle gevallen dient het CJG/LOES in de communicatie met de ouders begrip te tonen voor de situatie. Professionals moeten luisteren en bereidwillig zijn om de ouders te helpen. Vanuit het CJG/LOES moet de professional de ruimte krijgen om mee te denken met de vraag van de ouder.

Uiteindelijk moet het CJG/LOES een bekend adres worden waarvan niet alleen alle ouders, maar ook scholen, huisartsen, peuterspeelzalen en kinderopvang weten dat het er is en voor welke vragen je er terecht kan.

De wens van allochtone ouders is vooral dat het CJG/LOES algemene voorlichting geeft over opvoedingsvraagstukken en niet per se op specifieke vragen/problemen van de ouders ingaat. Zij geven aan te hechten aan hun privacy.

2.3.2 Jongeren

Jongeren zien het CJG voor zich als een combinatie van hulp & advies en vermaak. Enerzijds willen ze er binnen kunnen lopen voor een informeel praatje, anderzijds wensen de jongeren ook advies te kunnen vragen aan professionele krachten. Deze combinatie is essentieel om ervoor te zorgen dat jongeren naar het CJG toestappen voor hulp en advies. De belangrijkste wensen op rij ten aanzien van hulp en advies zijn:

- Jongeren willen serieus genomen worden. Zij vinden het voornamelijk belangrijk dat ze bij het CJG hun verhaal kwijt kunnen, zonder dat er geoordeeld wordt.
- Het CJG dient jongeren wegwijs te maken. De meeste jongeren zitten zelf niet te wachten om met vervolginstanties in gesprek te gaan. Indien noodzakelijk dient het CJG de jongeren te begeleiden en door te verwijzen naar de juiste instanties. *Ze moeten een duwtje in de juiste richting geven.*
- Het advies moet niet te zwaar en psychologisch zijn, maar ook niet amateuristisch.
- Men wil er zonder afspraak terecht kunnen om het patiënt gevoel te vermijden. Het contact moet persoonlijk zijn. *Je mag niet het gevoel hebben dat je een nummertje bent.*
- Het CJG dient te kunnen bemiddelen bij conflicten, bijvoorbeeld als jongeren overlast veroorzaken.
- Er mogen geen kosten aan verbonden zitten.

Overige wensen en behoeften ten aanzien van het imago, de locatie, medewerkers en publiciteit komen later ter sprake.

2.4 Gewenst imago

2.4.1 Ouders

Het imago is van groot belang voor het succes van het CJG/LOES. Het is belangrijk dat het CJG/LOES voor alle ouders toegankelijk en laagdrempelig is. Dit betekent dat het CJG/LOES een neutraal karakter moet hebben. De ouders willen geen gêne voelen om bij het CJG/LOES aan te kloppen of binnen te stappen. In de communicatie naar buiten toe dient het CJG/LOES duidelijk te maken dat het CJG/LOES er niet alleen is indien men problemen heeft (curatief), maar dat men er ook terecht kan voor informatie en advies (preventief). Hulp vragen bij opvoedingszaken zit nog in de taboesfeer.

Het taboe moet worden opgeheven. Er ligt altijd een stempel op als je bij dergelijke organisaties aanklopt.

Het CJG/LOES moet het vertrouwen wekken dat het een instantie is die het beste met de ouders voor heeft en doet inzien dat men niet de enige is die hulp of advies nodig heeft. Ouders hebben erkenning nodig, dat zij niet de enige zijn met vragen en/of problemen.

We hebben met zijn allen ook zo'n beeld gecreëerd dat als het niet goed gaat met de kinderen dan ligt dat in de opvoeding. Terwijl denk ik iedereen daarmee zit, dat is het punt.

Naast de toegankelijkheid en laagdrempeligheid vinden ouders het belangrijk dat het CJG/LOES niet betuttelend of neerbuigend, maar wel objectief, deskundig, betrouwbaar en vriendelijk overkomt.

Voor de allochtone ouders is het voornamelijk van belang dat het CJG/LOES een neutrale instantie is die niet direct bekend staat om de hulp aan ouders met opvoedproblemen. Het is voor allochtone ouders een grote drempel om naar een instantie als het CJG/LOES toe te stappen. Het imago moet daarom vrijblijvend en laagdrempelig zijn.

2.4.2 Jongeren

Ook voor jongeren is het belangrijk dat het CJG een neutraal karakter heeft. Het moet laagdrempelig zijn en er moet een goede sfeer heersen. Het CJG moet in de publiciteit daarom niet te veel de aandacht leggen op problemen van jongeren. Dan komen ze niet, omdat de drempel om toe te geven dat ze een probleem hebben te hoog is. Er mag daarom geen zwaar stigma op het CJG rusten.

Wat toch ook belangrijk is, is dat het niet alleen voor zware gevallen is, want dan durf je niet snel naar binnen... Dat je er gewoon even heen kan, dat er helemaal niets aan de hand is, maar om gewoon alleen even te praten met mensen.

Andere aspecten die jongeren belangrijk vinden voor de uitstraling van het CJG zijn: betrouwbaar, deskundig, toegankelijk, vrijblijvend en gezellig.

Nu heeft men het gevoel dat het CJG zich voornamelijk op ouders richt. Daarom moet er duidelijk gemaakt worden dat het CJG zich ook op jongeren richt.

2.5 Contact met het CJG

Hoe kunnen ouders/jongeren die vragen of problemen hebben het beste/makkelijkste met het CJG in contact komen?

Straatinterviews	Ouders (n=36)	Jongeren (n=49)
<i>Bellen</i>	24%	12%
<i>Langs gaan (Inloopspreekuur)</i>	18%	26%
<i>Internet (CJG-website)</i>	40%	58%
<i>Via school, creche, peuterspeelzaal (CJG medewerker houdt daar spreekuur)</i>	18%	4%

Meerdere antwoorden mogelijk

Jongeren en ouders wensen op verschillende manieren contact te leggen met het CJG.

Voor zowel ouders als jongeren is het belangrijk dat men persoonlijk contact op kan nemen met het CJG (langsgaan en bellen) alsook informatie kan vinden op het internet. Internet is een makkelijke eerste stap, waarna indien nodig persoonlijk contact kan volgen.

Je gaat vaak eerst op internet kijken, van goh, waar kan ik terecht en wat is eigenlijk het beste voor mij... maar ik denk dat je wel degelijk ook een plek moet hebben waar je naar toe kan (Jongen, 15 jaar)

Als basis kun je digitaal beginnen en dan kun je later wel zeggen van oké wij maken eens een afspraak (moeder, 41 jaar)

2.6 Bejegening medewerkers

2.6.1 Ouders

Het eerste persoonlijke contact met de CJG medewerkers moet de ouders een goed gevoel geven.

Het is zo belangrijk dat iemand een gevoel krijgt, ik ben hier goed en hier krijg ik antwoord op mijn vragen.

De medewerkers dienen enerzijds deskundig te zijn en anderzijds vertrouwen te wekken. Het uitgangspunt is dat de medewerkers van het CJG/LOES er bewust van moeten zijn dat ze samen met de ouders naar een oplossing zoeken. De ouder moet het gevoel krijgen dat hij/zij gehoord wordt en dat de medewerker de ouders wegwijs kan maken. Vertrouwen wordt gewekt door objectief naar de situatie te kijken. De ouders willen in ieder geval niet behandeld worden als een probleemgeval. Bij langere trajecten wordt een vast contactpersoon geapprecieerd, die ook kan samenwerken met andere instanties.

Dan geloof ik wel dat ouders zich kwetsbaar opstellen en dan met een medewerker samen het pad willen bewandelen.

Zonder oordeel, zonder vooroordelen, gewoon objectief.

Vertrouwen in de CJG medewerker is voor de allochtone ouders het belangrijkste. De allochtone ouders geven aan dat zij het liefst met medewerkers spreken waarmee ze bekend zijn, bijvoorbeeld met CJG medewerkers die op bezoek geweest zijn bij de kerk of de vereniging waarin men participeert. Het slecht beheersen van de Nederlandse taal kan een belemmering zijn om een gesprek aan te knopen. Het wordt daarom gewaardeerd als er ook medewerkers van allochtone afkomst aanwezig zijn.

2.6.2 Jongeren

Jongeren stellen veel eisen aan de medewerkers die werkzaam zijn bij het CJG. Van medewerkers verwachten de jongeren dat ze zich informeel en gemoedelijk gedragen. Ze moeten betrouwbaar, vriendelijk en 'relaxt' zijn. De CJG medewerkers dienen de jongeren serieus te nemen en goed naar de jongeren te luisteren. Ze moeten zich in de jongeren kunnen verplaatsen. Dit betekent dat de jongeren het liefst niet al te oude medewerkers in het CJG zien, maar die zelf ook een en ander hebben meegemaakt: 'ervaringsdeskundige'. Het type 'jongerenwerker' sluit goed aan op de behoeften van deze doelgroep.

Graag zonder pak en een stropdas.. en niet te oud anders begrijpen ze de meeste dingen weer niet.

Goed geselecteerde deskundigen, niet van die mensen die een halve psycholoog zijn en een beetje beginnen te mekkeren tegen je wat goed en slecht is, want daar heb je nou net geen behoefte aan.

Om vertrouwen te wekken vinden jongeren het belangrijk om door dezelfde persoon geholpen te worden. Daardoor kunnen ze een band met diegene opbouwen. De jongeren zien dit voor zich in de vorm van een soort mentor. Wanneer dit niet (altijd) mogelijk is, is het van belang dat de medewerkers onderling goed contact met elkaar hebben. Jongeren zitten er niet op te wachten om steeds opnieuw hun verhaal te doen. Uiteraard dienen de medewerkers deskundig te zijn. Jongeren willen het liefst niet doorverwezen worden naar andere instanties. Indien dit onvermijdelijk is dan moeten de CJG medewerkers goed samen werken met andere instanties en moet er een goede overdracht plaats vinden. Anonimiteit hierbij is erg belangrijk en de ouders mogen zonder toestemming van de jongeren niet benaderd worden.

2.7 Locatie en bereikbaarheid

2.7.1 Ouders

Ondanks dat vele ouders nog niet bekend zijn met de fysieke inlooppunten van het CJG/LOES in Hengelo is een dergelijke plek wel wenselijk.

Voor de toegankelijkheid moet er één loket, één gebouw zijn. Alle mensen moeten daar binnen kunnen komen en daar wordt alles geregeld.

Men wil dus een (of meerdere) vaste plek(ken) in de gemeente waar men tijdens vaste openingstijden (kantoortijden) terecht kan. Het CJG/LOES dient ook enkele avonden in de week bereikbaar te zijn voor werkende vaders en moeders. De meningen lopen uiteen over de plek waar het CJG/LOES gevestigd moet zijn.

- Enerzijds moet de plek centraal liggen en kan het eventueel gekoppeld worden aan bestaande faciliteiten zoals een school of een consultatiebureau. *Ik denk juist in die wijken waar je ze moeilijk kan bereiken en je zou in een school kunnen gaan zitten waar alle voorzieningen al bij de hand zijn. Ik denk dat dat een goede aanpak is.*
- Anderzijds geeft men aan dat het niet uitmaakt waar het CJG/LOES gevestigd is als het gebouw maar niet te transparant is, zodat anonimiteit gewaarborgd blijft.

De medewerkers van het CJG/LOES dienen naast face-to-face contact in het fysieke inlooppunt ook aanvullend telefonisch bereikbaar te zijn.

2.7.2 Jongeren

Ook jongeren hebben behoefte aan een fysiek inlooppunt speciaal op hun gericht. Er mogen meerdere gebouwen zijn, waarvan in ieder geval één in het centrum. De CJG locatie hoeft in principe niet gekoppeld te worden aan bestaande instanties zoals bijvoorbeeld een jongeren centrum, want daar heeft men al jongerenwerkers waarmee men kan praten. Wel dient de locatie toegankelijk te zijn en wordt de drempel om het CJG te bezoeken kleiner als de plek afgestemd wordt op jongeren. Het dient een gezellige plek te zijn die er uit ziet als een jongerenontmoetingsruimte/hangplek. Jongeren willen er niet alleen voor vragen en advies terecht kunnen, maar ook gewoon om te kunnen kletsen met professionals of leeftijdsgenoten.

Ik wil een gezellig ruimte, niet te saai en te donker, lekker fleurig.

De jongeren willen er geen wachtkamergevoel krijgen. Ze hebben behoefte aan een centrale ruimte met aparte spreekkamers waar men eventueel in privacy met een professional kan praten. De jongeren willen er zonder afspraak terecht kunnen, om het wachtkamergevoel te vermijden. Door de combinatie van vermaak en hulp en advies wordt een veilige omgeving gecreëerd waar de jongeren binnen durven te stappen.

Qua openingstijden geven jongeren aan dat het voor hen handig zou zijn als het CJG ook geregeld in de avonden open is zodat ze er na school of werk terecht kunnen. Daarnaast zijn telefonisch contact (een speciaal nummer voor jongeren), e-mailcontact en een website gewenste aanvullingen.

2.8 Website

2.8.1 Ouders

Ouders vinden het belangrijk dat ze met hun vragen over opvoeding op een overzichtelijk website terecht kunnen voor informatie. Het is een makkelijke manier om het eerste contact te leggen. Ouders zien het als een welkome aanvulling op het fysieke inlooppunt.

Ik vind de site op zich heel erg mooi, dat er gewoon echt tips staan per leeftijd, en een beetje de algemene dingen, over peuter/pubertijd, ik noem maar wat.

Allochtone ouders geven aan dat een website voor hen niet het beste middel is om in contact te komen. Zij hebben het liefst dat het CJG/ LOES naar ze toe komt.

2.8.2 Jongeren

Jongeren geven aan dat ze voor vragen en advies over opgroeien graag van internet gebruik maken, want dat is makkelijk en anoniem. Het is een aanvulling op het fysieke inlooppunt. Er zijn al veel sites en van een website verwachten de jongeren daarom niet meteen al te veel. Ze zijn wel bereidwillig om mee te denken over de invulling van de website en de publiciteitsmogelijkheden in de toekomst, zodat het voor jongeren een aantrekkelijke en relevante website wordt.

De website die het CJG ontwikkelt dient naast het informatieve gedeelte ook vermakelijk te zijn. Ook hier willen jongeren wederom niet het gevoel krijgen dat als ze de website bezoeken dat meteen geassocieerd wordt met problemen.

Niet alleen maar informatie, informatie en puur zakelijk, maar dat je bijvoorbeeld ook een keer een e-card kan versturen.

Dat het niet per se hoeft te zijn, dat als je op die website kijkt, dat je dan ook gelijk een probleem hebt.

Ideeen waarmee de jongeren zelf komen zijn de volgende: filmpjes (over de gevolgen van drugs, seksualiteit, en dergelijke), FAQ's, chatbox en/of forum, kunnen chatten met professionals, e-cards kunnen versturen en spelletjes kunnen spelen. De lay-out dient afgestemd te worden op jongeren en aan te sluiten op hun leefwereld: duidelijke navigatie, simpel, (fel) kleurgebruik, niet te zakelijk en saai. Bovendien is het van belang dat de site up-to-date is, zodat jongeren de site herhaaldelijk zullen bezoeken.

2.9 Publiciteit en naamsbekendheid

Er dient geïnvesteerd te worden in de naamsbekendheid van het CJG/LOES blijkt volgens de ouders en jongeren. De naam is onder Hengelse ouders en jongeren nog niet ingeburgerd.

2.9.1 Ouders

Om het CJG/LOES te laten slagen is er volgens ouders vooral veel publiciteit en naamsbekendheid nodig. Aangezien het CJG/LOES nog onvoldoende bekend is onder de doelgroep is er nog weinig beeldvorming. Dit biedt potentie, omdat men nog een frisse blik heeft. Wel dient het CJG/LOES haar naam waar te maken en een toevoeging te zijn op het huidige aanbod van instanties. Momenteel gaat men nog naar de huidige voorzieningen, omdat men niet bekend is met het CJG/LOES.

Het is zo belangrijk dat je weet wat er is en weet wat er te koop is. En dat in combinatie met dat je goede ervaringen hoort.

Als men het niet kent, gaat men er ook niet naar toe.

De naamsbekendheid kan volgens de ouders op verschillende manieren vergroot worden:

- Door meer reclame te maken via een communicatiecampagne: reclame op de lokale tv zender, advertenties in de regionale dagbladen, folders (waarin de nadruk ligt op het visuele aspect) en posters.
- Mond-tot-mond reclame werkt volgens sommige ouders zeer goed. Zodra men via-via op een positieve manier over het CJG/LOES geïnformeerd wordt kunnen ouders geprikkeld worden om het CJG/LOES te bezoeken.

- Door naar de ouders toe te gaan. Dit is specifiek geschikt voor kwetsbare ouders die niet assertief of verbaal sterk zijn. Het CJG/LOES kan op verschillende manieren de ouders benaderen. Voorbeelden die de ouders zelf noemen zijn de school van de kinderen, het consultatiebureau en kinderopvangcentra. De school is een makkelijke ingang voor het CJG/LOES om zowel ouders als jongeren te bereiken. Bijvoorbeeld door aanwezig te zijn op ouderavonden, een verwijzing op de schoolwebsite, een pagina in de schoolkrant en/of de ouderraad te informeren. Op het consultatiebureau zouden ouders waarvan het kind de leeftijd van vier jaar bereikt heeft direct geïnformeerd moeten worden over het CJG/LOES. Naast aanwezigheid op kinderopvangcentra kan het CJG/LOES daar ook cursussen aan bieden en informatieavonden organiseren en opvoedspreekuren houden.

Allochtone ouders geven specifiek aan dat het CJG/LOES naar hun toe moet komen wil het de bekendheid onder deze doelgroep vergroten.

De naam CJG alsmede LOES vinden de ouders niet zo sterk. Het suggereert dat het centrum alleen toegankelijk is voor ouders en niet voor jongeren.

2.9.2 Jongeren

De gemeente dient positieve publiciteit te creëren rondom het CJG om jongeren aan te trekken.

Je moet eerst weten wat het is en waar het is voordat je erheen gaat.

Jongeren hebben verschillende ideeën om het CJG te promoten, die grotendeels overeen komen met de ideeën van de ouders.

- Communicatiemateriaal in de vorm van advertenties, een krantje, posters en een website. De posters kunnen opgehangen worden op plekken waar jongeren veel rondhangen (op school, het jongerencentra, waar de jongeren werken).
- Mond-tot-mond reclame. Jongeren die enthousiast over het CJG vertellen kunnen andere jongeren inspireren. *Van je vrienden wil je dat veel sneller geloven, dan van zo'n man met een tasje en flyers op een brommer.*
- Door naar de jongeren toe te gaan op scholen. Scholen kunnen een belangrijke rol spelen in de informatievoorziening over het CJG maar het CJG kan ook voorlichting verzorgen op scholen zodat grote groepen jongeren bereikt worden.
- Door samen te werken met jongerencentra.
- Het CJG zou activiteiten die jongeren aanspreken kunnen ondersteunen. *Ik denk dat ze gewoon projecten die door jongeren gewaardeerd worden en die echt goed bekend staan, dat ze die moeten ondersteunen.*

Ook jongeren vinden de naam CJG niet aansprekend, zij krijgen niet het gevoel dat het centrum zich specifiek op jongeren richt. Het klinkt als iets voor volwassenen. De jongeren opperen om een wedstrijd te organiseren voor een naam voor het gebouw waarin het CJG terecht komt.

2.10 Betrokkenheid met het CJG

2.10.1 Ouders

De ouders in de panels waren enthousiast over deze eerste bijeenkomst om over het CJG/LOES te discussiëren. Er is potentie om de betrokkenheid onder deze doelgroep met het CJG/LOES te vergroten.

Dit is een goed begin.

Ouders vinden het met name interessant als het CJG/LOES inspeelt op voor hun relevante thema's. Ze adviseren om op scholen, peuterspeelzalen en de kinderopvang cursussen of thema-avonden te organiseren.

Ook de allochtone ouders zijn zeer enthousiast over het feit dat de gemeente met het CJG/LOES interesse in hun toont. Door regelmatig contact met deze doelgroep te houden blijft men op de hoogte en wordt het CJG/LOES beter bekend.

Ik vind het heel belangrijk dat wij kijken wat de beste oplossing of manier is om allochtone ouders erbij te betrekken. Dat we niet zeg maar aan de kant worden geschoven.

Ze nodigen de CJG-medewerkers dan ook van harte uit op een van hun bijeenkomsten om iets te komen vertellen over het CJG/LOES. Tevens bieden ze aan om verder mee te denken over het CJG/LOES in de toekomst en de bekendheid onder allochtone groepen ouders.

2.10.2 Jongeren

De jongeren uit de panels vinden het prettig dat ze serieus genomen worden en dat ze door het geven van hun mening bijgedragen hebben aan de verdere ontwikkeling van het CJG. Allen zijn zeer enthousiast over het feit dat de gemeente de jongeren betreft via dit soort bijeenkomsten. Ze zijn benieuwd naar de uitkomsten van het onderzoek.

Je wilt meer overleg met de doelgroepen en niet gewoon iets opzetten en dan hopen dat die doelgroep er ook komt... Zorg dat er wordt meegedacht door jongeren.

Het is van belang dat bij de verdere ontwikkeling van het CJG de gemeente de jongeren blijft betrekken. Het CJG zou bijvoorbeeld tussentijds om feedback kunnen vragen, maar ook als het tot stand is gekomen.

Als het tot stand is gekomen zijn we ook benieuwd naar wat ervan gekomen. Dat maakt ook al een heel verschil dat we dit samen gemaakt hebben.

Ze adviseren om naar jongeren toe te gaan en een band op de bouwen. Ook dient de gemeente zich te richten op moeilijk bereikbare jongeren. De gemeente kan dit doen en de betrokkenheid met het CJG vergroten door samen te gaan werken met andere instanties. Jongeren vinden het belangrijk dat het CJG ondersteund wordt door bijvoorbeeld de jongerencentra en sportverenigingen. Dit kan door op deze plekken informatie te geven over het CJG maar ook door samen activiteiten te organiseren. Jongeren denken bijvoorbeeld aan een gezellige activiteit (feest, sportwedstrijd) waar het CJG tegelijkertijd aanwezig is voor advies of informatie.

Naast het feit dat jongeren graag meedenken en meebeslissen over de invulling van het CJG staan jongeren uit het panel ook open voor een actieve rol tijdens de operationele fase.

Zo opperen zij dat het CJG een cursus kan geven aan jongeren om zelf andere jongeren met problemen te kunnen helpen of willen zij de locatie van het CJG mede bemannen/runnen in de weekenden of tijdens avonden (bijvoorbeeld door een bardienst te draaien).

3. Outreachende activiteiten

De werkgroep van CJG-medewerkers bestaat uit acht personen die het inloopspreekuur van het CJG bemannen en daarnaast hun CJG-uren besteden aan outreachende activiteiten die onder begeleiding van Stichting Alexander zijn opgezet en uitgevoerd gaan worden.

De medewerkers hebben een viertal activiteiten bedacht waarmee ze outreachend te werk willen gaan. In de komende tijd worden deze activiteiten tot uitvoer gebracht.

3.1 Opvoedspreekuur

Met behulp van het promotiemateriaal dat ontwikkeld is voor LOES willen de CJG-medewerkers naar de vindplekken van ouders toegaan om de professionals aldaar voor te lichten over LOES. In de toekomst willen ze mogelijk opvoedsprekuren voor ouders gaan houden op deze locaties. Het gaat in eerste instantie om de volgende vindplekken: huisartsen, PO-scholen, kdv's, peuterspeelzalen. Momenteel zijn er verkennende gesprekken gaande met potentiële samenwerkingspartners en er wordt binnenkort een verdeling van de bezoeken/ opvoedsprekuren gemaakt onder de CJG-medewerkers.

3.2 Opvoedwinkel

De medewerkers willen heel graag een soort opvoedwinkel opzetten in Hengelo waar ouders terecht kunnen voor advies, een gesprek, informatiemateriaal maar ook voor een kop koffie en ontmoeting met andere ouders. Middels een excursie naar een bestaande

opvoedwinkel in Rotterdam en onderzoek naar de aanpak van opvoedwinkels in andere gemeenten maken de CJG-medewerkers een plan met daarin het ontwerp, de randvoorwaarden en de gewenste invulling van een opvoedwinkel in Hengelo.

3.3 Nieuwe Nederlanders

De werkgroep van CJG-medewerkers heeft speciale aandacht voor het bereiken van Nieuwe Nederlanders. Er is een plan gemaakt om aan te sluiten bij bestaande organisaties en bijeenkomsten van Nieuwe Nederlanders om daar voorlichting te kunnen geven over het CJG om zo meer bekendheid te geven aan het CJG. Met Scala en het Vrouwencentrum Roza is contact gelegd om te kijken of en wanneer deze bijeenkomsten plaats kunnen vinden en hoe de inhoud vormgegeven moet worden.

3.4 Voorlichting aan jongeren

De medewerkers hebben het plan opgevat om op scholen voorlichting te geven aan jongeren en om tijdens deze voorlichtingen input te vragen van de jongeren over het aanbod van het CJG zodat het blijft aansluiten bij de behoeften van jongeren. Deze voorlichtingsbijeenkomsten vinden plaats zodra het promotiemateriaal voor jongeren (inclusief een website voor jongeren) gereed is, zodat dit materiaal gebruikt kan worden tijdens de voorlichtingen.

4. Conclusies en aanbevelingen

Het voorgaande hoofdstuk bevatte verscheidene aanbevelingen vanuit jongerenperspectief, vanuit ouderperspectief en vanuit het perspectief van de professionals. In dit hoofdstuk zijn de aanbevelingen vanuit de verschillende perspectieven samengebracht.

Zowel ouders als jongeren in Hengelo geven aan dat ze op verschillende plekken en via verschillende kanalen terecht kunnen voor advies en vragen omtrent opvoeden en opgroeien. Echter, men is niet altijd bekend met het aanbod, het aanbod is onoverzichtelijk en de doelgroep moet eerst drempels overwinnen om naar een instantie toe te stappen. Hetgeen potentie biedt voor een laagdrempelige organisatie die ouders en jongeren wegwijs kan maken met betrekking tot opvoedingsvraagstukken. Om van het CJG/LOES een succes te maken dient er rekening gehouden te worden met de volgende aandachtspunten.

4.1 Investeer in de naamsbekendheid

Uit het onderzoek blijkt dat de doelgroep onvoldoende bekend is met het CJG/LOES: “onbekend maakt onbemind”. Men heeft geen concreet beeld van wat het CJG doet en dat roept vooral veel vragen op. Er moet duidelijk gecommuniceerd worden waar het CJG/LOES voor staat en wat de toegevoegde waarde is ten opzichte van andere instanties. Ouders en jongeren adviseren om op verschillende manieren bekendheid te geven aan het CJG/LOES. De mening wordt gedeeld dat er gebruik gemaakt moet worden van locaties en media waar toekomstige klanten al bekend mee zijn. Hierbij kan gedacht worden aan reclame via de lokale omroep, advertenties in regionale dagbladen en het verspreiden van folders en posters op plekken waar ouders en jongeren komen. Daarnaast kan de naamsbekendheid

vergroot worden door samen te werken met verschillende partijen (consultatiebureau, scholen, jongerencentra). Tot slot is mond-tot-mondreclame een vorm van communicatie die positieve publiciteit kan veroorzaken. Het CJG/LOES zou een groep ouders en/ of jongeren als ‘ambassadeurs’ in het leven kunnen roepen. Zij vertegenwoordigen het CJG/LOES na een positieve ervaring, hiermee kunnen ze anderen uit de doelgroep informeren en inspireren.

4.2 Laagdrempelig/toegankelijk voor alle doelgroepen

De beeldvorming die ouders en jongeren van het CJG hebben is van groot belang voor het slagen ervan. Het CJG dient zich absoluut niet te positioneren als een organisatie voor jongeren en ouders met opvoed/ opgroei problemen. Zowel ouders als jongeren willen niet in de probleemhoek geduwd worden. Het CJG dient daarom een positieve uitstraling te hebben met een neutraal karakter. Het CJG moet laagdrempelig en toegankelijk zijn voor alle doelgroepen. Dit betekent dat contact met het CJG vrijblijvend is. Medewerkers van het CJG zijn betrouwbaar, objectief en niet betuttelend. Uiteindelijk dient het CJG een uitbreiding van het eigen netwerk te worden, waar ouders en jongeren makkelijk op af stappen voor advies en/ of hulp.

4.3 Inrichten voor de verschillende doelgroepen

Zowel jongeren als ouders wensen op verschillende manieren contact te leggen met het CJG. Een fysiek inlooppunt wordt door alle doelgroepen geapprecieerd. Bij de inrichting en locatiekeuze dient rekening gehouden te worden met de wensen van de verschillende doelgroepen. Zo is het wenselijk dat er voor jongeren een eigen inlooppunt ingericht wordt. Het is van belang dat het inlooppunt een positieve uitstraling heeft met een huiselijke sfeer.

Het inlooppunt van het CJG dient tijdens kantooruren, maar ook een aantal avonden per week open te zijn. Het CJG doet er goed aan zich

niet alleen te beperken tot enkel een fysiek inlooppunt. Een website en telefonisch contact horen daarbij.

4.4 Zorg voor deskundige en betrokken medewerkers

Het contact met de medewerkers is van groot belang voor de perceptie die de doelgroep heeft ten aanzien van het CJG. De medewerkers moeten enerzijds deskundig zijn, anderzijds een gevoel van vertrouwen wekken. De professional moet de doelgroep het gevoel geven dat zij samen naar een oplossing zoeken. Voor jongeren is het van belang dat de medewerker zich kan verplaatsen in de situatie van de jongeren. Jongeren willen ook graag door dezelfde persoon geholpen worden, zo kunnen ze een vertrouwensband ontwikkelen.

Het is wel van belang dat er voldoende CJG medewerkers werkzaam zijn om wachttijden te voorkomen. Tot slot dienen de professionals makkelijk de weg te kunnen vinden naar andere instanties om zo de ouders en jongeren op de juiste manier wegwijs te maken.

4.5 Zoek de jongeren en de ouders op

De gemeente Hengelo is al bezig met de ontwikkeling van een outreachend CJG. Jongeren en ouders adviseren om naast het vaste inlooppunt de doelgroep op te zoeken. Dit is specifiek noodzakelijk voor kwetsbare en allochtone ouders, maar ook jongeren zijn enthousiast. Door naar de doelgroep toe te gaan kan het CJG zich profileren als een toegankelijke en laagdrempelige instantie. Het CJG kan de doelgroep op verschillende plekken benaderen: scholen, het consultatiebureau, kinderopvangcentra, de kerk, jongerencentra, verenigingen.

4.6 Betrek jongeren en ouders bij het vervolg

Om de doelgroep structureel te betrekken bij het CJG is het van belang dat de gemeente regelmatig de doelgroep inschakelt. Ouders en jongeren in Hengelo willen graag hun mening geven en gehoord worden. Alle doelgroepen waren, in vergelijking met andere gemeenten, zeer enthousiast tijdens het panelgesprek over eventuele vervolgcacties. Ouders geven aan betrokken te willen blijven. Allochtone ouders nodigen de CJG medewerkers van harte uit op hun bijeenkomsten. Jongeren geven zelfs aan dat ze het interessant vinden om tijdens de operationele fase van het CJG een actieve rol te krijgen. Door samen te werken met diverse instanties waar ouders en jongeren lid van zijn of in participeren kan de betrokkenheid ook vergroot worden.

4.7 Ten slotte

De gemeente Hengelo heeft met dit traject een koers ingezet die leidt tot een outreachend CJG. Door met jongeren en ouders in gesprek te gaan en tegelijkertijd met medewerkers van het CJG een kanteling te maken in de werkwijze groeien CJG en doelgroep naar elkaar toe. In de komende tijd wordt er verder invulling gegeven aan het CJG en zullen CJG medewerkers een activiteitenplan opstellen. Samen met de resultaten van het onderzoek biedt dit perspectief om koers te bepalen met betrekking tot het CJG (en inmiddels LOES!) in de komende tijd.

Bijlage 1: Stichting Alexander in een notendop

Stichting Alexander is een niet-commercieel landelijk instituut voor jongerenparticipatie en actiegericht jongerenonderzoek. Met meer dan vijftien jaar ervaring in alle leefdomeinen van jongeren, van zorg tot onderwijs, van gezondheid tot cultuur en van wonen tot werken, zijn we in staat participatie op een hoger plan te brengen. Onze aanpak leidt tot oprechte betrokkenheid en een sterkere sociale binding.

De vraag van de opdrachtgever staat voor ons centraal. We ontwerpen een participatietraject op maat en voeren naar wens onderzoek uit, brengen innovatie of een veranderingsproces tot stand, ontwikkelen nieuwe instrumentaria en/of zorgen voor implementatie. Onze kennis en expertise dragen we ook uit met coaching, trainingen, colleges, workshops en publicaties.

We zijn een enthousiast, gemotiveerd multidisciplinair team en doen wat we beloven. De jongere, de ouder, de buurtbewoner, de professional, de bestuurder weten we op creatieve wijze op de been en met elkaar in dialoog te brengen én we realiseren met onze methode zinvolle inspraak en invloed. Wederzijds respect, gelijkwaardigheid en plezier staan hierbij voorop.

Wat betreft het thema Centrum voor Jeugd en Gezin zijn we ervan overtuigd dat het CJG aan kwaliteit wint als het klantperspectief als uitgangspunt wordt genomen, zowel bij het ontwerpen en als bij het operationaliseren van het CJG. Uiteraard is het ook van belang dat er sprake is van een actieve, blijvende betrokkenheid van klanten.

We hebben ruime ervaring met het in kaart brengen van het klantperspectief (ouders, jongeren, specifieke doelgroepen) middels

groepsgesprekken, straat- en pleininterviews en creatieve workshops en in het realiseren van een integrale aansluiting en ketenkwaliteit. We zijn voor de CJG's methoden aan het ontwikkelen voor een (blijvende) betrokkenheid van klanten.

Stichting Alexander werkt(e) op dit thema onder meer voor de gemeenten Zwolle, Hoogeveen, Oosterhout, De Wolden, Almere, Hengelo en Best. Tevens verzorgen wij geregeld workshops en lezingen over het thema cliëntperspectief in de context van opgroeien en opvoeden op landelijke conferenties en voor specifieke doelgroepen en opdrachtgevers. Daarnaast schrijven we artikelen voor tijdschriften zoals voor het themanummer van Jeugdbeleid over het Centrum voor Jeugd en Gezin.

Tezamen met het IVA te Tilburg ontwikkelen we een drietal spelsimulaties specifiek voor het ontwerpen, operationaliseren en managen van een CJG, waarbij ook de klant actief wordt betrokken. Eveneens samen met het IVA is er een "*Handreiking CJG 12+*" voor het Programmaministerie van Jeugd en Gezin ontwikkeld over de wijze waarop en in welke samenhang gemeenten 12-plussers en hun ouders kunnen bereiken en betrekken.

Voor meer informatie over Stichting Alexander, onze opdrachtgevers, methodologie, producten en publicaties verwijzen we graag naar onze website: www.st-alexander.nl

Bijlage 2: Overzicht publicaties Stichting Alexander over het CJG

IVA, Stichting Alexander. *"Handleiding CJG 12+"* (in voorbereiding). Tilburg: IVA.

Sarti, A. & Neijboer, D. (2010) *"Het CJG in Best: Eén centrum, meerdere gezichten"* – Onderzoek naar de behoeften van toekomstige gebruikers van het Centrum voor Jeugd en Gezin in Best (rapport nr. 180). Amsterdam: Stichting Alexander. ISBN 978-90-8903-014-6

Bergh, L. van den, Pieper, I. & Neijboer, D. (2009) *"Evaluatie Oké-punten Almere"* – Onderzoek naar de behoeften van toekomstige gebruikers van het Centrum voor Jeugd en Gezin in Almere (rapport nr. 172). Amsterdam: Stichting Alexander.

Neijboer, D., Strating, G., & Pehlivan, M.T. (2009). *"Een goed idee, maar dan voor anderen"* – Onderzoek naar de behoeften van toekomstige gebruikers van het Centrum voor Jeugd en Gezin in Hoogeveen (rapport nr. 170). Amsterdam: Stichting Alexander. ISBN 978-90-8903-011-5

Sarti, A., Bergh, L. van den & Tomassen, S. (2009). *"CJG in Oosterhout: 'Het moet ook leuk zijn'"* – Onderzoek naar de behoeften van toekomstige gebruikers van het Centrum voor Jeugd en Gezin in Oosterhout (rapport nr. 169). Amsterdam: Stichting Alexander. ISBN 978-90-8903-010-8

Jurrius, K., & Strating, G. (2008). *"Het CJG: gewoon even iets vragen"*: Onderzoek naar de behoeften van toekomstige gebruikers van het Centrum voor Jeugd en Gezin in gemeente De Wolden (rapport nr. 167). Amsterdam: Stichting Alexander. ISBN 978-90-8903-008-5

Stichting Alexander (Ed.). (2008). *Een bekend gezicht: Zwolse jongeren, ouders en professionals over het Centrum voor Jeugd en Gezin* (rapport nr. 159). Amsterdam: Stichting Alexander. ISBN 978-90-8903-005-4