

# Campagne handreiking 'jongeren'

Beste lezer,

In deze handreiking vindt u informatie die kan helpen bij de doelgroep jongeren. Het bevat algemene informatie, specifieke onderwerpen, do's en don'ts voor de campagnetijd én wat campagne ideeën. Het is een adviesstuk om uw afdeling op weg te helpen. Het doel is om kennis op te doen en de informatie te filteren die voor uw afdeling geschikt en toepasbaar is. Voelt u zich dan ook vrij om dat te doen.

Met dit stuk hopen wij uw afdeling te ondersteunen in het samen recht doen met én voor jongeren.

Blijf daarbij netwerken en in gesprek gaan met jongeren; ze willen echt meedenken!

Mochten er nog vragen blijven staan of juist ontstaan, dan kunt u mij altijd benaderen.

Namens het PerspectiefF bestuur,

Eva Kerklaan – [lokaalenleden@perspectief.nu](mailto:lokaalenleden@perspectief.nu)



# Algemene informatie

## De doelgroep jongeren

'Jongeren' is een brede term. De leeftijdsgrenzen lopen van ongeveer 16 jaar tot 30 jaar met wat uitzonderingen naar onder.

Dit betekent dat er een groot verschil zit in type mensen, interesses en levensfasen.

De groep van 16-18-jarigen is nog niet stemgerechtigd. Een deel zit nog op de middelbare school en een deel begint net aan de vervolgopleiding.

De groep van 18-22-jarigen zijn de studenten. Maar deze groep loopt zeker wat uit naar boven.

Studenten kunnen op zichzelf wonen of nog bij hun ouders wonen.

De groep van 22-26-jarigen zijn de starters. Ook in deze groep zitten weer uitschieters naar boven.

Vaak gaat men in deze tijd samenwonen/trouwen en werken. Let wel: deze groep kan gemakkelijk tot 28-jarigen gaan. Dit laatste is voornamelijk ook afhankelijk van het opleidingsniveau.

De groep van 26-30-jarigen zijn vaak de jonge gezinnen of 'wens'gezinnen. Natuurlijk zit hier een groot verschil in, maar zeker in christelijke kringen sticht men nog relatief jong een gezin.

Begrijpelijk is dan dat deze subgroepen verschillende wensen hebben.

De 16-18-jarigen vinden het interessant dat er studentenwoningen beschikbaar zijn en ze voldoende ontspanning kunnen vinden.

De 18-22-jarigen vinden het belangrijk dat het openbaar vervoer goed geregeld is, dat het uitgaansleven goed is geregeld én beginnen zich langzaam te focussen op de woningmarkt.

De 22-26-jarigen vinden het belangrijk dat er voldoende huizen en banen beschikbaar zijn. Daarnaast blijft hier de interesse voor het openbaar vervoer.

De 26-30-jarigen vinden het belangrijk dat een buurt toegankelijk en veilig is. En voor de mensen die eerst een huurwoning hadden is het hier relevant dat de koopwoningmarkt benaderbaar is.

Voor elke afdeling is het interessant om te onderzoeken op welke subgroepen ingezet kan worden.

Een stadse afdeling heeft veel studenten en zal daar goed op in kunnen zetten. Tegenwoordig trekken jongeren wat later weg uit hun studentenstad dus ook de starters zijn een belangrijk punt in de steden.

Een afdeling rondom de steden zal starters en jonge gezinnen trekken. Mensen die willen settelen en de stad daar niet meer geschikt voor vinden, maar wel die binding met de stad graag houden.

Een afdeling die wat verder weg ligt, kan wat meer moeite hebben met jongeren. Zeker als de huizenmarkt niet toegankelijk is of alle andere jongeren wegtrekken, is de gemeente niet aantrekkelijk meer voor jongeren. Wat dan een interessante investering zou kunnen zijn, is inzetten op de groep 16-18-jarigen. Dit betekent dat je inzet op het later oogsten van je stemmen. Maar wellicht trekt het ook juist jongeren na hun studie weer terug naar jullie gemeente. Wie niet zaait die oogst niet.

Er zijn ook afdelingen waarbij een grote variatie aan jongeren is. Ik neem Twente even als voorbeeld.

Veel jongeren blijven tijdens hun studie thuis wonen. Immers, enkel de universiteit is niet dichtbij.

Daarnaast blijft veel familie in Twente wonen en heeft dit grote waarde waardoor de jongeren moeizamer wegtrekken. Het effect: er wonen zowel studenten, universitaire studenten komen als starters terug én het is aantrekkelijk voor gezinnen. Dan is inderdaad de doelgroep erg breed. Ons advies: zet in op klimaat voor de studenten, woningen voor de starters en veiligheid/leefbaarheid voor de gezinnen.

*Tip:*

*Kijk goed naar jullie afdeling en wat daar relevant is. En let op: de leeftijdsgrenzen kunnen dus wat afwijken.*

*Als we in dit document verder spreken over jongeren dan zal dat de gehele groep betreffen mits anders aangegeven.*



## Het verlies van stemmen

We kunnen niet ontkennen dat wij veel jongere stemmers verloren hebben. Deze stemmers zijn naar een grote variatie aan partijen gegaan maar twee partijen springen er specifiek bovenuit: D66 en GroenLinks. We horen vaak dat het onbegrijpelijk is dat christelijke jongeren naar D66 gaan. Maar los van de ethische thema's is dat een best begrijpelijk keuze. Jongeren voelen zich bij deze partijen blijkaar gehoord en vertegenwoordigd. Terwijl wij ons ook uitspreken over dezelfde thema's. Dan is natuurlijk de vraag: wat kunnen zij dat wij niet kunnen?

Er zijn twee lessen die we hierbij kunnen meegeven:

1. Zorg dat jullie afdeling zich duidelijk uitspreekt over thema's die jongeren interessant vinden. Specifiek een sterke houding met betrekking tot klimaat maar ook de woningmarkt en diversiteit (waar mogelijk).
2. Kijk eens naar de partijen D66 en GL landelijk maar voornamelijk lokaal. Hoe voeren ze campagne? Wat kan daarvan geleerd worden? Wellicht maken zij meer gebruik van sociale media, zijn er meer jongeren te zien in de campagne of spreken zij zich sterker uit over onderwerpen die jongeren aantrekken. Van hun voorbeeld kunnen jullie leren én gebruikmaken. Het wiel hoeft niet opnieuw uitgevonden te worden.

*Do's:*

- *Ook sommige lokale partijen zijn erg goed in het trekken van de jongere stemmer. Kijk daar ook eens naar als dit bij jullie geldt.*
- *Jongeren staan radicaler in hun schoenen. Als er iets moet gebeuren dan zien zij dat ook graag gebeuren. Deel jullie successen, ga eens een middag afval rapen... Laat zien dat jullie afdeling het wil doen én doet.*

## Sociale media

Sociale media zijn een ontzettend belangrijk middel om jongeren te bereiken. Bedenk maar eens hoe vaak jongeren achter een scherm zitten. Het zou dus onverstandig zijn om dat, wat die jongeren zo vaak gebruiken, niet als campagnemiddel in te zetten. Een aantal zaken zijn hierbij van belang:

- Zorg dat de informatie toegankelijk en snel te vergaren is. Maak de kieslijst en idealen/speerpunten visueel. Zorg dat het een strakke afbeelding is en schrijf er geen hele verhalen bij. Bij te veel scrollen haken jongeren af.
- Voor de jongeren die wel geïnteresseerd zijn in jullie afdeling en standpunten moet de informatie makkelijk te vinden zijn. Zorg dat jullie website een kopje GR22 bevat met daaronder de kieslijst en verkiezingsprogramma. Hebben jullie het op Facebook gedeeld? Zet die berichten dan bovenaan de pagina vast. (Verwijder dit vastzetten na de verkiezingen weer.) Ten slotte, is het belangrijk dat jullie goed nadenken over jullie antwoorden bij een lokale kieswijzer. Waar valt wat te winnen voor bepaalde doelgroepen? Kieswijzers zijn vaak niet doorslaggevend maar wel sturend.
- Kwaliteit is enorm belangrijk. Scherpe foto's, strakke designs, één sterk campagnefilmje met goed beeld en geluid... Bij slechte kwaliteit haken jongeren af. Mocht het budget toereikend zijn dan is het inhuren van een fotograaf, videograaf of designer voor een simpel lay-out wellicht interessant.
- Kijk gerust bij andere ChristenUnie afdelingen én het landelijke kanaal voor ideeën maar kopieer niet alles. Jullie moeten als afdeling je eigen verhaal vertellen.
- Gebruik humor in jullie campagne. Dit werkt ontzettend goed bij de doelgroep jongeren. Ook originaliteit werkt. Een voorbeeld is de 'Vergeet-me-nietjes' lancering op twitter.
- Kies jullie sociale media kanalen bewust. Een georganiseerde website, facebook kanaal en Instagram pagina raden wij altijd aan. Zeker Instagram is voor jongeren een belangrijk kanaal. Youtube en TikTok kunnen ook een keuze zijn, maar let er wel op dat jullie enkel goede kwaliteit online zetten. Snapchat raden wij vaak af omdat het niet strookt met de doelgroep en geen passend kanaal is. Twitter is meer een persoonlijk middel en werkt in die strekking beter dan vanuit de rol als afdeling. Maar zeker aan te raden (als persoonlijk middel).



#### *Don'ts:*

- *Doe niet te veel. Beter een aantal goede acties dan te veel willen met slechtere kwaliteit. Zorg dat jullie bijvoorbeeld één goed campagnefilmpje en de speerpunten in een goede lay-out hebben. De acties rondom klimaat en wonen zijn wel altijd interessant om online te zetten.*
- *Maak het jezelf niet te moeilijk. Jullie acties hoeven geen wereldwonderen te zijn. Een sterke boodschap is belangrijk.*

#### *Do's:*

- *Deel ook juist de dagelijkse dingen als afdeling. Met name rondom de campagne. Het zou jammer zijn als jullie kanalen enkel opbloeien in campagnetijd. Een voorbeeld van wat kan werken na een CU-teamuitje golfen: "Wij hebben vandaag met onze afdeling het nieuwe politieke jaar ingeslagen. En wij gaan ervan uit dat onze plannen niet zo vaak in het water zullen vallen als onze golfballen."*

## **Algemene campagnepunten**

Wij krijgen vaak een heleboel vragen en geven een heleboel tips. Daarom in dit kopje een verzameling van al deze punten en onze opvattingen daarover.

#### *Don'ts:*

- *De jongere stemmer win je niet op het marktplein. Zet liever in op acties waarbij jullie echt 'doen' en jullie online campagne. Staan jullie wel op de markt? Zet dan in op een leuke foodtruck of maak blauwe suikerspinnen. Wellicht niet interessant voor de jongeren, maar het maakt jullie wel aantrekkelijker.*

#### *Do's:*

- *Zorg dat jullie minimaal één jongere het gezicht van jongeren laten zijn in de campagne. Jongeren stemmen graag op iemand met wie zij zich identificeren en die goed begrijpt welke problemen zij hebben. Het liefst zetten jullie dus minimaal één jongere relatief hoog op jullie kieslijst. Is er nu geen jongere gevonden voor de kieslijst? Zorg dan dat jullie een jongere betrekken in jullie campagne team. En voor steden: probeer de binding te zoeken met de studentenverenigingen.*
- *Om jongeren te werven is het belangrijk dat jullie jongeren actief benaderen op een vrijblijvende manier. In de meeste gevallen zullen de jongeren niet naar jullie afdeling toestappen. Wat kan werken is een cursus 'de lokale politiek' opzetten in samenwerking met andere afdelingen in jullie omgeving. Zo laat je jongeren op een laagdrempelige manier kennis maken met politiek. Wie weet blijven er net 1 à 2 jongeren bij jullie afdeling hangen.*
- *Als er een breder christelijk jongerenplatform in jullie gemeente is, dan is het interessant om iets voor deze jongeren te organiseren. Denk bijvoorbeeld aan groepen die sportweken organiseren of bijbelscholen. Die draaien vaak met vrijwilligers en vinden het erg fijn als jullie een activiteit zoals een pubquiz voor ze organiseren. Hierbij hebben jullie meteen bereik!*
- *Praat vooral met jongeren in plaats van alleen maar over jongeren.*
- *Wees eerlijk. Jongeren prikken door alles heen.*

#### *Tip:*

- *Een punt van aandacht is dat veel jongeren wat progressiever zijn. Ze knappen af als er in het verkiezingsplan staat dat drankgebruik verkeerd is en houden wat meer van een radicalere aanpak. Jullie kunnen er als afdeling voor kiezen om wat meer nuances te maken waar nodig: spreek bijvoorbeeld over 'overmatig drankgebruik' en durf standpunten in te nemen. Dit is slechts een aandachtspunt dat wij willen meegeven. Voel je vrij om het naast jullie neer te leggen.*
- *Heel belangrijk: heb vooral ook plezier in de campagne! Dit is belangrijk voor jullie team maar straalt ook zeker uit naar buiten.*
- *In het document is het thema onderwijs niet genoemd. Maar mocht dit in jullie gemeente nou een belangrijk thema zijn, dan kunnen wij zeker aanraden om daar iets mee te doen. Denk alleen al aan het verduurzamen van scholen.*



# Specifieke onderwerpen

## Klimaat

Het belangrijkste onderwerp voor jongeren is het klimaat. Voor jongeren is het een 'nu of nooit' situatie. Er moet nu wat veranderen en met hele kleine stappen komen wij er niet. In dit opzicht zijn jongeren erg radicaal. Het is ook een onderwerp dat voor alle subgroepen onder de jongeren belangrijk is.

Om het heel praktisch te maken: jongeren vinden het belangrijk dat er meer groen in wijken komt, dat er aandacht besteed wordt aan biodiversiteit, dat er een herplantingsplicht komt voor te kappen bomen, dat we op een duurzame en rendabele manier energie opwekken en investeren in duurzame bedrijven en woningen. Jongeren voelen de nood van de klimaatcrisis en zijn er vaak angstig onder: ze willen nu klimaatactie!

Daarbij worden jongeren erg enthousiast van een ambitieus verhaal dat laat zien dat er iets aan de klimaatcrisis te doen valt. Plannen waar men meteen aan de slag kan én er in jullie gemeente grote stappen rondom duurzaamheid worden gezet, zijn aantrekkelijk voor jongeren. Het helpt om die ambities uit te spreken, bijvoorbeeld om in jullie gemeente de beste fietsinfrastructuur van het land aan te leggen of in een paar jaar het aantal elektrische laadpalen met een groot percentage te verhogen.

Ook zoeken jongeren naar blijvende duurzaamheidsoplossingen, die een vaste plek zullen krijgen in de duurzame samenleving van de toekomst. Visie is hierbij van belang. Niet alleen de verhoging van duurzaamheidssubsidies met een paar euro, maar ook een plan om daken in de stad zo te vergroenen dat ze blijvend bijdragen aan hittebestrijding en CO<sub>2</sub>-afvang of een samenwerkingsverband tussen jullie gemeente en bedrijven om op alle daken zonnepanelen te leggen.

Campagne ideeën:

- Ga zwerfafval ruimen én zet in op scheiding van afval in gemeentelijke panden voor zover dit nog niet is gebeurd.
- Zet een actie en motie op om te streven naar een herplantingsplicht in jullie gemeente. Let daarbij wel op welke boomsoorten er in Nederland passen, hier kan een Staatsbosbeheer bijvoorbeeld bij helpen.
- Laat jongeren meedenken over klimaatoplossingen. Voor de studentensteden is het wellicht interessant om na te denken over een 'klimaattop op gemeentelijk niveau'. Dan kunnen alle studentenverenigingen en studieverenigingen aanschuiven om voor jullie gemeente met ideeën te komen.
- Zet een campagne op die verstening tegengaat. Bijvoorbeeld door een punt op te richten waar mensen hun stenen kunnen brengen in ruil voor planten.
- Deel in de campagnetijd niet zomaar voorwerpen en flyers uit. Dit is absoluut niet te begrijpen voor jongeren. Denk eerder na over iets duurzaam wat jullie uit kunnen delen zoals een groente- en fruitnetje of een stuk afwaszeep dat men kan gebruiken in plaats van de welbekende Dreft.
- Maak als afdeling(en) een contract over hoeveel CO<sub>2</sub>- uitstoot jullie campagne mag hebben en laat dit een terugkerend thema zijn. Jullie zijn er dan zelf bewust mee bezig, volgers en leden krijgen het bewust mee én het is aantrekkelijk voor jongeren.

## Woningproblematiek

Naast het onderwerp klimaat is dit toch wel het grote onderwerp voor jongeren. Inmiddels komt de problematiek op veel facetten voor en zitten op elk van deze facetten dan ook specifieke probleempunten.

Zo is er voor de studenten de kamernood. En door het tekort aan aanbod ontstaat er natuurlijk een prijsstijging. Voor studenten is dat alleen erg lastig te bekostigen maar ze hebben geen andere keuze.



Daarnaast is er de problematiek in de huursector. Hier spelen een aantal zaken mee: zo zijn er vaak oneerlijke systemen bij woningcorporaties, is er een tekort aan vrije huur én is er geen doorstroom meer door de problematiek op de koopwoningmarkt.

De koopwoningmarkt is voor een starter praktisch onhaalbaar. Huizen onder de €200.000 zijn uiterst zeldzaam, er wonen veel mensen scheef waardoor er in het lagere segment niets vrijkomt, huizen worden gemiddeld €50.000 overboden én veel starters hebben tegenwoordig een studieschuld die wordt meegewogen in de hypotheek.

Het is een lastige situatie waarin er op gemeentelijk niveau niet alle oplossingen geboden kunnen worden. Maar de situatie is nijpend en jongeren moeten noodgedwongen weer bij hun ouders gaan wonen of komen überhaupt nooit op eigen benen te staan. Er moet iets gedaan worden naast het uiteindelijke doel van bouwen. Hierbij onze opties:

- Voor de studentensteden: ga huisjesmelkers tegen. Streef bijvoorbeeld naar een opkoopbescherming.
- Voor de huurwoningmarkt: ga in gesprek met woningcorporaties in jullie gemeente. Er zijn al gemeenten die daar prestatieafspraken mee maken; houdt daar dan de touwtjes strak. Maak bijvoorbeeld afspraken over (duurzaam) bouwen. Veel woningcorporaties hebben namelijk genoeg geld in hun kas. Daarbij is het belangrijk dat er gelijke kans is op deze woningen. Een systeem van inschrijftijd sluit starters én andere groeperingen zoals net gescheiden mensen buiten. Maak afspraken over een ander systeem zoals loten of het toekennen van punten bij elke reactie. Dit gaat tegen dat mensen 15 jaar staan ingeschreven en met 1 reacties winnen van die starters die op elke woning reageren. Er zullen geen extra huizen bijkomen, maar een gelijke kans is zeer belangrijk. Dat is samen recht doen.
- Voor de koopwoningmarkt: ook hier is de opkoopbescherming een gunstig middel. Blijf daarnaast zoeken naar nieuwe mogelijkheden. Denk aan duokoop, splitsen van woningen, koopgarant woningen, premantelzorgbeleid etc.
- Een overkoepelend idee kan zijn om meer jongeren bij (alleenstaande) ouderen te laten wonen. Of studenten/starters in verzorgingstehuizen te laten wonen. Hier zijn al een aantal interessante voorbeelden van in Nederland.

*Tip:*

- *Belangrijk: blijf daadkrachtig! Hoeveel gemeenten hebben niet gezegd 'Wij kunnen niet bouwen voor starters.' en zeggen nu ineens 'We moeten toch kijken naar eventuele tijdelijke (container)woningen voor starters en vluchtelingen.'? Blijf daar in daadkracht bovenop zitten en vraag je altijd af 'Kan het echt niet, of wil men niet naar nieuwe oplossingen zoeken?'.*

*Campagne ideeën:*

- *Organiseer een rondetafelgesprek tussen jongeren, wethouder én woningcorporatie. Dit bevordert het begrip én kan tot hele praktische oplossingen leiden.*
- *Gebruik een terugkerend voorwerp om dit thema in jullie campagne te belichten. Denk aan een doos of een beeldje van een huis.*

## Zorg en mentale gezondheid

Enorm veel jongeren hebben last van mentale problemen. Een gezamenlijk onderzoek van het Trimbos-instituut, het RIVM en GGD GHOR Nederland toonde onlangs aan dat meer dan de helft van de jongeren kampt met psychische klachten en 1 op de 4 jongeren soms gedacht heeft/denkt om liever dood te zijn.

Dat zijn schrikbarende getallen maar het is wel de realiteit. Jongeren ervaren stress, angst, prestatiedruk en eenzaamheid. Dit is niet enkel voor de studenten, ook de scholieren en de starters ervaren de extreme druk.

Daarbij blijven de lange wachtlijsten voor de (jeugd)zorg een belangrijk issue voor jongeren.

Wat kunnen jullie als afdeling doen rondom dit thema? Ten eerste is het erg belangrijk om met jongeren in gesprek te gaan: 'wat kunnen we voor jullie betekenen?'. Jongeren zitten vaak vol creatieve ideeën. Daarnaast is het belangrijk om naar buiten te brengen



dat jullie het probleem erkennen en er alles aan willen doen om de situatie beter te maken; een stukje begrip tonen. Zet tenslotte in op het idee dat iets 'anders' ook normaal is. Jongeren mogen ook gewoon jong zijn zonder de enorme prestatiedruk en met de ruimte om tegen muren aan te lopen en fouten te maken.

Campagne ideeën:

- In navolging van de campagne van Paul Blokhuis "Hey, het is oké", waarbij het doel was om mensen in de omgeving van iemand met een psychische aandoening te helpen het gesprek hierover aan te gaan, kan het een idee zijn om eenzelfde campagne op te starten. Ga het gesprek aan met jongeren die kampen met deze mentale problemen. Of ga het gesprek aan met willekeurige jongeren en besef hoe vaak deze problematiek voorkomt.
- Blijf inzetten op voldoende ontspanningsplekken voor jongeren.
- Veel mensen die piekeren liggen vaak wakker. Organiseer 'een nacht van wakker liggen' waarin jullie één nacht aandacht besteden en actievoeren voor de mentale gezondheid van jongeren. Dit kan in samenwerking met andere partijen, andere ChristenUnie afdelingen en/of studentenverenigingen.

*Tip: bedenk je wat de onderliggende oorzaken van de mentale klachten zijn. Voor veel jongeren is de combinatie van studieschulden, het idee 'kan ik ooit nog ergens wonen?' en de vraag of zijzelf of hun kinderen nog wel een leefbare aarde hebben, de grote oorzaak van de klachten.*

## (Openbaar) vervoer

Vervoer is voor jongeren een belangrijk thema. Specifieker nog is het de wens om groen vervoer. Het openbaar vervoer is enorm in trek. Maar dit vereist natuurlijk dat het openbaar vervoer ook daadwerkelijk goed georganiseerd is.

Daarnaast blijft fietsen een belangrijk middel, voor de student, maar zeker ook voor de middelbare scholier en de starter. Het is een vervoersmiddel dat klimaatvriendelijk én goedkoop is. Daarbij blijft de wens van veel jongeren voor minder auto's in de (binnen)steden.

Campagne ideeën:

- *Organiseer samen met andere afdelingen een activiteit om het openbaar vervoer te promoten. Dit is met name interessant voor vormen die meerdere gemeenten betreffen. Een voorbeeld hiervan is de Nedersaksenlijn die van Groningen tot in Overijssel van belang is én voor veel jongeren zeer gewenst is. Een ander voorbeeld is de Lelylijn. Ga bijvoorbeeld als afdelingen de huidige route van boven naar onder reizen met een bijpassende slogan zoals 'dit lijntje kan korter'. Hetzelfde kan natuurlijk ook bij fietsverbindingen. Ga van A naar B fietsen en kijk wat er beter kan.*
- *Initieer een autovrije (zon)dag in jullie stad. Wellicht wordt het wel zo goed opgepakt dat het uitgebreid kan worden. Maar het is een kleinere drempel dan meteen een compleet verbod initiëren.*

## Diversiteit

Een ander belangrijk onderwerp is diversiteit. Maar dit is ook een lastig onderwerp aangezien de achterban en afdelingen hierin verschillen. Wij willen jullie meegeven om in te zetten op acceptatie van iedereen. Hoe mooi is het als in jullie campagne een enorm divers beeld wordt neergezet?! Diversiteit is een enorm breed begrip: het gaat van LHBTI naar mensen met een beperking én verder. Voor jongeren is het in ieder geval duidelijk: zet in op inclusiviteit, dat iedereen in de gemeente 'mag zijn zoals je bent.'

Cruciaal bij de benadering van diversiteit is dat het leren kennen van anderen centraal staat. De ChristenUnie kan juist vanuit haar visie stimuleren dat mensen door de verschillen heen samen gaan werken en leren ontdekken waarin men elkaar kan aanvullen. Ook dat is samen recht doen. Concreet: in een stad kan dat neerkomen op het stimuleren van buurtprojecten in diverse wijken of juist tussen verschillende wijken, waarbij men een speeltuin opknapt of een parkje onderhoudt, en elkaar ontmoet. In een kleinere gemeente kunnen via het



onderwijs projecten georganiseerd worden waarbij kinderen meerdere culturen in Nederland beter leren kennen.

Tegelijkertijd verlangen jongeren ook dat een partij zonder twijfel staat voor rechtvaardigheid op gebied van diversiteit. Een gemeente doet er goed aan een actieve aanpak te hebben om racisme te bestrijden of kan campagnes organiseren om pestgedrag tegen LHBTI-jongeren te verhelpen. Met die benadering kan jullie afdeling staan voor kwetsbare groepen, terwijl jullie werken aan de groei van de eenheid in de samenleving.

*Campagne ideeën:*

- *Voor de jonge gezinnen zijn speeltuinen relevant. Ga eens na of in jullie gemeente de speeltuinen toegankelijk zijn voor kinderen met een beperking. Dien daar anders een motie voor in.*
- *Bezoek eens andere gemeenschappen of migrantenkerken waar jullie nog geen aansluiting bij kunnen vinden. Ook zij horen bij jullie gemeente.*

## Zorg voor de ander

Naast hun eigen problematiek blijven jongeren belangrijk vinden dat er recht wordt gedaan daar waar recht gedaan moet worden. Opkomen voor de groepen die kwetsbaar zijn of waar de stem soms niet hard genoeg naar voren komt.

Een voorbeeld hiervan is de opvang van vluchteling. Dit gaat ook veel jongeren aan het hart terwijl ze vaak in dezelfde vijver aan huizen vissen. Blijven uitspreken en blijven doen voor de kwetsbare mens is juist wat ons als ChristenUnie sterk maakt. Blijf daar vooral op inzetten en doe dit waar mogelijk ook zeker samen met studentenverenigingen of stichtingen zoals Present.

*Tip:*

- *De groep 'vluchtelingen' springt er voor jongeren vaak uit.*

*Campagne ideeën:*

- *Zamel jassen in voor daklozen in jullie gemeente of zamel sinterklaascadeaus in voor gezinnen die het niet breed hebben. Als bijeffect is dit natuurlijk duurzaam door het hergebruik van spullen.*
- *Ga samen met studentenverenigingen of middelbare schoolklassen tuinen in de armere wijken opknappen: win-win als hierbij stenen voor planten worden vervangen.*
- *Laaggeletterdheid blijft een belangrijk thema waar gelukkig in veel gemeenten al wat mee wordt gedaan. Een leuk idee kan zijn om een voorleesmiddag voor kinderen te organiseren om het lezen wat te promoten. Vaak vinden de middelbare scholieren dit ook interessant. Zoek dus bijvoorbeeld de samenwerking tussen basisscholen en middelbare scholen hierbij.*
- *Start een buddyproject: koppelen een jongere aan een vluchtelingjongere. Voor beide jongeren is dit vaak ontzettend leerzaam en inspirerend.*

