

Bijlage bij vraag 78: een MDT-proof partnerschap

Om een duidelijker beeld te kunnen schetsen wat organisaties (en partnerschappen) moeten kunnen en doen om aan het criterium 'MDT-proof organisatie' te kunnen voldoen, wordt in deze bijlage uitleg gegeven over wat er wordt verstaan onder een MDT-proof organisatie.

Een succesvolle MDT stelt jongeren centraal bij het maken van een goede match van jongere en MDT-plek en biedt begeleiding op maat, gericht op zowel persoonlijke, praktische en inhoudelijke ontwikkeling als maatschappelijke impact. De mate waarin binnen MDT aandacht wordt besteed aan talentontwikkeling van de jongere en de opleidingen en trainingen die hem in dit kader worden aangeboden, maakt dat het zich onderscheidt van reguliere vrijwillig inzet en arbeid. Dat er binnen MDT altijd sprake moet zijn van maatschappelijke impact en dat MDT niet verbonden is aan het volgen van een opleiding maakt dat het zich onderscheidt van reguliere stageplekken. MDT draagt direct bij aan de ontwikkeling van jongeren door hen inzicht te geven in eigen vaardigheden, talenten en een toekomstbeeld. Bovendien ontwikkelen jongeren kennis, vaardigheden en talenten door te doen. Een belangrijke meerwaarde van MDT is bovendien dat jongeren zich gehoord en gezien voelen, ook waar dat voor jongeren niet altijd vanzelfsprekend is.

In bijlage B Eindrapportage begeleidend onderzoek leest u welke werkzame elementen van belang zijn voor een aanpak die MDT-proof is. Om MDT-proof te zijn, moet er in ieder geval sprake zijn van:

Een professionele en ervaren projectorganisatie

- Het partnerschap heeft een duidelijk beeld van hoe de samenwerking tussen organisaties is georganiseerd en bijdraagt aan de kwaliteit. Daarbij wordt tenminste de verdeling van de functies 'werving', 'matching' en 'begeleiding' toegelicht. Expertise op al deze functies is vereist. Een slimme verdeling maken van functies op basis van sterktes en zwaktes van organisaties wordt hierbij aanbevolen.
- Het partnerschap beschikt over een sterke interne organisatie en extern netwerk, gericht op jongeren. Het doorontwikkelen van een goede MDT-aanpak vraagt een stevige organisatiekracht van de betrokken partijen. Het uitdenken van de aanpak, het werven van jongeren en begeleiders, het matchen en begeleiden van jongeren en de stap maken naar een forse opschaling vraagt denkwerk en inspanning. Uit de proeftuinen blijkt dat partnerschappen die beschikken over de capaciteit, ervaring en vaardigheden gericht op jongeren, meer kans van slagen hebben. Onder ervaring en vaardigheden wordt in ieder geval (maar niet uitsluitend) verstaan:
 - Een al bestaand, actief netwerk onder jongeren
 - Werving onder jongeren
 - Communicatie naar en met jongeren
 - Een gestructureerd intakeproces met jongeren vormgeven en uitvoeren
 - Talentontwikkeling bij jongeren. Jongeren krijgen inzicht in hun talenten en leren deze benutten voor hun toekomst.
 - Begeleiding en motivering van jongeren gedurende de uitvoering van de MDT
 - Netwerkvaardigheden, om contacten met eventuele samenwerkingspartners te onderhouden en het netwerk te vergroten
- De focus van het partnerschap dient specifiek gericht te zijn op jongeren, want een professionele organisatie op zichzelf is geen garantie. In de praktijk blijken er namelijk professionele organisaties te zijn waarbij de proeftuinen moeilijk van de grond komen, omdat de capaciteiten, vaardigheden en/of ervaring gericht op jongeren ontbreekt.
- Ook nieuwe organisaties die passen binnen het MDT-ontwerp kunnen worden opgenomen in het partnerschap. Zij moeten kunnen aantonen dat ze aanvullend zijn op wat er al is. Er mag een opbouw zitten in de uitbreiding van het partnerschap. U kunt in het plan aangeven hoe u andere organisaties gaat betrekken. U kunt tijdens het eerste jaar van het project maximaal tweemaal een aanvullende aanvraag indienen bij ZonMw voor financiering van aanvullende partners. Daarbij is het van belang om de synergie tussen alle partners goed te benutten en te verbinden.
- Bij alle deelnemende organisaties in het partnerschap is er draagvlak binnen de eigen organisatie. Dit uit zich in commitment van het bestuur en het vrijmaken van capaciteit.

Werving van jongeren

- De motivatie van verschillende groepen jongeren wisselt en verandert tijdens hun MDT, dus de manier om hen te motiveren voor MDT ook.
- Het ontwikkelen van vaardigheden is de belangrijkste motivatie om jongeren op te werven, gevolgd door 'iets voor een ander doen'. Naast deze 2 motivaties spreken uit het kwalitatief onderzoek nog 3 andere duidelijke motivaties: 'erbij willen horen', 'iets doen met anderen' en 'plezier hebben'. Aansluiting bij deze motivaties bevordert de werving doordat jongeren zich aangesproken voelen.
- Werving is succesvoller op de plekken waar jongeren veelal zijn, dus dicht bij de leefwereld van jongeren, waardoor het contact laagdrempeliger is. Bijvoorbeeld via scholen, sport- en (vrije tijds)verenigingen of jongerenwerk. Het partnerschap heeft een duidelijke strategie voor het werven van jongeren en kan duidelijk maken via welke vindplaatsen zij gaat werven. Een breed netwerk van partners die als vindplaats dienen voor de werving wordt daarbij aanbevolen.
- Het partnerschap maakt duidelijk via welke kanalen zij jongeren gaat werven. De ervaring leert dat een face-to-face benadering op dit moment het meest effectief is in de werving. Bijvoorbeeld door het inzetten van jongeren als ambassadeurs. Maak in het plan van aanpak concreet hoe u dit wilt gaan vormgeven. Inzet van social media heeft op dit moment nog weinig succes.

Aanbod, begeleiding en erkenning voor jongeren

- Partnerschappen hebben voor jongeren een concreet en uitdagend aanbod van werkzaamheden en activiteiten in een breed scala van sectoren dat aansluit bij hun leefstijl en interesses. Jongeren worden gematcht vanuit hun interesses en kwaliteiten.
- Het partnerschap is verantwoordelijk voor goede begeleiding bij de plek waar de jongere zijn MDT doet (de zogenaamde doe-organisatie) en een vast aanspreekpunt voor de jongere van begin tot eind van het MDT-traject. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen goed bereikbare praktische begeleiding, zowel bij het partnerschap als op de werkplek, en gestructureerde ontwikkelgerichte begeleiding.
- Binnen het partnerschap en op alle plekken waar de MDT wordt uitgevoerd is professionele begeleiding van jongeren aanwezig. Daarmee bedoelen we begeleiders die ervaring hebben met het begeleiden van jongeren en dat ze hiervoor zijn opgeleid.
- De jongere krijgt (persoonlijke en inhoudelijke) begeleiding op maat tijdens de MDT. Ook is er aandacht voor reflectie van jongeren op hun MDT en zo nodig nazorg. Er is veel tijd nodig voor het opbouwen van een vertrouwensband, het onderhouden van de relatie door frequent contact en voor individuele begeleiding van jongeren. Een vast aanspreekpunt blijkt voor jongeren belangrijk te zijn. De inzet van jongerencoaches/mentoren/ervaringsdeskundigen /peers die dichtbij hen staat, blijken jongeren te waarderen. Een voorwaarde voor peer-to-peer begeleiding is dat de peers weer gecoacht worden door een professional, en dat de peers een paar jaar ouder zijn dan de te begeleiden jongeren.
- Het partnerschap heeft een duidelijk beeld van de MDT-reis die jongeren doormaken. En kan dit ook duidelijk schetsen voor de jongere. Goed verwachtingsmanagement blijkt belangrijk voor jongeren. Het partnerschap maakt duidelijk hoe het proces van werving, intake, matching, begeleiding en afsluiting/beloning er uit ziet en welke keuzemogelijkheden jongeren daarbinnen hebben. De ervaring leert dat keuzevrijheid van jongeren kan helpen bij het inrichten van een goed traject, zolang dit plaatsvindt binnen een helder proceskader. Daarmee worden verwachtingen voor zowel jongeren als organisaties helder.
- Het partnerschap zorgt voor een beloning die aansluit bij de doelgroep(en). De ervaring leert dat dit verschilt per doelgroep. Training wordt door organisaties gezien als de meest motiverende beloning, zolang het maar concreet waarde heeft voor de werkzaamheden in het MDT-traject. Daarnaast is erkenning en zichtbaarheid van de inspanningen een effectieve beloning. Dit kan via aandacht via (sociale) media, maar ook via een certificaat. Jongeren die een bepaalde achterstand ervaren hechten veel waarde aan een bijdrage aan hun cv of een meer materiële beloning.