

Aanwezig: Eva, Kato, Julie, Wouter en Alexander

Verontschuldigd: Anne

1) Locatie

We kwamen samen in het leegstaande Douanegebouw op Transit M. Waarom deze locatie? De jeugddienst heeft dit gebouw tijdelijk gekregen om in te vullen als (experimenteer-) plek voor jongeren. Het is een groot gebouw met 3 verdiepen:

- leegstaande bureauruimtes – zowel klein als groot (op verdiep 0 en 1)
- een grote kelder (-1)
- Ontmoetingsruimte/cafétaria (1)
- Loods met aansluitend stockageruimten (0)
- Kleine buitenoppervlakte

Het doel van de jeugddienst is tweeledig:

- Verschillende (sport) verenigingen zijn op zoek naar een (tijdelijke) locatie om hun activiteiten uit te oefenen (box, skate, dans...).
- Daarnaast is het de bedoeling dat jongeren die op zoek zijn naar een locatie, een experimenteerplek, hier ook gebruik van kunnen maken. Een soort (t)huis waar jongeren hun talenten kunnen ontwikkelen op een laagdrempelige manier.

Voorlopig zit scouts Gummarus tijdelijk (tot oktober 2020) in het gebouw voor hun werking op zondag, omdat hun lokalen verbouwd worden.

De jeugddienst verhuist zelf ook naar het gebouw om meer aanwezig te zijn in de leefwereld van de jongeren en ervoor te zorgen dat de drempel om ons aan te spreken verkleind wordt.

De rol van de jeugdraad binnen dit verhaal is nog niet helemaal duidelijk, maar zal in de toekomst wel onderzocht worden om ook jongeren langs verschillende wegen aan te spreken om gebruik te maken van de locatie en de locatie mee levendig te maken.

2) COMMUNICATIE

a) BOODSCHAP

Nu de visie vast ligt, kan er gewerkt worden aan een korte, krachtige boodschap waarmee we naar buiten willen komen als jeugdraad. De visie werd tijdens de vorige brainstorm vast gelegd:

“De Jeugdraad wil een stem geven aan alle Mechelse jongeren. Ze werkt als een megafoon die toelaat:

- *impact te hebben op (het beleid van) de Stad*
- *Stad Mechelen nog meer ‘jongeren proof’ te maken.”*

De boodschap waar we naar op zoek zijn, toont:

- wie we zijn
- wat we doen
- waarom we als jeugdraad bestaan

en is:

- Kort en krachtig
- Uniek
- Heeft inhoud
- Brengt een eenvoudige boodschap
- Hanteert woordgebruik van de doelgroep

De boodschap/slagzin wordt steeds bij 'Jeugdraad Mechelen' geplaatst bij alle on- en offline communicatie.

VOORSTEL SLOGAN/BOODSCHAP	FILMPJE
No Bridge too far	
Trots jong impact	
Pakt je vast	
Pakt je in	x
Is jong en onbezonnen	
Is de toekomst	
Of weet jij het beter?	
Be part of Mechelen	
Je hebt een stem, gebruik (h)em!	x
Voegt woord bij daad	
Laat van je horen	x
Blaas van de (sint-Rombouts- toren, laat van je (h)oren	x
Versterkt jouw stem	x
Toon je megafoon	x
Jong? Mechelaar? Zin? #foreveryoung	
Maakt ruimte (vrij)	
Is jong en wilt wat	x
Bereikt een pak meer	x
Laat van zich horen	
Is 'ter voor jou!	
Jeugdraad Mechelen trekt haar bakkes open.	x
Spring op de kar – kar!	x

b) DIENST MARKETING EN COMMUNICATIE

Laurie, van de stedelijke dienst MarCom, kwam langs op de jeugdraad. We stelden enkele vragen om af te toetsen wat communicatief mogelijk is om de jeugdraad bij ALLE Mechelse jongeren kenbaar te maken:

- Welke sociale mediakanalen van Stad Mechelen mogen ingezet worden voor de jeugdraad?
We zouden deze willen inzetten voor de 'go black' actie:

Allereerst is er de vraag of de kanalen van Stad Mechelen de doelgroep bereikt die ook de jeugdraad wil bereiken? LinkedIn, Instagram, Facebook, twitter, Flickr...In eerste instantie lijkt het niet zo interessant om LinkedIn, Twitter of Facebook in te zetten. We besluiten om enkel de boodschap te verspreiden en het kanaal niet 'zwart te laten' gaan. Na de actie wordt het op de Facebook en Instagram accounts van Stad Mechelen geplaatst.

- Kan er een publicatie komen in de Nieuwe Maan? Zo ja, hoe ziet dit eruit?
 - Aankondiging Jeugdraad (éénmalig)

Indien je een artikel wil plaatsen in de Nieuwe Maan, moet de inhoud minstens 2 maanden op voorhand worden doorgegeven.

Het is dus mogelijk voor de jeugdraad om hier in te staan. We hebben de deadline vastgelegd op de editie van juli, waarbij de Nieuwe Maan wordt verdeeld de laatste week van juli. Dit geeft ons tijd om de inhoud te bepalen, een actieplan op te stellen en naar buiten te treden met een eerste datum voor Jeugdraad Mechelen september 2020. De inhoud van het artikel wordt doorgegeven midden mei.

- Vaste jongeren rubriek

Een vaste rubriek is niet mogelijk. Wel een flexibele invulling, waarbij er kan gekeken worden wanneer de Jeugdraad iets interessants te melden heeft.

- Mag er een logo ontworpen worden specifiek voor de jeugdraad?

Het stadsbestuur laat de ontwikkeling van een nieuw logo niet toe. Wel is er een mogelijkheid om een illustratie te ontwerpen die dan steeds bij een boodschap/communicatie wordt getoond, samen met het logo van Stad Mechelen. Deze illustratie mag wel NIET gebruikt worden als logo. Elk ontwerp (ook video en dergelijke) waar het logo van Stad Mechelen wordt gebruikt, moet worden voorgelegd aan de dienst MarCom.

Er is beslist om een illustratie van een megafoon te laten ontwerpen in de stijl (met dezelfde kleurencombinatie) van de 'groot bakkes'-kaart. Deze stijl houden we aan bij verdere communicatie op verschillende kanalen. Er wordt ook gevraagd om een bewegend gifke te maken van de illustratie en de boodschap voor online kanalen.

- Kan er een extra kaartje worden ontworpen met het, logo, de boodschap... om uit te delen aan scholen/op evenementen – eventueel ook bierviltjes?

Wanneer het ontwerp van de illustratie (megafoon) en de boodschap rond is, kan dit uiteraard ook ontworpen worden.

Indien je bierviltjes laat ontwerpen, graag ook even controleren welke horecazaken deze willen verspreiden. Dit kan via de dienst Economie.

- Mogen we gebruik maken van QR-codes op bierviltjes bijvoorbeeld?

Dit kan zeker! Wel goed bekijken wanneer je deze inzet/gebruikt en waarom. Niet alle jongeren gebruiken QR-codes, dus plaats er zeker ook een website bij.

- Wat gebeurt er wanneer we het logo van Stad Mechelen gebruiken?

Elk ontwerp wordt dan goedgekeurd door de dienst MarCom.

- Mogen we als jeugdraad interviews afnemen? Heeft MarCom hier materiaal voor?

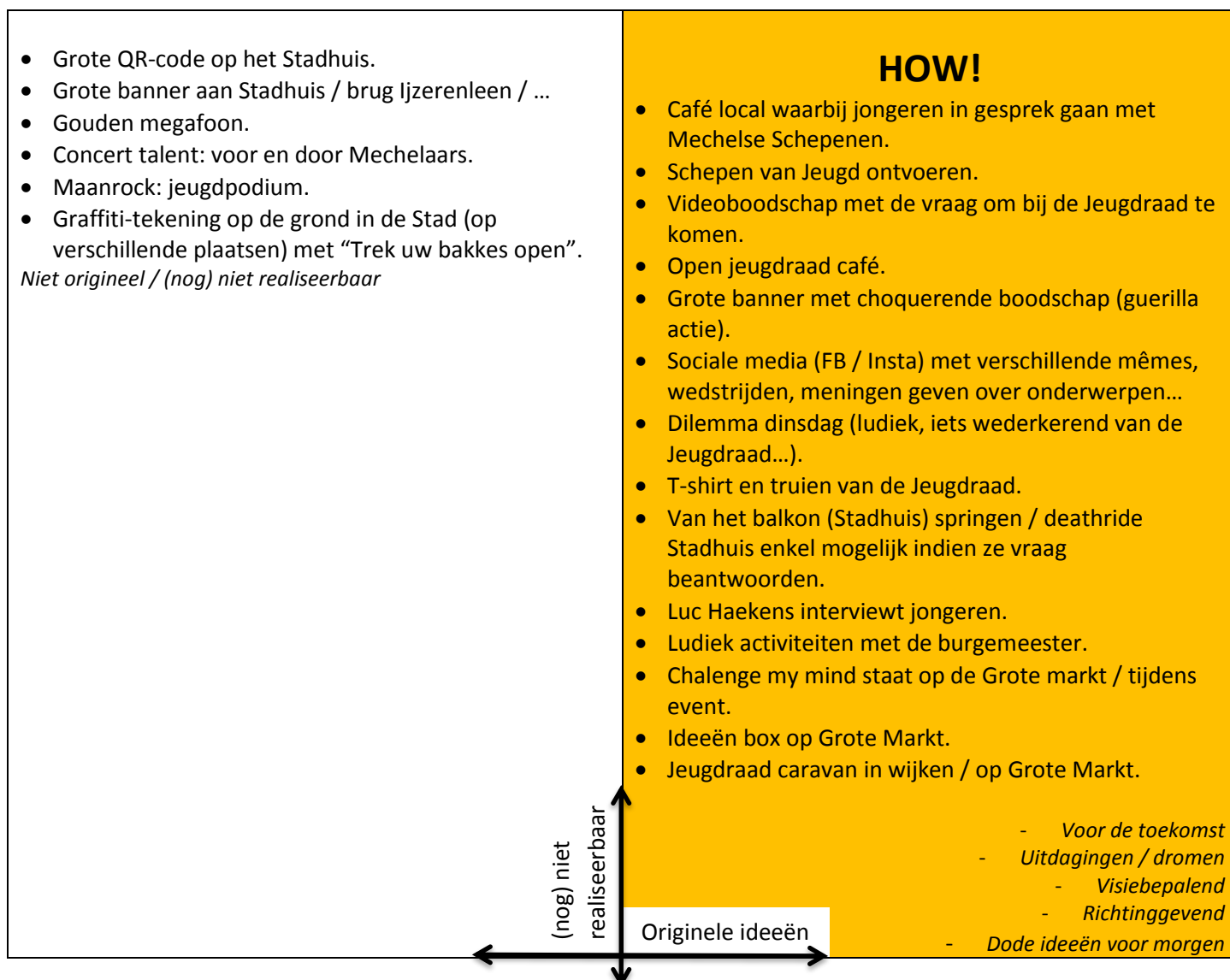
Ja zeker. Kijk wel naar de opmerkingen hierboven bij het maken van filmpjes, affiches, flyers, goodies... Materiaal kan misschien geleend worden bij Project Wolf en ook een goede smartphone kan al heel wat om filmpjes te maken. Misschien ook eens aan Project Wolf vragen of zij jullie hierin niet kunnen ondersteunen?

3) VISIE: ACTIES

Tijdens de vorige bijeenkomst werd er een clustering gemaakt van verschillende acties om te kijken welke acties we als eerste zouden uitvoeren. Belangrijk hierbij is om de acties steeds terug te koppelen aan de visie die hierboven werd genoteerd.

Tijdens de vorige vergadering werd beslist dat 'ledenwerving en bekendmaking' de eerste focus moest worden van de jeugdraad.

MISSIE JEUGDRAAD	VISIE JEUGDRAAD
<ul style="list-style-type: none"> • flexibel • Pro-actief op zoek naar / oprecht geïnteresseerd in de stem van jongeren • Divers / weerspiegeling • Versterkend ⇔ megafoon • Beleidspartner • Klankbord / schakelbord • Inspraak in het beleid • Stem van jongeren 	<ul style="list-style-type: none"> • Dynamisch gegeven • Strategisch en communicatief sterk aanwezig / zichtbaar / sterke band met politiek • Megafoon = <ul style="list-style-type: none"> • De stem van jongeren laten horen naar de buitenwereld/beleidsmakers • De jeugdraad bekend maken (naar jongeren en beleidsmakers) • Pro-actief • Gesprekspartner jongeren en beleid





Bij WOW! Werden er twee extra acties genoteerd:

- Filmpje met verschillende slogans/boodschappen van Jeugdraad Mechelen. Er worden grappige slogans letterlijk uitgebeeld en op het einde verschijnt de 'echte' boodschap.
- Douanegebouw als studeerplek voor jongeren.
- Speler KV Mechelen interviewen om deel te nemen aan de jeugdraad.

⇔ **FOCUS KOMENDE MAANDEN:**

Op basis van de clustering tijdens de vorige vergadering en het gesprek met de dienst MarCom, komen er vier acties naar boven:

- Black-out van verschillende kanalen
- Ledenwerving via scholen en evenementen
- Filmpje jeugdraad
- De eerste Jeugdraad

Elke actie werd reeds kort overlopen wat betreft timing, to do's en stappenplan. Tijdens de komende bijeenkomsten wordt dit verder uitgewerkt.

a) Black-out van verschillende kanalen

DOEL: bekendmaking van het bestaan van de Jeugdraad op een opvallende manier.

WAT: verschillende online kanalen van verenigingen, instanties... die met jongeren aan de slag gaan vragen om hun facebook/instagram tijdelijk zwart te laten gaan (beide afbeeldingen). Indien het zwart gaan niet haalbaar is, enkel de vraag om de boodschap van de jeugdraad allemaal samen online te verspreiden (Facebook en Instagram): wie is de jeugdraad, waarom bestaan we en wanneer komen we de eerste keer samen (september)?

PARTNERS:

Stedelijke kanalen	Jeugdverenigingen
2800Leeft	Jeugdbewegingen (24x)
Project Wolf	Partners Transit M (klimkaffee / Circolito / Skatehouse)
Manestarters	Jeugdhuizen (3x)
H30	Speelpleinen (3x)
Sport + verenigingen	Mest vzw (ondernemen)
Talentedfabriek	ROJM
Preventie	JAC
Transit M	Overkop
Cultuurcentrum	Okan
	Awel
	Tumult
	VDS
	Scholen (Smartschool) of leerlingenraden
	...

BENODIGDHEDEN:

- Filmpje
- Contactgegevens partners
- Boodschap jeugdraad
- Basisbericht
- ...

TIMING: Midden juni willen we de boodschap verspreiden (blokperiode).

b) Ledenwerving via scholen en evenementen

DOEL: outreachende bekendmaking van de jeugdraad, aanwezig zijn in de leefwereld van jongeren en de mogelijkheid om leden werven OF jongeren uit te dagen na te denken over het stedelijk beleid.

WAT: Aanwezig zijn in de leefwereld van jongeren op een aantrekkelijke en - op maat van jongeren – manier. Dit door middel van een opvallende caravan, jeugdraadkar... Jongeren uitdagen om in gesprek te gaan over 3 verschillende thema's.

PARTNERS:

SCHOLEN	EVENEMENTEN
Thomas More	Parkpop
Leerlingenraden van middelbare scholen (3 ^{de} graad)	Dijlefeesten: BESTAAT NIET MEER
Middelbare scholen (op de speelplaats)	Maanrock
Begeleidende leerkrachten	Feestdag 21 juli
	DEELGEMEENTES?
↔ DIENST ONDERWIJSONDERSTEUNING	Feesten jeugdverenigingen
	Student Kick off?

BENODIGDHEDEN:

- Flyers / visitekaartjes / uitnodiging eerste jeugdraad September
- Posters
- Caravan/Jeugdraad kar
- TV-schermbild (filmpje)
- 3 thema's + standpunten
- Methodiek
- T-shirts/truien (zichtbaarheid)
- Merchandise (badges, zadelovertrek, oordopjes...)
- Wedstrijd? Prijzen?

TIMING:

SCHOLEN	EVENEMENTEN
Contact met de scholen einde mei/begin juni	Juli
Afspraken eerste weken in september	Augustus
Thomas More? Start pas eind september waarschijnlijk	Begin september

c) Filmpje jeugdraad

DOEL: Online bekendmaking bestaan Jeugdraad samen met de boodschap waarvoor de jeugdraad staat.

WAT: Kort, krachtig en aantrekkelijk filmpje met verschillende – al dan niet ludieke – slogans die letterlijk worden uitgebeeld. Op het einde de slogan waar de jeugdraad voor staat, de kerntaak van de jeugdraad over brengen. Aanvullend wordt het filmpje / de slogans in de kijker gezet via bierviltjes (met QR-code als verwijzing naar het filmpje) die in de café's worden verspreid.

PARTNERS:

- Project Wolf
- Dienst MarCom
- Zie ook actie a)
- Dienst Economie: contactenlijst van café's waar bierviltjes mogen worden achtergelaten
- Jongeren die willen meewerken?



BENODIGDHEDEN:

- Youtube Jeugdraad kanaal?
- Film materiaal
- Scenario (draaiboek met verschillende slogans, benodigdheden...)
- Slogans + effectieve boodschap
- Contactenlijst café'
- Leuke pagina op website waar QR-code naar verwijst
- ...

TIMING: Filmpje moet begin juni af zijn.

d) De eerste Jeugdraad

DOEL: De bekendmaking en ledenwerving van voorgaande acties omzetten in een eerste jeugdraad.

WAT: De eerste officiële Jeugdraad organiseren volgens de nieuwe invulling (statuten, werkwijze...).

PARTNERS:

- Deelraden (JGDnetwerk2800)
- Popraad
- Stadsdiensten (H30, CCM, Talentenfabriek...)
- Jeugdverenigingen
- 2800Leeft

BENODIGDHEDEN:

- Draaiboek
- Vorm van de eerste jeugdraad?
- Locatie, inhoud...?

TIMING: De eerste jeugdraad wordt eind september georganiseerd.

VOLGENDE JEUGDRAAD VERGADERING

Onderstaande punten worden voorgelegd op de volgende Jeugdraad bijeenkomst. Deze is vastgelegd op zondag 29 maart van 18u30 – 22u met pizza!

IEDEREEN heeft twee opdrachten mee naar huis gekregen:

- Denk nog eens na over toffe slogans voor de jeugdraad.
- Denk na over de actie waar jij je voor hebt opgegeven:
 - Alexander: b); d)
 - Julie: c); d)
 - Kato: c); d)
 - Wouter: b); d)

Je kan voor je opdracht onderstaande tabellen gebruiken om alle taken specifiek op te lijsten.

DRAAIBOEK				
UUR	TAAK	WAAR	WIE	OPMERKING
Specifiek: wat gebeurt er wanneer	Omschrijf wat er op het moment moet gebeuren	Geef aan waar het doorgaat	Noteer de persoon die het uitvoert/die hiervoor verantwoordelijk is	Geef extra info indien nodig

RETROPLANNING			
DATUM	TAAK	WIE	OPMERKING
Tegen wanneer moet iets gebeuren?	Omschrijf de taak zo specifiek mogelijk	Noteer de persoon die de taak zal uitvoeren	Geef nog extra info wanneer dit nodig is

AANVULLING AGENDA VOLGENDE VERGADERING:

- a) Praktische jeugdraad bijeenkomsten:
 - Vaste agenda structuur?
 - Output verslagen vergaderingen?
- b) Advies gevraagd voor burgerpanel Mechelen (dienst participatie): 'hoe je een goede mix maakt tussen een bruisende stad en een stad met voldoende rust en rustplekken.'
- c) Advies over ontstaan nieuwe jeugdwerkinitiatieven? (dienst jeugd).
- d) Aanpassing subsidiereglement security (op vraag van jeugddienst) – deadline verschoven.

TER INFO:

- e) Definitie open Jeugdwerk

