



REGELWERK



DNA STRUCTUUR

NIEUWSBRIEF JIMMY'S

VAN JONGERENWINKEL VIA JIMMY'S STORE NAAR JIMMY'S



HEADQUARTERS



PRIKBORD

VOORGESCHIEDENIS

Juni 2010 hadden we een werkconferentie over de jongerenwinkel, geïnitieerd door de Plusvoorziening en de MJD, bedoeld als de plek waar jongeren terecht kunnen met al hun vragen. De input die we daar kregen was een belangrijke inspiratie voor de stappen die we inmiddels hebben gezet. Bijna een half jaar verder wordt het hoog tijd om een update te geven. Wat hebben we gedaan, wat gaan we doen en hoe kan jij met jouw organisatie bijdragen?



De conferentie leverde ons veel input op waarmee we zijn gaan voortborduren op het beeld van de jongerenwinkel. Er waren ook kritische geluiden over de fysieke locatie, het contact met de provincie, en het inspelen op de behoeften van jongeren. Na de conferentie ging een werkgroep aan de slag om het concept verder vorm te geven. Deze bestond uit partners vanuit de Plusvoorziening.

Het resultaat van al het denkwerk van deze werkgroep is Jimmy's geworden: een concept dat voortbordurt op de ervaringen van de reeds bekende JIPS, JACS etc. maar dan in een nieuw jasje gestoken. We zijn dus begonnen, maar nog lang niet klaar! Jimmy's is en blijft een initiatief van voort durende ontwikkeling. Hieronder lees je waar we nu staan en dagen we je uit om mee te bouwen aan de doorontwikkeling van Jimmy's!

JIMMY'S DNA STRUCTUUR

We zetten in op een zogenaamde parallelle ontwikkeling van de branding, de inhoudelijke werkzaamheden en de lange termijn strategie. Noem het drie DNA strengen. Elke streng bevat zijn eigen dynamiek, snelheid, uitdagingen en uitvoering en staat in relatie tot de andere strengen. Wat? Dat leggen we je hieronder uit, voorop staat dat Jimmy's een levendige en bruisende plek wordt met een sterke backbone en daarmee de de plek wordt waar je als jongere heen gaat als je iets wil weten of doen.

STRATEGIE

Jimmy's wordt een laagdrempelige plek voor jongeren en professionals. Overkoepelende samenwerkingen gaan hier ontstaan tussen jongeren, tussen professionals en tussen professionals en jongeren. Waar je als jongere voor elk mogelijke vraag of idee naar binnen kan stappen/ in kan pluggen op alle bruisende kennis en ervaring die de aanwezige professionals en jongeren in huis hebben. Om de jongeren goed van dienst te kunnen zijn zal er inhoudelijk compleet vraaggestuurd gewerkt moeten gaan worden.

Bij eenvoudige vragen van jongeren zal dit vrij eenvoudig kunnen met informatie en advies en laagdrempelige doorverwijzing naar de professional (dit kan ook een jongere, ondernemer, betrokken burger etc. zijn) die hier het meest verstand van heeft en die het beste kan aansluiten bij de jongeren. Echter om compleet vraaggestuurd te werken met jongeren die zwaardere problemen ondervinden zorgen we voor een naadloze aansluiting met de backoffice van Jimmy's.

We bouwen aan een organisatie overstijgende aanpak door muurtjes tussen onderwijs en hulp af te laten brokkelen met als enig doel de jongere zo goed mogelijk zelfstandig en stabiel zijn eigen leven te laten leiden. Dit kunnen we alleen bereiken door zoveel mogelijk jongerenorganisaties en onderwijsinstellingen in Groningen hun bijdrage te laten leveren aan het succes van Jimmy's. Deze bijdrage kan meervoudig zijn: financieel, met mankracht, daadkracht en ideeën.

In stad en provincie neemt het aantal betrokkenen en enthousiastelingen voor Jimmy's rap toe. Bijna dagelijks vinden gesprekken plaats met organisaties die naar eigen kunnen en afhankelijk van hun kwaliteiten en expertise gaan bijdragen aan het succes van Jimmy's. VNN, Sense, GKB, het zijn enkele organisaties die reeds medewerking toegezegd hebben.

INHOUD

We willen de overbelaste jongeren beter bereiken en ondersteunen zodat zij (ten minste) hun startkwalificatie halen. En daarnaast willen we overbelasting bij jongeren in Groningen voorkomen. Daarom werkt Jimmy's preventief en reactief. Preventief om de instroom van overbelaste jongeren te verkleinen. Vroegsignaleren en empoweren van jongeren zijn keywords in onze aanpak. Jongeren hebben juist in deze kwetsbare en cruciale periode in hun leven – en ieder op zijn eigen manier - ondersteuning en begeleiding nog om er voor te zorgen dat ze kunnen opgroeien tot zo stabiel en zelfstandig mogelijke volwassenen.

Een voorbeeld: Sense zal haar informatie en advies aanbod ook onder de paraplu van Jimmy's gaan aanbieden en zullen zij hun spreekuur ook vanuit Jimmy's gaan organiseren. Voor het hele project geldt: we denken groots en beginnen klein waarbij we volop de kansen en mogelijkheden van dit moment benutten.

Dit betekent continue op maat kijken wat een jongere nodig heeft. Jimmy's is de zogenaamde paraplu waaronder we het enorme en veelal versnipperde aanbod van informatie en advies aan jongeren (maar ook professionals) presenteren. Dat doen we in verschillende vormen: In Jimmy's Headquarters, bij Jimmy's On Tour, @Jimmy's Digitaal en met Jimmy's People zal het gaan om signaleren, contact leggen, vertrouwen kweken en ad hoc inspringen op vraagstukken die leven bij deze jongeren.

BRANDING

Jimmy's gaan we expliciet profileren als een plek waar iedere jongere naar toe kan als hij iets wil weten of doen. De vragen, wensen en uitdagingen zijn uiteenlopend in onderwerp en complexiteit. Van heel zwaar (wanneer er echt behoefte blijkt aan hulpverlening) tot lichtvoetig of leuk. En van gezondheid, tot relaties tot financiën.

Ook het interactieve aspect vinden we van groot belang. Met Jimmy's (ver)binden we jongeren en stimuleren we ze om zelf verantwoordelijkheid te nemen voor hun leven en leefomgeving. De wereld van nu vraagt grote flexibiliteit, stressbestendigheid, betrokkenheid en zelfstandigheid van jongeren dus deze competenties spreken we ook aan in de uitstraling van Jimmy's. Daarom begint wat ons betreft de zogenaamde branding en het verhaal van Jimmy's bij jongeren zelf. Begeleid door professionals gaan jongeren

binnen de door ons ontworpen kaders zelf invulling geven aan de verdere ontwikkeling van Jimmy's. Hoe? Door op 10 december a.s. mee te doen aan de co-creatie dag 'Jimmy's build in one day'. Zo'n 30 jongeren gaan met behulp van experts, nadenken over de uitstraling, communicatie, inhoud, marketing en inrichting van Jimmy's. Samenwerken met jongeren is een van de belangrijkste uitgangspunten van Jimmy's. Uniek en noodzakelijk om het werkelijk tot een succes te maken!

Op verschillende manieren werven we jongeren voor deze dag. Ken jij jongeren die hier ook aan mee zouden willen doen? Mail dan naar JIMMYSGRONINGEN@GMAIL.COM - we nemen dan contact met je op en geven je meer details over de dag.

HEADQUARTERS - A-LOCATIE IN HARTJE GRONINGEN

Uit de werkconferentie in juni bleek al dat bijna iedereen een fysieke locatie een goed startpunt zou vinden.

Met reacties en feedback uit de conferentie zijn we aan de slag gegaan en inmiddels is duidelijk welke functies zo'n fysieke locatie zou moeten herbergen. Een laagdrempelige plek zijn, volledig ingericht voor en door jongeren. Voor alles wat jongeren zouden willen doen of weten kunnen ze naar binnen stappen. Een heuse Jimmy (de schakel tussen de jongeren en alle betrokken organisaties) is beschikbaar voor alles. Jongeren kunnen er informatie, ideeën en inspiratie halen, maar ook hun eigen talenten inbrengen.

In de (letterlijke) backoffice is er ruimte voor betrokken organisaties om te flexwerken, om concullega's te ontmoeten en hun kennis en ervaring te delen met de jongeren en Jimmy's. Er zijn werkplekken die gereserveerd kunnen worden, er is ruimte voor spreekuren of overleg met collega's, 1 op 1 gesprekken met jongeren en om onder het genot van een kop lekkere koffie even lekker te werken buiten je vertrouwde werkomgeving. In het kader van Groots Dromen, en Reële Stappen zijn we nu bezig met een mooi pand in het centrum van Groningen. Het pand wat we op het oog hebben, is open, speels en heeft een aantal subruimtes. Het ligt midden in het centrum en we kunnen het op korte termijn betrekken!

JIMMY'S SATELLIETEN

De Satellieten zijn die plekken waar jongeren ook nu al veel te vinden zijn. Scholen, jongerencentra in de wijken, etc. Deze satellieten staan in contact met Jimmy's Headquarters. Op deze plekken willen we o.a.

zogenaamde informatie en advies zuilen realiseren. Deze zuilen beschikken over een informatie-aanbod voor jongeren, maar ook het realiseren van een communicatie-functionaliteit behoort tot de mogelijkheden.

JIMMY'S ON TOUR

Naast een fysieke uitvalsbasis in de binnenstad van Groningen ontwikkelen we deels parallel Jimmy's in de provincie. Gesprekken vinden plaats met Stadskanaal en Westerkwartier. Daarbij sluiten we aan bij de bestaande infrastructuur. Maar om snel flexibel in te kunnen spelen op vragen van jongeren bestaat er ook zoiets als Jimmy's On Tour. Dit is de mobiele variant op Jimmy's Headquarters. Het is een bus waarin hetzelfde aanbod aanwezig is als in de Headquarters.

REGELWERK - DE ZAKELIJKE KANT VAN HET VERHAAL

MJD ALS RUGGENGRAAT

Een nieuw concept als Jimmy's heeft een "idee-eigenaar" nodig zodat de stabiliteit, helderheid, inzet en continuïteit geborgd blijft. Marloes Dekker heeft namens het MJD deze rol genomen en is voortrekker in het Jimmy's concept. Dit is echter vooral belangrijk voor de formele kant van het verhaal. Want wat ons betreft wordt Jimmy's alleen maar succesvol wanneer zo veel mogelijk jongeren, jongerenorganisaties en onderwijsinstellingen zich mede-eigenaar gaan voelen. Daarom is ervoor gekozen om in de beeldvorming en uitvoering Jimmy's zoveel mogelijk als een onafhankelijke organisatie te laten opereren. Jongeren komen naar Jimmy's, als ze iets willen weten of doen. En de betrokken organisaties zijn allen even belangrijk om hun expertise in te zetten om op de vragen en wensen van jongeren in te kunnen spelen.

JIMMY'S OP DE LANGE TERMIJN

Met veel enthousiasme aangejaagd vanuit de Plusvoorziening is Jimmy's inmiddels doorontwikkeld als Het Antwoord op het jongerenvraagstuk vanuit de Centra voor Jeugd en Gezin. Op de inhoud raken steeds meer partijen enthousiast en is er overeenstemming over het belang van het voortbestaan van Jimmy's (hoe gaaf is dat, we zijn nog nauwelijks gestart!). Inspanningen zijn er momenteel op gericht om inhoudelijk en financieel de doorontwikkeling van Jimmy's te borgen voor de langere termijn.



PRKBORD

Geloof jij ook in talent van jongeren? Vind je het leuk om jouw eigen talent in te zetten om jongeren te ondersteunen?

Jimmy's zoekt nog meer ambassadeurs! Mail ons op jimmysgroningen@gmail.com

Het GKB is aan het kijken hoe Jimmy's een onderdeel van hun strategie voor 2011 kan worden. Wilt u ook met ons sparren hoe Jimmy's in uw activiteiten past? Mail ons!

Sense heeft al aangegeven regelmatig een spreekuur te willen houden in Jimmy's. Heeft u ook behoefte aan intensievere samenwerking met Jimmy's? Mail ons!

JIMMYSGRONINGEN@GMAIL.COM

Jimmy's is er natuurlijk niet alleen voor Jongeren uit de stad, maar ook voor jongeren in de provincie. Met Jimmy's on Tour willen we het Jimmy's concept uitrollen.

Diverse gemeentes hebben al interesse getoond. Heeft u ook interesse? We horen het graag!

Heeft uw organisatie een opslagruimte vol met spullen die niet meer worden gebruikt (kasten, bureau's, stoelen, verf etc.) geef het door.

Hoe meer geld we daadwerkelijk aan de jongeren kunnen uitgeven, hoe liever!