

1-11-2017

Een onderzoek naar de meest geschikte methode waarop Expeditie Enschede jongeren van het Saxion kan benaderen om hun verhalen te delen.

*Wijkteams
Enschede*

SAXION
University
of Applied
Sciences

 **Gemeente
Enschede**

Niek Scholten & Danny Assink
SAXION

Een onderzoek naar de meest geschikte methode waarop
Expeditie Enschede jongeren van het Saxion kan benaderen
om hun verhalen te delen.

Naam	Danny Assink (322025) / Niek Scholten (334167)
Klas	EMM4VQ
School	Saxion
Opleiding	Sociaal Pedagogische Hulpverlening
Opdrachtgever	Expeditie Enschede / Marloes Veldhuizen
Begeleider	Geke Flier
Toetscode	T.AMM.37555
Datum	01-11-2017

Voorwoord

Voor u ligt het onderzoeksrapport opgesteld door Niek Scholten en Danny Assink. In het rapport worden de resultaten beschreven van het onderzoek waarbij er gekeken is welke benaderingswijze het beste aansluit bij jongeren tussen de 16 en 26 jaar op het Saxion Enschede. Met dit rapport hopen wij dat de Expeditie Enschede voldoende handvatten krijgt aangereikt om meer verhalen op te kunnen halen bij jongeren.

Dit onderzoeksrapport is in samenwerking met wijkcoaches, Expeditie Enschede en Saxion Hogeschool tot stand gekomen. Wij willen dan ook graag enkele mensen bedanken voor hun medewerking tijdens ons onderzoek. Allereerst willen wij Marloes Veldhuizen, vertegenwoordigster en reisleidster van Expeditie Enschede, bedanken voor de mogelijkheid dat wij ons onderzoek bij Expeditie Enschede mochten uitvoeren. Daarnaast willen wij graag Christine Ribbert en Nicole Ketelaar bedanken, die ons hebben begeleid in het vinden van de juiste onderzoeksvraag en het algeheel ondersteunen van ons in dit traject. Als laatste willen wij onze docent, Geke Flier, bedanken voor haar ondersteuning, feedback en begeleiding van dit onderzoekstraject.

Niek Scholten en Danny Assink,

Enschede, november 2017

Samenvatting

Sinds dat de participatiewet zijn intrede heeft gedaan, heeft de gemeente Enschede met de nota "Nieuw Enschedees Welzijn 2017-2022", zich ingezet om de stad meer te vormen tot een inclusieve stad. Een inclusieve stad is een stad waar iedereen meedoet en ertoe doet. Om dit na te streven zijn de Wijkteams Enschede met Expeditie Enschede gestart. Expeditie Enschede is een werkwijze waarbij verhalen worden opgehaald van jongeren tussen de 16 en 26 jaar die woonachtig zijn in de gemeente Enschede. Uit de verhalen van de jongeren worden gemeenschappelijke belemmeringen gehaald. Deze problemen worden als kwesties geformuleerd door Expeditie Enschede. Het idee achter het verzamelen van deze kwesties is om gemeenschappelijke belemmeringen aan te pakken zodat deze in de toekomst verminderd, of zelfs niet meer, voorkomen.

Om gemeenschappelijke kwesties te kunnen vormen zijn er (veel) verhalen nodig. Echter komen er op dit moment te weinig verhalen van jongeren binnen om gemeenschappelijke kwesties te vormen. Om deze verhalenstroom op gang te brengen is het nodig om te weten op welke manier jongeren in die doelgroep het beste benaderd kunnen worden om hun verhalen te delen. Aangezien beide onderzoekers op het Saxion Enschede zitten, waar een deel van de doelgroep zich bevindt, is ervoor gekozen om het onderzoek te houden op het Saxion Enschede.

Dit vormde voor Expeditie Enschede de aanleiding en tevens de onderzoeksvraag voor dit rapport.

Voor dit onderzoek zijn er 18 mensen geïnterviewd in de leeftijdscategorie van 16 tot en met 26 jaar die werkzaam zijn of studeren op het Saxion Enschede. De vragen waren gericht op welke manier van benaderen het beste zou aansluiten bij deze doelgroep. Er is gevraagd op welke manier de jongeren zelf benaderd zouden willen worden op het Saxion te Enschede, waarbij de verschillende mogelijkheden vanuit de theorie zijn aangedragen aan deze jongeren. De resultaten van dit onderzoek geven weer dat jongeren op het Saxion graag persoonlijk benaderd willen worden. Dit willen ze dan het liefst op de face to face manier of per e-mail waarin ze persoonlijk worden benaderd. Ze geven hierbij aan dat het belangrijk is dat het interessant moet worden overgebracht en dat het geen verkooppraatje moet lijken. Tevens stellen de jongeren de voorwaarde dat de benadering per e-mail aan hen persoonlijk gericht moet zijn in plaats van een algemene mail met dhr. of mevr. als aanhef.

Uit de interviews die afgenomen zijn, kwam naar voren dat bijna geen enkele respondent van Expeditie Enschede had gehoord. Een aanbeveling hierop is dat de naamsbekendheid van Expeditie Enschede vergroot zal moeten worden om meer verhalen op te kunnen halen. In het onderzoek is alleen gevraagd naar de manier van benaderen. Er is geen experiment uitgevoerd om na te gaan wat de effectiviteit van een bepaalde benaderingswijze precies kan zijn. Hier zal mogelijk in de toekomst verder onderzoek naar gedaan kunnen worden.

Inhoud

Voorwoord	2
Samenvatting.....	3
1. De aanleiding.....	6
1.1 Aanleiding.....	6
1.2 Doelstelling.....	7
1.3 Hoofd- en deelvragen.....	8
1.4 Leeswijzer	8
2. Theoretisch kader	9
2.1 Wat is in de literatuur bekend over de inclusieve samenleving?.....	9
2.1.1 Voordelen	9
2.1.2 Belemmeringen	10
2.2 Welke benaderingswijzen zijn er om jongeren tussen de 16 en 26 jaar te bereiken op het Saxion?	11
2.2.1 Kenmerken van de doelgroep	11
2.2.2 Verschillende manieren van benaderen	12
2.2.3 Effectieve benaderingswijze.....	13
2.3 Conclusies theoretisch kader	16
2.3.1 Wat er in de literatuur bekend is over een inclusieve samenleving.	16
2.3.2 Welke benaderingswijzen er zijn om jongeren tussen de 16 en 26 jaar te benaderen op Saxion.	16
3. Methode van onderzoek	17
3.1 Onderzoekstype	17
3.2 Methode van dataverzameling	18
3.3 Onderzoekspopulatie en steekproef.....	18
3.4 Validiteit & Betrouwbaarheid.....	19
3.5 Ethische overwegingen	20
4. Resultaten.....	21
4.1 Respondenten	21
4.2 Naamsbekendheid Expeditie Enschede	22
4.3 Benaderingswijzen	22
4.3.1 Eigen invulling respondenten over manier van benaderen	22
4.3.2 Persoonlijke benadering.....	23
4.3.3 Voor/-en nadelen persoonlijke benadering	23
4.3.4 Benadering in groepen	24

4.3.5 Voor/- en nadelen benadering in groepen.....	24
4.3.6 Social media.....	24
4.3.7 Benaderen via de mail.....	25
4.3.8 Deelname aan de verteltafel.....	25
4.3.9 Tijdstip en locatie van benaderen	26
5. Conclusie	28
5.1 Conclusie deelvraag.....	28
5.2 Conclusie hoofdvraag	29
6. Aanbevelingen.....	31
6.1 Het vergroten van de naamsbekendheid.....	31
6.2 Terugkoppeling geven aan jongeren.....	31
6.3 Experimenteren met de benadering	31
6.4 Het persoonlijk benaderen van de doelgroep.....	32
7. Sterktes en zwaktes.....	33
7.1 Sterktes van het onderzoek.....	33
7.2 Zwaktes van het onderzoek.....	33
7.3 Discussie	34
Bibliografie	36
Bijlage 1. Operationalisatie	40
Bijlage 2. Overeenkomst onderzoeksopdracht	42

1. De aanleiding

In dit hoofdstuk wordt er met behulp van het trechtermodel de aanleiding van het onderzoek besproken. Vanuit een theoretische achtergrond wordt er naar een antwoord op de hoofdvraag gewerkt. Deze vraag is dan ook de aanleiding van het onderzoek. De hoofdvraag wordt geformuleerd in hoofdstuk 1.3.

1.1 Aanleiding

In 2007 is de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo) geïntroduceerd. Deze wet is in het leven geroepen om passende zorg aan te bieden, met als doel om burgers zo goed mogelijk in staat te stellen om deel te nemen aan de samenleving (Zorgwijzer.nl, 2016). Compensatieplicht staat hierin centraal. Dit houdt in dat gemeenten verplicht zijn om mensen met een beperking of psychische problematiek te compenseren voor de beperking die zij ondervinden bij hun zelfredzaamheid en participatie (Movisie, 2015). Een gevolg hiervan is dat er voorzieningen moeten worden aangeboden om hen te ondersteunen in de participatie in de samenleving.

In januari 2015 is de Wmo vernieuwd waarin de compensatieplicht is verruimd. Dit houdt in dat de gemeenten maatwerk dienen te leveren, maar dat er ook wordt gekeken naar wat iemand zelf kan bijdragen. Deze eigen invulling van de gemeente vormt samen met de inzet van eigen kracht of, indien van toepassing, gebruikelijke hulp of mantelzorg een samenhangend ondersteuningsaanbod, ofwel maatwerk (Movisie, 2015). Vanuit deze wet is het automatisch recht op zorg komen te vervallen en heeft de gemeente nu een resultaat verplichting (Movisie, 2016). Dat betekent dat de gemeente kijkt naar wat het doel van de aanvraag voor zorg is. Er zijn verschillende manieren om zorg aan te bieden, het uitgangspunt is om eerst in het eigen netwerk te gaan kijken of de zorg hier geboden kan worden. Mocht hier niet het maatwerk geleverd kunnen worden, dan kan er worden gekeken of er professionele opties zijn om de zorg aan te bieden.

Vanuit deze visie wordt er dus uitgegaan van de eigen kracht van mensen. Mensen moeten meedoen in de maatschappij en de werkdruk op de professionals moet worden verlicht. Op 17 september, Prinsjesdag 2013, las Koning Willem-Alexander zijn eerste troonrede voor. In deze troonrede las de Koning de zin 'de klassieke verzorgingsstaat verandert langzaam maar zeker in een participatiesamenleving'. Deze zin zorgde ervoor dat de discussie over de rol van de overheid in het sociale domein, nieuw leven werd ingeblazen (Hoeymans & Kooiker, 2013).

Deze participatiesamenleving wordt door de gemeente Enschede omarmd en zij hebben hier dan ook beleid voor geschreven. De gemeente Enschede heeft met de nota Nieuw Enschede Welzijn 2017-2022 ingezet om de stad meer te vormen tot een inclusieve stad. Een inclusieve stad is een stad waar iedereen meedoet en er toe doet. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen mensen met of zonder belemmeringen, stoornis of beperking, of in leeftijd of gender (Enschede, z.j.).

Vanuit het idee van een inclusieve stad is de transformatie ingezet om de 0^e lijn meer te versterken (de samenleving) en de 2^e lijn meer te verlichten (de professionele zorg). De 1^e lijn (zorg zonder verwijzing) blijft hetzelfde. Hierdoor is er een omschakeling in denken nodig bij zowel de burgers als de beleidsmakers. Er moet meer gedacht worden in samen in plaats van individueel, in samenleving in plaats van overheid (Enschede, z.j.).

De gemeente Enschede benadert deze manier van welzijn op het gebied van jongeren, door middel van de werkwijze Expeditie Enschede. Dit is een werkwijze waarin verhalen worden opgehaald van jongeren tussen de 16 en 26 jaar die woonachtig zijn in de gemeente Enschede. In de verhalen komt naar voren hoe zij de maatschappij ervaren en waar zij tegenaan lopen in het proberen te verwezenlijken van hun dromen en ambities. Uit de verhalen van de jongeren worden gemeenschappelijke kwesties gehaald. Een kwestie is een belemmering in de samenleving waar meerdere jongeren tegenaan gelopen zijn (Enschede W. , z.j.). Er wordt niet gefocust op individuele casussen maar door middel van deze casussen wordt er gekeken naar de gemeenschappelijke, onderliggende belemmeringen. Vervolgens worden deze belemmeringen aangepakt, waardoor in de toekomst de jongeren hier niet (of minder) mee te maken krijgen. Dit maakt dat het een preventieve werking heeft. Door de belemmeringen in de samenleving op te lossen, is het makkelijker voor jongeren om te participeren in de maatschappij.

De eerste stap in deze werkwijze is het ophalen van ervaringen van jongeren en hun netwerk. Vanuit de Expeditie Enschede worden deze verhalen opgehaald door zogenaamde 'verteltafels' of door het online vertelpunt in te laten vullen door deze jongeren. Een verteltafel is een vorm om verhalen op te halen waarbij jongeren tussen de 16 en 26 jaar worden uitgenodigd om aan een tafel in groepsverband met elkaar in gesprek te gaan. Het online vertelpunt is een online vragenlijst waarin jongeren hun verhalen kunnen delen met de Expeditie Enschede. Dit zijn enkele manieren om jongeren te laten vertellen over hun ervaringen. Rondom de belemmeringen waar deze jongeren tegenaan lopen vormt de Expeditie lerende netwerken, die bestaan uit jongeren, mensen uit de buurt en professionals. In een lerend netwerk wisselen individuen vanuit een gezamenlijke interesse voor een bepaald kennisgebied, doelbewust kennis en ervaringen uit. Binnen dit lerend netwerk wordt er onderzocht hoe kleine experimenten uitgevoerd kunnen worden waarna successen, ervaringen en leervragen bijeen worden gebracht tijdens de leerbijeenkomsten (Enschede W. , z.j.).

Marloes Veldhuizen, wijkcoach en vertegenwoordiger van de Expeditie Enschede, geeft aan in een gesprek dat er meer verhalen moeten worden opgehaald om de kwesties beter te kunnen vaststellen. Zij heeft gezegd dat er nog geen ervaring is met het ophalen van verhalen bij jongeren op het Saxion te Enschede. Omdat de doelgroep waar de expeditie zich op richt grotendeels aanwezig is op het Saxion, wil zij weten hoe deze jongeren het beste benaderd kunnen worden.

1.2 Doelstelling

Korte termijn doelstelling

De doelstelling op korte termijn is dat Expeditie Enschede inzicht krijgt hoe er verhalen opgehaald kunnen worden bij jongeren tussen de 16 en 26 jaar van Saxion Enschede.

Lange termijn doelstelling

De doelstelling op langere termijn is om Expeditie Enschede richting te geven over hoe de werkwijze van Expeditie Enschede geïmplementeerd kan worden binnen Saxion Enschede.

1.3 Hoofd- en deelvragen

Hoofdvraag

- Hoe kan Expeditie Enschede binnen Saxion hogeschool verhalen ophalen van jongeren tussen de 16 en 26 jaar om de inclusieve samenleving na te streven?

Theoretische deelvragen

- Wat is in de literatuur bekend over de inclusieve samenleving?
- Welke benaderingswijzen zijn er om jongeren tussen de 16 en 26 jaar te bereiken op het Saxion?

Praktische deelvraag

- Welke benaderingswijze sluit aan bij de jongeren tussen de 16 en 26 jaar van het Saxion Enschede?

1.4 Leeswijzer

In dit onderzoek wordt toegewerkt naar het beantwoorden van de geformuleerde hoofdvraag die te vinden is in paragraaf 1.3. In hoofdstuk twee staan de uitkomsten van het theoretisch kader beschreven. In dit hoofdstuk worden de begrippen inclusieve samenleving en de benaderingswijzen voor jongeren tussen de 16 en 26 jaar toegelicht. In het derde hoofdstuk van dit rapport worden de onderzoeksmethoden beschreven. Hierin zijn het onderzoekstype, de populatie, steekproef, instrumenten, betrouwbaarheid, validiteit en ethische overwegingen terug te vinden. In hoofdstuk vier zijn de resultaten van de afgenomen interviews weergegeven. Hierin wordt beschreven op welke manier jongeren tussen de 16 en 26 jaar het liefst benaderd worden om deel te nemen aan het project Expeditie Enschede. In het vijfde hoofdstuk wordt de hoofdvraag beantwoord door middel van de conclusies die uit de deelvragen zijn getrokken. Vanuit deze conclusies worden in hoofdstuk zes de aanbevelingen geschreven voor Expeditie Enschede. Vervolgens komt in hoofdstuk zeven de sterkte en zwakte analyse van dit onderzoek aan bod.

2. Theoretisch kader

2.1 Wat is in de literatuur bekend over de inclusieve samenleving?

In de volgende paragrafen worden de voordelen en de belemmeringen van de inclusieve samenleving beschreven. Deze worden beschreven, omdat de Expeditie Enschede is ontstaan vanuit de gedachte van de inclusieve samenleving. Om Expeditie Enschede begrijpelijk te maken is het van belang om de inclusieve samenleving te belichten.

Een inclusieve samenleving is een samenleving waarin iedereen tot zijn recht kan komen en waar geen onderscheid is ten aanzien van culturele achtergrond, geslacht, leeftijd, talenten of beperkingen (Bolsenbroek & van Houten, 2010). Er is van een inclusieve samenleving sprake, als er voldaan wordt aan enkele kenmerken. Deze kenmerken zijn dat mensen met en zonder een beperking samenleven in een maatschappij en dat zij bereid zijn elkaar te accepteren. Daarnaast maakt ieder mens deel uit van een sociaal netwerk van families, collega's en vrienden en kan gebruik maken van de voorzieningen die bedoeld zijn voor iedereen (Schuurman, 2002).

2.1.1 Voordelen

Zorgbehoevende burgers ervaren door inclusie dat zij meer integreren en participeren in de samenleving. Ook wordt het sociale aanpassingsvermogen gestimuleerd. Het hebben van sociale contacten hangt positief samen met het participeren in (vrijtijds-)activiteiten en zij maken ook meer gebruik van de sociale infrastructuur (Overmars - Marx, 2011). Het aangaan van dit soort contacten levert dus positieve energie op, waardoor zorgbehoevende burgers leren inzien dat het aangaan van sociale contacten de moeite waard is. De jongeren kunnen zorgbehoevende burgers zijn en leren door middel van het vertellen van de verhalen dat zij er niet alleen voorstaan. Hierdoor doen zij sociale contacten op, waardoor hun sociale netwerk wordt uitgebreid. Doordat er een groter sociaal netwerk ontstaat, kan er ook van meer mensen hulp in worden geroepen wanneer de jongeren ergens tegenaan lopen. Dit is waar inclusief samenleven onder andere naar streeft.

Het hebben van contact met de omgeving leidt tot meer begrip en waardering bij de mensen uit deze omgeving en zorgt er voor dat mensen zich sneller thuis gaan voelen in bijvoorbeeld de wijk waarin zij leven. De sociale netwerken van bijvoorbeeld zorgbehoevende burgers zijn vaak miniem en werken dus niet bevorderend voor inclusie. Door gebruik te maken van verschillende strategieën kunnen professionals het sociale netwerk van deze mensen ontwikkelen, waarbij onder andere gedacht kan worden aan 'person centered planning'. De person centered planning is een planningsmethode waarbij de persoon, jong of oud, geheel en al centraal staat. Het is een proces van levensplanning voor bijvoorbeeld zorgbehoevende burgers, gebaseerd op de principes van inclusie en het sociologisch model (van Panhuis, 2001). Deze strategie is er op gericht om de omgeving te betrekken bij het leven van deze persoon, op een manier dat de omgeving positief omgaat met de mogelijkheden van deze persoon en hem of haar stimuleert de gewenste toekomst te realiseren. Dit komt overeen met de gedachte van inclusie.

Nederland is een verzorgingsstaat waarin haar inwoners naar draagkracht, via belastingen, bijdragen aan een collectief budget. Zorgbehoevende burgers kunnen aanspraak maken op dit budget om hulp in te kunnen schakelen en hun bijdrage te kunnen blijven leveren aan de samenleving. Er wordt geen onderscheid gemaakt wie van dit budget gebruik kan maken. Dit is in gedachten van de inclusieve samenleving waarin geen onderscheid wordt gemaakt tussen burgers (Steyaert & Kwekkeboom, 2012).

2.1.2 Belemmeringen

Naast de voordelen van een inclusieve samenleving zoals hierboven beschreven is, zijn er ook een aantal factoren die de inclusieve samenleving belemmeren.

De verzorgingsstaat heeft de voordelen dat het draagkrachtig is, dat het zorgstelsel grootschalig is, dat dure zorg gefinancierd kan worden en dat de zorg voor familieleden overgenomen kan worden door professionals. Doordat de verzorgingsstaat zo grootschalig is en je als persoon in het zorgstelsel vrij anoniem bent, maken veel mensen gebruik en misbruik van dit zorgstelsel (Veneman & Schoenmaker, 2012).

Burgers binnen het zorgstelsel van de verzorgingsstaat zijn al vrij anoniem, maar er is ook een trend in de maatschappij waarbij het individu steeds anoniemer wordt en makkelijker in een sociaal isolement dreigt te vallen (Oomes, Bosman, & Langerak, 2014. p. 31). Volgens Putnam (2000) is het gevolg van de individualisering dat de sociale cohesie afneemt. Individualisering is een proces waarbij mensen steeds meer gaan leven in kleinere, minder sociaal gebonden eenheden, waarbij de verbindingen bestaan uit zelfgekozen relaties (Buijs M., 2015). Door de individualisering neemt de afhankelijkheid van de directe omgeving af. Hierdoor maken burgers, wanneer zij hulp nodig hebben, meer gebruik van bijvoorbeeld professionals die zorgen voor hun verzekering, onderwijs en gezondheidszorg (Veneman & Schoenmaker, 2012).

De visie van de overheid op zorgbehoevende burgers heeft ook invloed op hoe deze zorgbehoevende burgers binnen een inclusieve samenleving passen. Veneman en Schoenmaker (2012) geven aan dat wanneer mensen al van kinds af aan horen dat ze anders zijn, minder kunnen bereiken. Daarnaast komt het vaak voor dat zij niet naar school kunnen, maar naar speciaal onderwijs moeten. Hierdoor kan er van die personen niet verwacht worden dat zij zonder problemen deelnemen aan de inclusieve samenleving. Deze zorgbehoevende burgers wonen vaak in de wijk maar hebben niet voldoende vaardigheden ontwikkeld om echt mee te doen in de wijk. Meedoen aan reguliere sportclubs gaat ook nog niet als vanzelfsprekend. In de praktijk zien we dat zorgbehoevende burgers wel welkom zijn bij de reguliere sportclubs, maar dat er dan vaak een apart team of trainingsuur voor hen wordt gecreëerd. Dit laat zien dat de maatschappij zich nog moet ontwikkelen om onder andere zorgbehoevende burgers de kans te geven om mee te doen in de inclusieve samenleving.

Deze belemmeringen laten zien dat er niet automatisch vanuit kan worden gegaan dat jongeren actief hun verhalen gaan delen. Professionals blijven een rol spelen in het contact leggen met jongeren die wel een verhaal hebben, maar om diverse redenen dit niet willen of durven te delen. De professional valt dus onder het brede netwerk dat door de individualisering tot stand is gekomen.

2.2 Welke benaderingswijzen zijn er om jongeren tussen de 16 en 26 jaar te bereiken op het Saxion?

In de paragrafen hierboven is beschreven wat de voordelen en belemmeringen zijn van een inclusieve samenleving. In de volgende paragrafen worden de verschillende benaderingswijzen van jongeren beschreven. Om de verhalen op te halen bij de jongeren tussen de 16 en 26 jaar, dient er eerst te worden verkend op welke mogelijke manier zij benaderd kunnen worden om deze verhalen op te halen.

2.2.1 Kenmerken van de doelgroep

Om te kijken welke benaderingswijzen effectief zijn voor jongeren tussen de 16 en 26 jaar is het nodig om eerst de kenmerken van de doelgroep te beschrijven.

De leeftijdscategorie tussen de 16 en 26 jaar valt binnen twee levensfasen: adolescentie (17 tot en met 22 jaar) en jong volwassenen (22 tot en met 40 jaar), aldus Tieleman (2011).

Adolescentie (17-22 jaar)

Adolescenten worden gekenmerkt door het opzoeken van grenzen en door het delen van ervaringen met leeftijdsgenoten. Hierdoor ontstaat er een verbondenheid. Vanuit deze verbondenheid ontstaat er vaak een groep, die de peergroup wordt genoemd. De soms extreme afhankelijkheid van leeftijdsgenoten en de daaruit voortvloeiende conformisme, kun je beschouwen als een goede manier om zelfstandiger te worden en van thuis los te komen, zonder in een gat te vallen.

De peergroup is daarom erg belangrijk voor het versterken en behouden van de zelfwaardering in deze levensfase, waarin jongeren vaak nog onzeker zijn over welk gedrag er gevraagd wordt.

Ook de omgang met leeftijdsgenoten betekent dat extra sociale vaardigheden worden aangeleerd, het biedt mogelijkheden om met sociale rollen te experimenteren en een groep biedt de mogelijkheden om je waarden en normen te bepalen (Tielemans, 2011).

Bijna de helft van de jongeren is als vrijwilliger actief binnen een sportclub, op school of in een cliëntenraad. Ondanks de decentralisaties en bezuinigingen is het belangrijk om jongeren aan te spreken en te betrekken in de maatschappij. Meedoen betekent aansluiting zoeken bij wat jongeren interesseert (Boss, 2014). Jongeren worden gemotiveerd als zij weten dat er geluisterd wordt en als er ook daadwerkelijk iets gebeurt met wat zij inbrengen. Er zijn drie bepalende factoren om jongeren te interesseren: het moet leuk zijn, het moet iets opleveren en het moet direct zichtbaar zijn. Else Boss geeft in haar artikel (2014) aan dat gemeenten aansluiting zoeken bij jongeren, maar dat dit niet lukt. Dit komt volgens haar, doordat de gemeenten de vertaalslag van jongerenbeleid niet naar daadwerkelijke participatie kunnen maken.

Om jongeren te benaderen zijn er buiten de drie bovengenoemde factoren nog enkele trends onder jongeren die toegepast kunnen worden in de communicatie naar jongeren toe. Uit onderzoek is gebleken dat jongeren steeds meer geïnteresseerd zijn in hun lokale omgeving en de invloed die zij daarop uit kunnen oefenen. Om met jongeren te kunnen communiceren is het in deze tijd belangrijk om ze juist op te zoeken in de omgeving waarin ze leven. Dit komt doordat zij zich daar veilig voelen en ze hebben daar bepaalde invloed die ze missen wanneer ze ergens anders benaderd worden. Een voorbeeld van een omgeving waarin zij leven, is op school (de Graauw, z.j.).

Jongvolwassenen (22-40 jaar)

De jongvolwassenen vergaren kennis om deze toe te passen in het dagelijks leven. Ook zijn zij zich bewuster van de consequenties van het gedrag dat zij laten zien en van hun beperkingen daarin. Zij raken steeds meer bewust van de verschillende gezichtspunten, waarbij zij beter leren begrijpen dat verschillende mensen over verschillende meningen beschikken. De jongvolwassene neemt vaker zelf een beslissing ten opzichte van de adolescent en de jongvolwassene krijgt interesse in nieuwe hobby's en het ontwikkelen van nieuwe vaardigheden. Bij het maken van deze keuzes, houdt hij in het achterhoofd wat de mogelijke gevolgen hiervan kunnen zijn voor in de toekomst, bijvoorbeeld op het gebied van zijn werkcarrière (Tielemans, 2011).

In de periode tussen het twintigste en dertigste levensjaar settelen jongvolwassenen zich sneller. Dit houdt in dat zij onafhankelijker worden, uit huis gaan, werk krijgen en gaan samenwonen met hun partner. Rondom het dertigste levensjaar gaat men nadenken over de doelen die zijn gesteld. Er wordt nagedacht of deze doelen haalbaar zijn, of er verandering in moet komen en er wordt nagedacht over de algehele tevredenheid van het leven. Wanneer iemand wel tevreden is verloopt dit proces soepeler in vergelijking met personen die minder tevreden zijn. Deze strubbelingen kunnen resulteren in ontevredenheid op het werk, problemen in de relatie, maar kunnen ook zorgen voor fysieke en geestelijke ongemakken zoals het krijgen van paniekaanvallen (Tielemans, 2011). De hierboven beschreven situaties geven weer waar jongvolwassenen zich mee bezighouden en waar zij eventueel tegenaan kunnen lopen. Dit kunnen dan ook de onderwerpen zijn van de verhalen die op worden gehaald van mensen uit deze levensfase.

2.2.2 Verschillende manieren van benaderen

Er zijn verschillende manieren waarop de jongeren binnen het Saxion benaderd kunnen worden. Hieronder worden verschillende manieren beschreven.

Benadering via het internet

Binnen het Saxion heb je het platform Sax.nu. Sax.nu verschaft dagelijks nieuws over Saxion, het hoger onderwijs en daaraan gerelateerde onderwerpen. Alle studenten met een Saxion emailadres kunnen reageren op artikelen die worden gepubliceerd op Sax.nu (Disclaimer en huisregels, 2017).

Zoals in hoofdstuk 2.2.1 is beschreven, willen jongeren graag persoonlijk benaderd worden. Een manier hiervoor is het versturen van een email. Uit onderzoek dat PostNL in 2007 heeft verricht, is naar voren gekomen dat bij het gericht benaderen per email een hoge respons met goede effecten het gevolg is. Door de gerichte benadering bij een directe mail kan men de juiste boodschap, op het juiste moment naar de juiste persoon communiceren. Het gevolg daarvan is een hoge respons met goede effecten (Oud, Nic., 2007).

Binnen Saxion heeft elke medewerker en student een eigen e-mail account. Om een algemene directe mailing naar alle medewerkers en studenten die binnen de doelgroep vallen te sturen, via het emailaccount van Saxion, is er toestemming nodig van de raad van bestuur. Er kan een aanvraag worden ingediend, welke beoordeeld zal worden door de raad van bestuur (SAX events, persoonlijke communicatie, 8 juni 2017).

Benadering via social media

Een andere manier van benaderen, is het gebruik van social media. Ook Sax.nu maakt gebruik van social media. Op de Facebook pagina van Sax Media valt er te zien dat er 3092 personen deze pagina volgen (Facebook, z.j.) en dat er regelmatige berichten op wordt geplaatst. Daarnaast wordt het social medium Twitter veel gebruikt door jongeren. Het aantal volgers wat Sax.nu heeft op Twitter ligt boven de 2000 (Twitter, z.j.). Gezien het feit dat jongeren veel gebruik maken van social media en mogelijk tot de doelgroep behoren, (tussen de 16 en 26 jaar) zou Sax.nu een mogelijkheid zijn om jongeren te benaderen om hun verhaal te delen via het online vertelpunt.

Persoonlijke benadering

In een artikel van Karin Husslage (2014) over de manier van het bereiken van jongeren, heeft Simon van Cleeff enkele tips gegeven over hoe je de doelgroep het beste kan benaderen. Van Cleeff stelt dat alle groepen jongeren een andere aanpak nodig hebben. Hij onderscheidt twee groepen: Tweens en Young Adults. Tweens (13-19 jaar) willen communiceren met vrienden, in tegenstelling tot de Young Adults (20-34 jaar), die het op een rustige manier willen bekijken. Het heeft geen zin om jongeren een banner of een flyer te geven zonder dat ze daarbij van een boodschap worden voorzien. Het is van belang dat je de interactie met ze aangaat om succesvol hun aandacht te krijgen. De look en feel moet goed zijn, gezien het feit dat Tweens en young Adults visueel zijn ingesteld, anders vindt de doelgroep het niet interessant (Husslage, 2014).

Saxion biedt de mogelijkheid om mensen te informeren door middel van posters en/of flyers. Door ze op een dusdanige visuele manier aan te pakken, is de kans groter op een groter bereik. Dit is vanwege het feit dat de doelgroep visueel ingesteld is en ze hierdoor sneller geneigd zijn om iets aan te pakken. Op het moment dat de jongere een flyer aanpakt, is de aandacht aanwezig en kan er een (kort) gesprek aangeknoopt worden. Het ontwerp van de flyer of poster dient te worden aangeleverd door de aanvrager. Er is toestemming nodig van SAX events om de posters op te hangen of om flyers uit te delen (SAX events, persoonlijke communicatie, 8 juni 2017).

Omdat adolescenten en jongvolwassenen visueel zijn ingesteld en persoonlijk benaderd willen worden, is een interactieve installatie een manier van benaderen welke geschikt kan zijn. Volgens Buijs (2013) is een interactieve installatie geschikt om jongeren aan te trekken en te stimuleren om content te bereiken. Een interactieve installatie is een installatie waarbij software met hardware en vaak ook architectuur wordt gecombineerd. Het zijn fysieke objecten in een ruimte waar iets mee gedaan kan worden (Ijsfontein.nl, z.j.). Doordat het een interactief karakter heeft en hierdoor meerdere zintuigen geprikkeld worden, heeft het een positief effect op jongeren (Sturm, 2008).

2.2.3 Effectieve benaderingswijze

In september 2003 hebben Dimitri Mortelmans en Nathalie de Reyt een onderzoek gedaan naar de communicatie met jongeren. Één van de vragen die zij stelden was op welke manier de (Belgische) overheid de jongeren het beste kon bereiken. Gezien het feit dat jongeren in deze tijd overspoeld worden met informatie die de interesses niet wekt en niet aansluit bij hun behoeften, moeten de jongeren op het juiste moment over de juiste informatie kunnen beschikken. Dit zorgt ervoor dat de aandacht getrokken wordt. De moderne technologie, die de afgelopen jaren enorme stappen heeft gemaakt, beïnvloedt tegenwoordig de wijze waarop men met elkaar communiceert. De manier waarop de jongeren aangesproken willen worden hangt grotendeels af van de populariteit van de nieuwe communicatievormen. Een deel van de contacten loopt via social media, maar het merendeel

wil toch nog het liefst benaderd worden door middel van de face-to-facebenadering. Het blijkt nog steeds een effectieve manier van benaderen (Mortelmans & de Reyt, 2003).

Uit de onderstaande tabel is gebleken dat de mond-tot-mondbenadering (de Belgische benaming voor face-to-face) volgens de jongeren de populairste manier is om hun eigen activiteiten aan de man te brengen:

	Totaal	Man	Vrouw	12-14	15-16	17+
Mond-tot-mond	76.8	76.6	76.6	64.3	74.9	87.3
Affiches	69.3	68.5	69.7	56.9	68.2	79.2
Flyers	57.4	57.6	56.9	38.8	53.2	73.9
Persoonlijke uitnodiging	59.3	56.8	61.2	64.3	60.8	54.5
SMS	56.4	52.4	59.3	57.6	61.8	51.6
E-mail	56.4	58.1	55.0	56.7	57.5	55.4
Vermelding op andere website	31.7	37.2	27.5	29.1	32.3	33.1
Vermelding in wijkkrant	25.9	28.0	24.2	24.4	25.8	26.9
Vermelding in lokaal tijdschrift	25.7	26.2	25.2	26.1	26.3	25.1
Eigen website	24.3	30.0	20.2	26.2	25.6	22.0
Radiospotje	23.2	22.8	23.4	25.1	20.6	23.6
Vermelding in krant	17.9	22.1	14.6	19.2	19.7	15.6
Gadgets	17.8	19.7	16.4	25.7	15.3	13.8
Andere	3.2	4.5	2.2	3.6	3.2	2.8

Figuur 1: Media om feest te organiseren naar leeftijd en geslacht (N=2997) (Mortelmans & de Reyt, 2003).

Bij een face-to-facebenadering wordt een respondent ondervraagd in een gesprek. Tijdens een face-to-facegesprek maakt de interviewer gebruik van een vragenlijst met een vaste structuur. De voordelen van een face-to-facebenadering zijn:

- de ondervrager kan ondersteunen wanneer de respondent de vraag niet snapt;
- als ondervrager kun je de non-verbale reacties van de respondent onderscheiden
- er zijn diverse hulpmiddelen die eenvoudig te gebruiken zijn voor de face-to-facebenadering.

Echter zijn er ook enkele nadelen aan deze benaderingswijze. Er is namelijk een grote kans op sociaal wenselijke antwoorden, omdat de ondervrager zich mogelijk onder druk voelt gezet. Hierdoor zou de respondent zich kunnen laten beïnvloeden bij het geven van zijn antwoorden (Sprout, z.j.).

Yvonne van Sark (2016) geeft aan dat de manier van benaderen van een jongere bepalend is voor de motivatie van de jongere. Jongeren kunnen wel benaderd worden om deel te nemen aan een project, maar als de manier van benaderen niet motiverend werkt, dan wordt het doel niet bereikt. Om deze reden is het belangrijk om te weten hoe jongeren gemotiveerd raken. Het motiveren van jongeren houdt meer in dan alleen rekening houden met wat de jongeren leuk vinden, volgens Bridges-Karr & Van den Bosch (2008). Het is voor organisaties lastig om jongeren te werven om deel te laten nemen aan projecten waarbij zij hun motivatie moeten vasthouden op langere termijn. Jongeren streven in hun bezigheden naar doelen die egocentrisch zijn, nuttig zijn op de langere

termijn of een menselijke of maatschappelijke meerwaarde leveren. Het gedrag wordt bepaald door een combinatie van deze motieven (Bridges - Karr & van den Bosch, 2008).

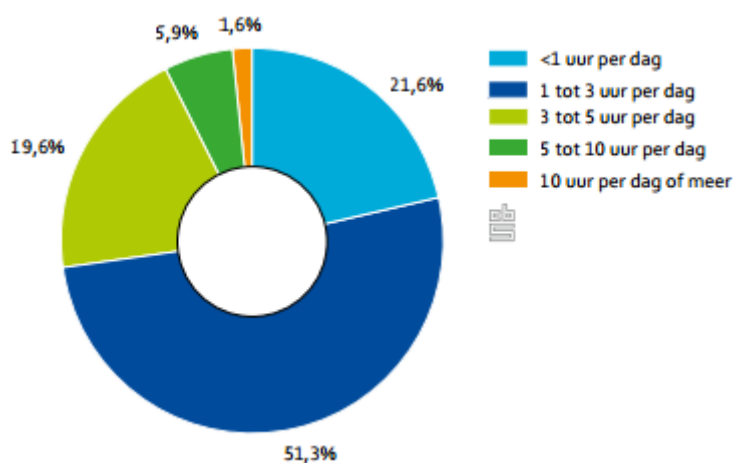
Wanneer jongeren de intentie hebben om te participeren aan een project, kan er verwacht worden dat het gedrag van de participerende jongeren verandert. Aan de hand van de Theorie van Gepland Gedrag wordt aangegeven hoe de inzet van sociale media door een organisatie kan bijdragen aan een project (Bosma, 2012).

De Theorie van Gepland Gedrag, is ontwikkeld door Fishbein en Azjen. Deze theorie geeft aan dat het gedrag het beste verklaard kan worden door de intentie die een persoon heeft om het gedrag daadwerkelijk uit te voeren. Deze intentie wordt bepaald door drie factoren:

- Attitude ten aanzien van het gedrag: hierbij gaat het om houding of de mening die iemand heeft ten opzicht van het gedrag
- Subjectieve norm: mensen willen er graag bij horen, de meningen en het gedrag zijn erg belangrijk en van grote invloed
- Waargenomen gedragscontrole: hierbij gaat het om de mate waarin iemand denkt het gedrag ook uit te voeren. Het gaat er hierbij niet om of men denkt het echt te kunnen, maar om de gedachten of men het echt kan (Theory of planned behavior, 2013).

Buiten de drie genoemde factoren die hierboven benoemd worden is social media ook een effectieve manier om jongeren te bereiken.

Vrijwel alle jongeren maakten in 2015 gebruik van social media. Uit onderzoek van het CBS (2015) bleek dat 8 van de 12 jongeren tussen de 12 en 25 jaar gebruik maken van social media (zie figuur 2). Social media levert een bijdrage aan het activeren van jongeren om te participeren bij een project. Social media wordt namelijk steeds belangrijker in de samenleving omdat het een snelle vorm van communiceren is waarbij men verhalen en kennis kan delen (Bosma, 2012). Hierdoor is het een communicatiekanaal waarmee jongeren benaderd kunnen worden om gemotiveerd te raken om deel te nemen aan een project.



Figuur 2: Social media gebruik jongeren 2015 (CBS,2015).

2.3 Conclusies theoretisch kader

2.3.1 Wat er in de literatuur bekend is over een inclusieve samenleving.

De inclusieve samenleving is dus een samenleving waarin wordt uitgegaan van de kracht en eigen regie van mensen en hun sociale netwerk. Er moet echter niet worden vergeten dat door de individualisering, mensen in kleinere, minder hechte netwerken leven. Hierdoor hebben mensen nog steeds de ondersteuning nodig van professionals.

Iedereen kan hier gebruik van maken. Wanneer jongeren ergens tegenaan lopen om hun dromen en wensen na te streven kunnen zij hier dus ook gebruik van maken. Zij moeten alleen wel weten dat het bestaat. Hier komt het sociale netwerk om de hoek kijken. Hoe meer mensen, hoe meer kennis. En hoe meer kennis, hoe beter iemand op de hoogte is van de mogelijkheden die aanwezig zijn. Tevens leidt het hebben van sociale contacten tot meer waardering van mensen uit de omgeving. Hierdoor voelt iemand zich sneller thuis in de wijk waarin die leeft. Doordat men zich door de inclusie sneller integreert en participeert, in bijvoorbeeld (vrije tijds)- activiteiten, wordt het sociale aanpassingsvermogen positief aangetast. Het aangaan van dit soort activiteiten levert positieve ervaringen op waardoor burgers leren inzien dat het aangaan van sociale contacten de moeite waard is.

Het is echter niet vanzelfsprekend dat iemand erg sociaal is. Er is een trend bezig waarin de individualisering van de maatschappij toeneemt (Oomes, Bosman & Langerak, 2014. p.31). Door deze individualisering gaat men leven in kleinere minder sociaal gebonden eenheden (Buijs, 2015). Dit betekent dat er minder sociale contacten zijn die de persoon kunnen ondersteunen. Een andere belemmering van de inclusieve samenleving is dat de zorgbehoevende burger nog niet de kansen krijgt die de andere burger wel krijgt. Hierdoor kan hij of zij de sociale vaardigheden missen om een sociaal netwerk op te bouwen zodat zij minder hoeven te steunen op professionele zorg wanneer zij hulp nodig hebben.

2.3.2 Welke benaderingswijzen er zijn om jongeren tussen de 16 en 26 jaar te benaderen op Saxion.

Er zijn verschillende benaderingswijzen mogelijk om de doelgroep te bereiken op het Saxion.

De verschillende theoretische bronnen laten zien dat de doelgroep van Expeditie Enschede opgedeeld kan worden in twee groepen met elk hun eigen kenmerken. Doordat de jongste groep (16-20) grote waarde hecht aan hun leeftijdsgenoten en de groep waarin zij zich bevinden, is het aan te raden om deze leeftijdscategorie ook als groep te benaderen. Interactie is hierin een belangrijke factor, tezamen met het feit dat er een terugkoppeling dient te worden gegeven waarin duidelijk wordt wat er met de input gedaan wordt.

De groep van 20 tot 37 jaar is meer gericht op persoonlijke ontwikkeling en hierin is het dus aan te raden de personen meer persoonlijk te benaderen. Daarnaast willen zij graag content willen bekijken op een rustige manier. Hierin zijn email en social media geschikte media jongeren te benaderen. Zij kunnen hier dan op een rustig moment aandacht aan schenken.

Uit het artikel van de Graauw (de Graauw, z.j.) is gebleken dat jongeren zich het liefst laten aanspreken in hun eigen vertrouwde omgeving waarin ze leven omdat zij zich daar veilig voelen en ze een bepaalde invloed hebben in de omgeving. Voor deze jongeren is het persoonlijk contact

belangrijk, waarbij het contact wel gemaakt moet worden door deze jongeren op te zoeken in de omgeving waarin zij het meest te vinden zijn, zoals bijvoorbeeld op school.

Volgens Buijs (2013) is een interactieve installatie geschikt om jongeren aan te trekken en te stimuleren om content te bereiken. Else Boss (2014) geeft aan dat er drie bepalende factoren zijn om jongeren te boeien: het moet leuk zijn, het moet iets opleveren en het moet direct zichtbaar zijn. Hierdoor zou een interactieve installatie die gebaseerd is op de drie bepalende factoren, een goede manier zijn om jongeren te benaderen.

Bij beide groepen jongeren is bekend dat zij terugkoppeling willen over wat er gedaan wordt met de input die geleverd wordt. Dit is dan ook belangrijk aspect welke meegenomen moet worden in het aanbieden van het online vertelpunt en waarin duidelijke communicatie nodig is naar degene die het vertelpunt invult.

Als laatste laten cijfers van het CBS zien dat 8 van de 12 jongeren tussen de 12 en 26 jaar gebruik maken van social media. Social media levert een bijdrage aan het activeren van jongeren om te participeren bij een project. Volgens Bosma (2012) wordt social media steeds belangrijker in de samenleving, omdat het een snelle vorm van communiceren is waarbij men verhalen en kennis kan delen. Daardoor is de social media een communicatiekanaal waarmee jongeren benaderd kunnen worden om gemotiveerd te raken om deel te nemen aan een project.

SAX heeft een groot aantal volgers op verschillende social media (Facebook, Twitter). Doordat SAX zoveel volgers heeft, is het mogelijk dat deze volgers tot de doelgroep behoren en dat het daardoor een geschikte samenwerkingspartner zal zijn om jongeren te benaderen om hun verhalen te delen via het online vertelpunt.

Op basis van de gevonden informatie is er een operationalisatieschema (zie bijlage 1) opgesteld. Hierin zijn de verschillende mogelijkheden en begrippen opgenomen en op basis daarvan interviewvragen geformuleerd.

3. Methode van onderzoek

3.1 Onderzoekstype

Er is gekozen voor een kwalitatief onderzoek, omdat de meningen van de jongeren tussen de 16 en 26 jaar leidend zijn in dit onderzoek. Het draait in het onderzoek om de mening van jongeren op welke manier zij het beste en liefst benaderd willen worden om hun verhalen te delen. Het gaat er in dit onderzoek niet om hoeveel jongeren voor een bepaalde benaderingswijze kiezen, maar het gaat om de beleving van de jongeren. Een kwalitatief onderzoek is niet gebonden aan het verzamelen van cijfermatige gegevens (Verhoeven, 2007). De benadering van een kwalitatief onderzoek is open en flexibel en er wordt ingegaan op de achtergronden van de verzamelde gegevens. Er is vorig jaar onderzoek gedaan binnen de Expeditie Enschede naar het online vertelpunt en verteltafels door studenten van het Saxion. Dit onderzoek gaat verder op de gegevens van het onderzoek van vorig jaar. Er wordt in dit onderzoek naar de meningen van jongeren tussen de 16 en 26 jaar gevraagd hoe zij het beste benaderd kunnen worden om hun ervaringen te delen.

3.2 Methode van dataverzameling

Een interview is een vraaggesprek waarin de beleving van de geïnterviewde vooropstaat. Het heeft tot doel informatie te verzamelen over een bepaald onderwerp (Verhoeven, 2007). Interviews kunnen open verlopen, maar ook zeer gestructureerd. Er zijn drie basisvormen voor het interview te onderscheiden, waarbij in dit onderzoek gebruik is gemaakt van het semigestructureerde interview. Bij dit type interview is er wel een vragenlijst of een lijst met onderwerpen, maar is er ook ruimte voor eigen inbreng van de respondent (Verhoeven, 2007). De keuze voor een semigestructureerd interview komt uit de conclusies van het theoretisch kader voort. Er zijn verschillende benaderingswijzen voor jongeren tussen de 16 en 26 jaar. Aangezien de doelgroep breed is opgezet in leeftijd en er gevraagd wordt naar de mening van de jongeren over welke benaderingswijze het best bij hen past, sluit dit type interview het beste aan.

Naar aanleiding van het theoretisch kader en de operationalisatie hiervan (zie bijlage 1) zijn de interviewvragen geformuleerd. In het theoretisch kader zijn verschillende mogelijkheden tot benaderen van jongeren verkend. Doordat uit het onderzoek van Leuwerink en Luttenberg (2017) is gebleken dat de benaderingswijzen van jongeren onderhevig aan verandering zijn, is er voor gekozen om de jongeren allereerst te vragen naar welke benaderingswijzen zij als mogelijkheid zien. Hierna zal er worden gevraagd naar welke benaderingswijzen er vanuit de theorie naar voren zijn gekomen en of deze aansluiten bij deze jongeren.

De jongeren zijn apart van elkaar geïnterviewd over de vraag op welke manier de Expeditie Enschede binnen Saxion verhalen kan ophalen bij jongeren tussen de 16 en 26 jaar. De keuze is gemaakt om jongeren apart van elkaar te interviewen, omdat er uit onderzoek is gebleken dat jongeren geneigd zijn zich aan elkaar aan te passen en zich laten beïnvloeden door antwoorden van de rest (Sprout, z.j.).

3.3 Onderzoekspopulatie en steekproef

In dit onderzoek wordt er een uitspraak gedaan over hoe jongeren tussen de 16 en 26 jaar op Saxion hogeschool, welke woonachtig zijn binnen de gemeente Enschede, benaderd kunnen worden om hun verhalen te delen.

De populatie bestaat uit jongeren tussen de 16 en 26 jaar binnen Saxion Enschede welke woonachtig zijn binnen de gemeente Enschede. Hieronder vallen dus niet alleen studenten, maar ook facilitair medewerkers, docenten, etc. Volgens gegevens, welke Saxion Enschede heeft verstrekt op aanvraag, zijn er in schooljaar 2016/2017, 3196 studenten ingeschreven op Saxion welke woonachtig zijn in de gemeente Enschede. Hieronder vallen zowel voltijd als deeltijd studenten. Het totaal aantal studenten dat op Saxion Enschede staat ingeschreven in schooljaar 2016/2017 is circa 18.000 (Saxion, z.j.). Er is ook gevraagd naar de gegevens met betrekking tot het aantal medewerkers op het Saxion in deze leeftijdscategorie. Deze informatie is echter door het Saxion niet vrijgegeven.

Expeditie Enschede gaat uit van alleen een leeftijdscategorie, vandaar dat er geen onderscheid is gemaakt welke positie iemand bekleedt binnen Saxion Enschede. Daarnaast is het noodzakelijk om alleen jongeren binnen de leeftijdscategorie te vragen die woonachtig zijn in de gemeente Enschede. Dit heeft als reden, omdat Expeditie Enschede een werkwijze is die gehanteerd wordt door de wijkteams uit Enschede. Deze wijkteams hebben alleen mandaat om inwoners uit Enschede te helpen. De hulp die geboden wordt, wordt gefinancierd door de gemeente Enschede. Tevens zal de

professional werkzaam zijn binnen de gemeente Enschede. Vandaar dat de verhalen dan ook binnen de gemeente Enschede opgehaald dienen te worden.

Doordat er aan de populatie alleen leeftijds- en locatierestricties hangen, is er een aselechte steekproef gehouden binnen Saxion Enschede. In een aselechte steekproef heeft elk element uit de onderzoekspopulatie evenveel kans om in de steekproef terecht te komen (van der Zee, 2016). Dit is gebeurd door jongeren aan te spreken binnen de school met de vraag of zij een interview willen doen. Er is door de onderzoekers ingeschat of een persoon aan de populatiecriteria voldoet. Dit is gedaan op basis van uiterlijke kenmerken. Hierbij kan gedacht worden aan uitstraling, lengte, wel of geen baardgroei bij mannen, etc. Er zijn 13 verschillende academies in verschillende gebouwen van het Saxion. Er is uit praktische redenen gekozen om alle academies in het hoofdgebouw van het Saxion langs te gaan om zoveel mogelijk respondenten te krijgen. Deze verschillende academies binnen het Saxion zijn op verschillende dagen en tijdstippen bezocht om een zo gevarieerd mogelijk respondentenbestand te krijgen.

3.4 Validiteit & Betrouwbaarheid

Volgens Verhoeven (2010) is de geldigheid van een onderzoek de mate waarin deze vrij is van systematische fouten, nadat er is nagegaan in hoeverre het onderzoek vrij is van toevallige fouten. Dit wordt validiteit genoemd.

De validiteit van het onderzoek is zo goed mogelijk gewaarborgd, doordat er een aselechte steekproef is gehouden waarin geprobeerd is om zo veel mogelijk jongeren aan te spreken binnen de locatie Saxion Enschede. Om een steekproef te houden welke representatief zou zijn voor de gehele populatie dienen er meer interviews te worden afgenomen dan de zeventien die afgenomen zijn. Helaas is het omwille van de tijd niet mogelijk gebleken om een representatieve hoeveelheid mensen te interviewen. Op basis van bovenstaande redenen kan er geconcludeerd worden dat het onderzoek niet als volledig valide kan worden beschouwd. Echter is er getracht om een zo valide mogelijk instrument na te streven. De vragenlijst is opgesteld naar aanleiding van operationalisatie van de begrippen uit het theoretisch kader. Tevens is de vragenlijst van feedback voorzien door docenten en studenten van Hogeschool Saxion te Enschede.

Het onderzoek is niet volledig betrouwbaar, aangezien de interviews zijn afgenomen door twee verschillende onderzoekers. De interviews zijn semigestructureerd, waarbij de kracht ligt in het doorvragen. De onderzoekers hebben de vragenlijst afgenomen bij elkaar om er achter te komen wat voor vervolgvragen er gesteld kunnen worden op basis van de gegeven antwoorden. Op basis daarvan is er een lijn vastgesteld waar de vervolgvragen op gericht moesten zijn. Doordat de onderzoekers echter van elkaar verschillen is er een mogelijkheid dat er afwijkingen zitten in de vervolgvragen die gesteld zijn in de interviews. Hierdoor kan er informatie naar boven komen op verschillende gebieden die de resultaten kan beïnvloeden. Door de interviews in een afgesloten ruimte te houden waar men niet gehoord of gestoord kon worden, is de anonimiteit van de respondent gewaarborgd. Hierdoor is er een kleinere kans op het krijgen van sociaal wenselijke antwoorden, wat er weer voor zorgt dat het onderzoek betrouwbaarder wordt.

3.5 Ethische overwegingen

Om de privacy van de geïnterviewde respondenten zo goed mogelijk te waarborgen is er voor gekozen om geen namen of andere kenmerken die herleiden naar de desbetreffende persoon weer te geven. Voor het afnemen van het interview is er eerst om toestemming gevraagd of het interview opgenomen mocht worden. Er is door middel van een mondelinge overeenkomst afgesproken dat de audio bestanden na afloop van het onderzoek verwijderd gaan worden.

De selectie voor de respondenten heeft plaatsgevonden door middel van uiterlijke kenmerken (of iemand wel of niet binnen de leeftijdscategorie valt). Dit kon tot vervelende situaties leiden waarin iemand zich beoordeeld voelde op basis van uiterlijke kenmerken. Dit is echter beperkt door de jongeren aan te spreken en te vragen of deze bereid is om een interview af te nemen en vervolgens te vragen naar de leeftijd en of de persoon woonachtig is in de gemeente Enschede.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de afgenomen interviews weergegeven. De resultaten afkomstig van de interviews vormen de antwoorden op de praktische deelvragen van het onderzoek. In het eerste deel van dit hoofdstuk worden de kenmerken van de respondenten beschreven waarna er vervolgens wordt ingegaan op de verschillende favoriete vormen van benaderen voor jongeren tussen de 16 en 26 jaar.

4.1 Respondenten

De resultaten voor ons onderzoek komen onder andere voort uit semigestructureerde interviews. Voor dit onderzoek zijn 17 respondenten geïnterviewd die in de leeftijdscategorie 19 tot en met 26 jaar zitten. Voor dit onderzoek zijn er 6 mannen en 11 vrouwen geïnterviewd op verschillende locaties binnen het Saxion Enschede. Daarnaast is er ook een onderscheid gemaakt in de functie van de respondent op het Saxion. In de onderstaande tabel worden de kenmerken van de respondenten weergegeven.

Respondent	Leeftijd	Geslacht	Functie
1	26	Man	Student SPH
2	22	Vrouw	Student SPH
3	19	Man	Student Elektrotechniek
4	21	Vrouw	Student Social Work
5	26	Vrouw	Student SPH
6	24	Vrouw	Facilitair Medewerker
7	23	Man	Fysiotherapie
8	26	Vrouw	Facilitair medewerker
9	20	Vrouw	Student Social Work
11	23	Vrouw	Student Social Work
12	26	Man	Student SPH
13	25	Vrouw	Student Industrieel Product

			Ontwerper
14	21	Vrouw	Student SPH-E
15	20	Vrouw	Student Accountancy
16	23	Vrouw	Student Industrieel Product Ontwerper
17	25	Man	Fysiotherapie
18	22	Man	Student Tech.Natuurkunde

Figuur 3: informatie respondenten

4.2 Naamsbekendheid Expeditie Enschede

In dit hoofdstuk wordt er kort beschreven of de respondenten bekend zijn met de Expeditie Enschede. Deze vraag is gesteld, omdat er vast moest worden gesteld of de respondenten aanvullende informatie nodig hadden om het onderwerp te begrijpen en daar vragen over te kunnen beantwoorden. Het merendeel gaf aan nog nooit van de naam Expeditie Enschede te hebben gehoord.

‘Ik heb nog nooit van de naam Expeditie Enschede gehoord en ik weet ook niet wat zij precies doen’ (Respondent 13, fragment 13.1).

‘Ik woon zelf in Enschede, maar ik heb nog nooit van Expeditie Enschede gehoord’ (Respondent 7, fragment 3.1).

4.3 Benaderingswijzen

In dit hoofdstuk worden de resultaten beschreven van de afgenomen interviews. Hierin komen de benaderingswijzen, de voor- en nadelen van deze benaderingswijzen en op welk moment van de dag men het liefst benaderd wil worden aan bod. Het doel van de interviews is om jongeren tussen de 16 en 26 jaar te vragen op welke manier zij het best benaderd kunnen/willen worden om deel te nemen aan een verteltafel of om het online vertelpunt in te vullen.

4.3.1 Eigen invulling respondenten over manier van benaderen

Er is aan de respondenten gevraagd naar hun ideeën over wat zij een leuke manier zouden vinden om studenten te benaderen om het vertelpunt in te laten vullen. De respondenten geven aan dat het opzetten van een stand een leuk idee kan zijn, waarbij het personeel van de Expeditie Enschede studenten het kunnen uitleggen. De studenten kunnen dan het vertelpunt ook direct zien. Ook komt er naar voren dat respondenten er wat tegenover willen zien. Een voorbeeld hiervan is dat de Expeditie op het Saxion gaat staan met een standje en tijdens het uitleggen van het vertelpunt iets

lekkers kan aanbieden waardoor de aandacht van de studenten ook makkelijker getrokken kan worden.

‘Als er bijvoorbeeld standjes op school staan waar jullie namens de Expeditie Enschede studenten uitnodigen om het online vertelpunt in te laten vullen’ (Respondent 5, Fragment 5.1).

‘Een standje op het Saxion neerzetten, leuk aangekleed, waarbij jullie namens Expeditie Enschede flyers uitdelen aan de doelgroep en vanuit daar jongeren benaderen door ze aan te spreken’ (Respondent 8, Fragment 8.2).

‘Ik denk dat wanneer je het als Expeditie aantrekkelijk wil maken voor studenten, dat je er dan een soort van eet ding van zou kunnen maken, of iets met eten erbij’ (Respondent 15, Fragment 15.1).

‘Ik zou wel op het Saxion aangesproken willen worden en ik denk dat je het wel aantrekkelijk moet maken in de zin van: win 1 van de... dat je er een soort prijs tegenover gaat stellen’ (Respondent 18, Fragment 18.1/18.2).

4.3.2 Persoonlijke benadering

De respondenten zijn tijdens het interview gevraagd naar een manier waarop zij benaderd kunnen worden om deel te nemen aan de Expeditie Enschede. De respondenten geven aan dat ze benaderd kunnen worden door aangesproken te worden op straat of school, per e-mail, WhatsApp, Facebook, Instagram, door het uitdelen van flyers, het opzetten van een info stand, telefonisch of per brief. De meeste respondenten geven e-mail en Facebook aan als een mogelijke benaderingswijze om jongeren in de leeftijdscategorie tussen 16 en 26 jaar hun verhalen te laten delen.

‘Via mijn mail ben ik ook altijd wel te bereiken’ (Respondent 2, fragment 2.1).

Op de vraag op welke manier de respondenten benaderd willen worden, geven ze aan via social media, het face to face aanspreken, privébericht op Facebook, WhatsApp, e-mail, of telefonisch. Ook wordt een info stand als een gewenste benaderingswijze gezien. Hierin geeft het merendeel van de respondenten aan benaderd te willen worden door middel van het face-to-face aanspreken of per e-mail.

‘Het liefst dan wel op een face-to-facemanier. Want ik ben wanneer ik iets zie sneller geïnteresseerd om deel te nemen aan dit project dan wanneer ik een uitnodiging of zo zie via Facebook’ (Respondent 5, fragment 5.13).

4.3.3 Voor- en nadelen persoonlijke benadering

De respondenten zijn tevens tijdens het interview gevraagd naar zowel de voor- als nadelen van een persoonlijke manier van benaderen. Het merendeel van de respondenten geeft als voordeel aan dat er gelijk contact is tussen de interviewer en de respondent.

‘Ja, het voordeel is dat, dat ik weet wie jij bent en dat je gelijk contact met me hebt’ (Respondent 1. Fragment 1.2).

Het merendeel van de respondenten geeft aan als nadeel dat men te weinig tijd heeft om na te denken of ze mee willen doen aan de verteltafel wanneer ze face-to-face benaderd worden.

‘Een nadeel kan zijn dat je niet weet wat je wil zeggen’ (Respondent 7. Fragment 7.7).

4.3.4 Benadering in groepen

Respondenten zeggen dat er verschillende manieren van benaderen zijn wanneer zij zich in groepen bevinden. Hierin wordt de groep begroet in de vorm van een algemene begroeting, het uitdelen van flyers, opzetten van een info stand, een groepsbericht te verzenden via social media, een voorlichting in de les of door middel van posters. Het merendeel van de respondenten geeft aan dat een algemene begroeting de voorkeur heeft wanneer zij zich in een groep bevinden.

‘Weer doordat mensen op je afstappen, vragen of je een momentje tijd hebt’ (Respondent 9, fragment 9.9).

Er wordt verder aangegeven door de respondenten dat het uitdelen van flyers, wanneer men zich in een groep bevindt, een manier is om benaderd te worden.

‘Via flyers, als je gewoon de groep instapt en flyers uitdeelt. Voordeel is dat bij het ontvangen van flyers je het kan bewaren en het er thuis nog eens over kan hebben of je mee wil doen of niet’ (Respondent 8, Fragment 8.7/8.9).

4.3.5 Voor- en nadelen benadering in groepen

Veel mensen tegelijk benaderen, discussiëren met je groep, weten wie je tegenover je hebt zitten en oplossen van meerdere problemen zijn in de ogen van de respondenten voordelen van het benaderen van groepen.

‘Voordelen van face-to-face benaderen is dat je dan ook direct de rest van de groep erbij kan betrekken om deel te nemen aan dit project’ (Respondent 5, Fragment 5.17).

Het antwoord dat de respondenten geven op de vraag wat de nadelen zijn van een benadering in een groep, is dat wanneer er veel mensen zijn het mogelijk niet serieus gaat. Zo kan het voorkomen dat de acceptatie onderling niet aanwezig is, waardoor men zich niet kwetsbaar op wil stellen. Ze geven aan dat men zich niet geroepen voelt om deel te nemen, de manier van benaderen verkeerd valt, dat er angst is tussen de respondenten om te praten of dat men bezwijkt onder de groepsbeïnvloeding. Het grootste deel van onze respondenten geeft aan dat zij groepsbeïnvloeding als grootste nadeel zien van het benaderd worden wanneer zij zich in een groep bevinden.

‘Een nadeel kan zijn is dat de gehele groep het niet zou willen en ik het bijvoorbeeld wel zou willen. Dan zou ik niet mee doen omdat het grote deel van mijn groep het ook niet zou doen’ (Respondent 6, Fragment 6.16).

4.3.6 Social media

De meeste respondenten maken gebruik van social media. De social media die onder andere gebruikt worden zijn Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp en LinkedIn. Niet alle respondenten vinden al deze platformen geschikt om benaderd te worden om hun verhalen te delen met Expeditie Enschede. De platformen die in de ogen van de respondenten wel geschikt zijn, zijn Facebook, LinkedIn, Twitter en WhatsApp. Het merendeel van de respondenten geeft Facebook als meest geschikte social media platform aan. Echter moeten hier wel enkele voorwaarden aan worden gesteld, zoals dat de bedoeling en verwachting duidelijk beschreven zijn en dat de vormgeving van het bericht interesse opwekt.

‘Nou ik denk beide wel. Want je kijkt natuurlijk toch wel naar de vormgeving. En ik denk dat het ook heel belangrijk is als je iemand wilt benaderen dat je gewoon, dat het er leuk uitziet, en dat de inhoud er natuurlijk leuk kan uitzien’ (Respondent 15, Fragment 15.22/15.23).

Hierin wordt het onderscheid gemaakt tussen een privébericht, groepsbericht, evenement uitnodiging en een gesponsord bericht op de tijdlijn. De respondenten is gevraagd om de voor- en nadelen te benoemen om benaderd te worden via Facebook. De voordelen zijn dat er snel gereageerd kan worden, dat je zelf kan bepalen wanneer er gereageerd gaat worden en dat dit platform een groot bereik heeft.

‘Ik denk dat wanneer je Facebook gebruikt je een heel groot bereik heb om je doelgroep te raken en te benaderen aangezien iedereen tegenwoordig wel deel uitmaakt van Facebook’ (Respondent 6, Fragment 6.18).

De nadelen die de respondenten ervaren zijn dat het onpersoonlijk is, dat er veel onduidelijkheden zijn rondom de verwachtingen en bedoelingen en dat men vergeet te reageren, omdat het kan blijven liggen.

‘Een nadeel is dat het kan blijven liggen waardoor ik vergeet reageren en het feit dat het niet altijd even een persoonlijk is’ (Respondent 5, Fragment 5.29/5.30).

4.3.7 Benaderen via de mail

Alle respondenten die geïnterviewd zijn maken gebruik van hun e-mail en/of webmail. Vele respondenten zien de mail als geschikt medium om benaderd te worden om deel te nemen aan projecten. Zij stellen echter wel de voorwaarde dat de e-mail persoonlijk aan hen gericht is.

‘Wanneer de mail echt persoonlijk op mij gericht is zou ik er eerder voor openstaan om deel te nemen. Of ieder geval om de mail te lezen’ (Respondent 8, Fragment 8.23).

Er worden door de respondenten verschillende voordelen benoemd, waaronder dat de intentie van de mail direct duidelijk kan worden gemaakt. Ook het voordeel dat men zelf kan bepalen wanneer te reageren is een veelgenoemd voordeel.

‘Ik vind de mail altijd prettig, want dan kan ik op mijn eigen moment checken en antwoorden wanneer het mij uitkomt’ (Respondent 4, Fragment 4.3).

Nadelen die worden ervaren aan het benaderen via de mail zijn dat men vergeet te antwoorden, dat er teveel mail binnenkomt waardoor men het niet leest en verwijdt en dat er onduidelijkheid is over hoe de verzender aan de gegevens is gekomen.

‘Dan zou ik er eerlijk gezegd aan twijfelen om eraan deel te nemen omdat ik niet weet van wie het bericht afkomstig is’ (Respondent 11, Fragment 11.16).

4.3.8 Deelname aan de verteltafel

Om aan de verteltafel te willen deelnemen, hebben enkele van de respondenten voorwaarden gesteld waaraan het moet voldoen, willen zij überhaupt deelnemen. De locatie en het tijdstip moet geschikt zijn, de groep moet niet te groot zijn, de verteltafel moet in een vertrouwde omgeving

staan, er moet duidelijkheid zijn omtrent het onderwerp, de terugkoppeling van wat er met de verhalen gedaan wordt moet aanwezig zijn en er moet minimaal één bekende aan tafel zitten.

‘Dat je in ieder geval, nou liever niet allemaal bekenden hoor, maar dat je in ieder geval bekende, dat je daar gewoon samen naartoe kan gaan. Dan zou ik wel veel sneller daar naartoe gaan’ (Respondent 15, Fragment 15.14).

De respondenten geven aan dat het een verschil maakt om deel te nemen aan een verteltafel wanneer er alleen onbekende mensen aanwezig zijn of wanneer een minimaal één of meer bekenden aanwezig zijn. Het voordeel wanneer er alleen onbekende mensen aan een verteltafel zouden deelnemen is dat de anonimiteit als prettig wordt ervaren.

‘Het is makkelijker om als je dan toch praat, met een groep mensen te praten die je toch niet kent’ (Respondent 9, Fragment 9.18).

De nadelen die worden genoemd door de respondenten op de vraag of ze willen deelnemen aan een verteltafel met onbekenden, zijn voornamelijk dat het als niet prettig wordt ervaren. Tevens geven zij aan dat ze zich niet veilig voelen en niet geïnteresseerd zijn in andermans verhalen.

‘Ik zou het zelf niet prettig vinden, al helemaal omdat je de mensen niet kent’ (Respondent 2, Fragment 2.13).

Voordelen wanneer er bekenden aan een verteltafel zitten, zijn dat men makkelijker praat, je ondersteuning krijgt in je verhaal, dat het leuk is om in discussie te gaan en dat je je eigen verhaal kan vertellen. Het merendeel van de respondenten geeft aan dat het makkelijker praten in een groep met bekenden het grootste voordeel is.

‘Wanneer ik met bekenden aan een tafel kom te zitten zou ik wel overwegen om mee te doen omdat je dan makkelijker en eerder gaat praten over waar je tegenaan loopt’ (Respondent 8, Fragment 8.13).

De respondenten geven als nadeel dat het minder serieus gaat op het moment dat ze met meerdere bekenden aan een verteltafel zitten. Zij benoemen ook dat bekenden je verhaal al kennen waardoor ze het niet dubbelop willen horen.

‘Een nadeel hierin is dat wanneer het erg gezellig wordt er niet meer gereageerd wordt op het onderwerp denk ik’ (Respondent 11, Fragment 11.11).

4.3.9 Tijdstip en locatie van benaderen

De respondenten zijn tijdens het interview gevraagd naar het tijdstip waarop zij benaderd zouden willen worden. De antwoorden varieerden van in de ochtend tot in de avond. Het merendeel geeft echter wel aan dat zij in de middag het meest bereid zijn om benaderd te willen worden om hun verhaal te delen met Expeditie Enschede.

‘Even kijken, ik denk rond een uurtje of 12 of zo. Want vaak heb je dan nog even niks op de planning staan of je hebt een leswisseling of je neemt even pauze. Dan heb je vaak toch nog wel even tijd’ (Respondent 13, Fragment 13.32).

Op de vraag op welk moment van de week de respondenten beschikbaar zijn om benaderd te willen worden geven ze verschillende antwoorden in de vorm van begin van de week, midden van de week en een enkeling in het weekend. Het merendeel van de respondenten geeft echter aan dat ze bereid zijn om mee te willen werken wanneer zij tijd hebben.

‘Hmm haha, ligt eraan wanneer je tijd hebt eigenlijk. Als je bijvoorbeeld op de maandag veel ingepland hebt, ja dan lukt het niet’ (Respondent 2, Fragment 2.30).

De respondenten is gevraagd op welke locatie zij binnen het Saxion het liefst benaderd willen worden om verhalen te vertellen voor de Expeditie Enschede. De keuze werd gegeven tussen een openbare ruimte, waarbij gedacht kan worden aan de kantine of het schoolplein, of op de academie waar de respondent zich op dat moment bevindt. Het merendeel van de respondenten geeft aan dat niet mee willen werken om verhalen te vertellen in een openbare ruimte.

‘Nee, als ik bijvoorbeeld in de kantine zit heb ik toch even een moment voor mij zelf’ (Respondent 5, Fragment 5.47).

Op de vraag of de respondenten bereid zijn om benaderd te worden op de academie geeft het merendeel ja als antwoord.

‘Ja, dat zou ik geen probleem vinden. Dan zijn er ook weinig mensen die met je meeluisteren dus dan kun je gewoon een beslissing maken in plaats van dat er mensen meeluisteren waardoor je toch een bepaalde groepsdruk voelt’ (Respondent 2, Fragment 2.32).

5. Conclusie

In dit hoofdstuk wordt de conclusie beschreven. Aan de hand van de antwoorden op de deelvragen wordt er antwoord gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek.

5.1 Conclusie deelvraag

In dit hoofdstuk wordt er antwoord gegeven op de praktische deelvraag. Dit antwoord wordt gegeven aan de hand van de resultaten van dit onderzoek waarbij conclusies worden gekoppeld aan theorie.

De praktische deelvraag die opgesteld is luidt als volgt:

- Welke benaderingswijze sluit aan bij de jongeren tussen de 16 en 26 jaar van het Saxion Enschede?

Uit dit onderzoek blijkt dat jongeren tussen de 16 en 26 jaar graag persoonlijk benaderd willen worden. Op de vraag wat volgens de respondenten een leuke manier van benaderen zou zijn waren de antwoorden allemaal gericht op persoonlijke benadering. Yvonne van Stark (2016) stelt dat de manier van benaderen van een jongere bepalend is voor de motivatie om wel of niet deel te nemen aan een project. Voor vele respondenten is het belangrijk dat het interessant moet worden overgebracht en dat het geen verkooppraatje lijkt, waardoor zij op deze manier dus niet gemotiveerd raken om ergens aan deel te nemen. Als er naar de resultaten gekeken wordt, kan de conclusie worden getrokken dat de respondenten privacy erg op prijs stellen. Hier kan de Expeditie op in spelen, door een ruimte te creëren, waar studenten tussen de 16 en 26 jaar van het Saxion in het bijzijn van een bekende, of alleen, hun verhaal kunnen doen. Een manier om dit te kunnen bewerkstelligen is het installeren van een interactieve installatie welke zo is ontwikkeld dat buitenstaanders niet kunnen zien welke antwoorden de jongeren geven op de vragen van het online vertelpunt. Deze interactieve installatie is tevens een goede manier om verhalen op te halen, want uit onderzoek van Else Boss komt naar voren dat er drie bepalende factoren zijn om jongeren te boeien: het moet leuk zijn, het moet iets opleveren en het moet direct zichtbaar zijn. Een interactieve installatie kan aan deze drie factoren voldoen.

De drie factoren uit het onderzoek van Else Boss sluiten naadloos aan bij de antwoorden die de respondenten hebben gegeven op de open vraag op welke manier zij het leuk zouden vinden om benaderd te worden om het vertelpunt in te vullen. De respondenten benoemen dat de standjes van de Expeditie Enschede leuk aangekleed moeten zijn zodat het meer bekijks oplevert. Op de factor dat het iets moet opleveren benoemen de respondenten dat ze er iets tegenover willen hebben zien staan, zoals bijvoorbeeld een kleine prijs voor diegene die het vertelpunt hebben ingevuld. Hier kan de Expeditie Enschede op inspelen door standjes op het Saxion neer te zetten, die voldoen aan de bovenstaande genoemde factoren. Zij kunnen dan uitleg geven over de Expeditie en de mogelijkheden die het biedt om verhalen te delen.

Buiten de face-to-facemanier, geven de respondenten aan dat ze per e-mail benaderd zouden willen worden om deel te nemen aan een project. De redenen die de respondenten hiervoor aangeven is dat er op een rustig moment de informatie bekeken kan worden en dat er gelijk duidelijkheid kan worden gecreëerd over de intenties. Saxion Enschede heeft de infrastructuur waarin elke student en docent een emailadres heeft welke beheerd wordt door het Saxion. De doelgroep, jongeren tussen de 16 en 26 jaar, kan benaderd worden per email met het verzoek om hun verhaal te delen. Uit het

onderzoek van Karin Husslage (2014) komt naar voren dat de jongvolwassenen op een rustige manier content willen bekijken. Hier kan de Expeditie Enschede op inspelen door de link van het online vertelpunt via de email te verzenden zodat de jongeren zelf kunnen bepalen wanneer ze het vertelpunt willen invullen aangezien er uit de interviews naar voren is gekomen dat ze het erg stellen op privacy.

Volgens het CBS (2015) maakten 8 van de 12 jongeren tussen de 12 en 25 jaar gebruik van social media. Uit de antwoorden die gegeven zijn door de respondenten kan worden geconcludeerd dat elke respondent gebruikt maakt van social media. De respondenten geven echter aan dat zij social media wel als een mogelijke benaderingswijze zien, maar dat zij niet bij alle social media platforms openstaan om benaderd te worden om deel te nemen aan een project. Het platform waar de respondenten wel voor openstaan om benaderd te worden is met name Facebook. De redenen die de respondenten hiervoor geven, zijn dat men snel kan antwoorden, er zelf bepaald kan worden wanneer er gereageerd gaat worden en dat het interessant, is omdat zij het onderwerp zijn. Op basis van bovenstaande kan er geconcludeerd worden dat Expeditie Enschede het online vertelpunt kan verspreiden op Facebookpagina's welke in beheer zijn van het Saxion. Hierdoor wordt er meer aandacht geschonken aan het online vertelpunt en is de kans groter dat er meer verhalen worden opgehaald. Tevens wordt de naam van Expeditie Enschede zo vergroot.

De antwoorden uit de afgenomen interviews laten zien dat de jongeren niet in een openbare ruimte, maar op een afgesloten veilige plek bereid zijn om hun verhalen te vertellen. In een artikel van van den Broeck (2016) blijkt dat jongeren een bewuste keuze maken wat zij wel of niet willen delen. Zij blijken minder bezorgd te zijn om hun privacy maar hebben en zijn meer bewust van hoe zij hun privéleven openbaar maken (van den Broeck, 2016). Deze afgesloten ruimtes zouden zich kunnen bevinden op de verschillende academies op het Saxion. Er kan hier gedacht worden aan ruimtes die gereserveerd kunnen worden zodat alleen jongeren die hun verhaal willen delen in een gesloten lokaal hun verhaal kunnen doen.

De antwoorden over op welk moment van de dag dit het beste zou kunnen plaatsvinden, geven aan dat het afhankelijk is van de tijd die de respondenten hebben. Uit de antwoorden kan ook worden gehaald dat de jongeren het meest tijd hebben in de middag.

5.2 Conclusie hoofdvraag

In de bovenstaande paragraaf is er een conclusie geschreven op de praktische deelvraag. In deze paragraaf wordt de conclusie beschreven van de hoofdvraag.

De hoofdvraag die is opgesteld voor het onderzoek is als volgt:

- Hoe kan Expeditie Enschede binnen Saxion hogeschool verhalen ophalen van jongeren tussen 16-26 jaar om de inclusieve samenleving na te streven?

De inclusieve samenleving is een samenleving waarin wordt uitgegaan van de kracht, eigen regie en sociale netwerk van burgers. Er moet echter niet worden vergeten dat door de individualisering, burgers in kleinere, minder hechte netwerken leven. Hierdoor hebben burgers nog steeds de ondersteuning nodig van professionals (Veneman & Schoenmaker, 2012).

Deze ondersteuning kan geboden worden doordat professionals vragen aan jongeren om hun verhalen te delen. Jongeren kunnen ook uit eigen interesse en inzet hun verhaal delen met Expeditie

Enschede. Hierdoor worden jongeren ondersteund die deze verhalen niet in hun eigen sociale netwerk kunnen of willen delen. Doordat jongeren deze verhalen delen kunnen er kwesties geformuleerd worden op basis van overeenkomsten in deze verhalen. Deze kwesties kunnen vervolgens opgelost worden waardoor gemeenschappelijke belemmeringen opgeheven worden en hierdoor een preventieve werking hebben. Dit zorgt er voor dat deze jongeren mee kunnen draaien in de inclusieve samenleving. Uit het gedane onderzoek is naar voren gekomen dat jongeren tussen de 16 en 26 jaar op het Saxion in Enschede de voorkeur geven aan een veilige ruimte binnen een academie, om benaderd te worden om hun verhaal te delen. Wanneer jongeren benaderd worden geven zij aan dat de vorm van benaderen leuk moet zijn en het moet direct zichtbaar zijn wie of wat de organisatie is. De Expeditie Enschede kan hier op in spelen, door een ruimte te creëren, waar studenten tussen de 16 en 26 jaar van het Saxion in het bijzijn van een bekende of alleen hun verhaal kunnen doen. Een manier om dit te kunnen bewerkstelligen is het installeren van een interactieve installatie.

Uit het gedane onderzoek komt tevens naar voren dat Expeditie Enschede jongeren in de leeftijd 16 tot en met 26 jaar het liefst op de persoonlijke manier of per e-mail benaderd willen worden. Uit het onderzoek van Mortelmans & De Rey (2003) komt tevens naar voren dat de face-to-face benadering de populairste manier van benaderen is onder de jongeren. Respondenten uit het onderzoek geven aan dat de face-to-face benaderingswijze het beste aansluit bij hen waarbij de voorwaarde wordt gesteld dat de benadering niet moet overkomen als een verkooppraatje. Dit sluit aan bij het onderzoek wat Yvonne van Sark (2016) heeft uitgevoerd. Zij stelt dat de manier van benaderen van jongeren bepalend is voor de motivatie om wel of niet deel te nemen aan een project. Als voordelen van de face-to-facebenadering, benoemen de jongeren dat er direct contact is met de persoon door wie ze benaderd worden en dat ze direct duidelijkheid kunnen krijgen omtrent de bedoelingen van de benadering.

Uit de theorie is gebleken dat wanneer op het juiste moment, naar de juiste persoon, een e-mail gestuurd wordt, er een hoge respons met goede effecten ter gevolge heeft (Oud, Nic., 2007). De respondenten in dit onderzoek zeggen dat e-mail een prettige manier is om benaderd te worden. Dit komt, omdat zij dan persoonlijk worden benaderd en kunnen antwoorden in hun eigen tijd. Echter vindt een deel het ook nadelig, omdat er tegenwoordig al zoveel per e-mail wordt gedaan, dat men het niet leest en het bij ontvangen direct wordt verwijderd. Hieruit kan worden geconcludeerd dat het benaderen van jongeren per e-mail niet de beste benaderingswijze is.

Door gebruik te maken van deze benaderingswijzen om jongeren hun verhalen te laten delen wordt de visie van de inclusieve samenleving zoals de gemeente Enschede die gesteld heeft nagestreefd. Iedereen wordt gehoord waarbij er geen onderscheid wordt gemaakt ten aanzien van culturele achtergronden, leeftijd, geslacht, talenten of beperkingen.

6. Aanbevelingen

In het volgende hoofdstuk worden de aanbevelingen naar aanleiding van dit onderzoek beschreven. De aanbevelingen worden gegeven op basis van de resultaten en de geschreven conclusies.

6.1 Het vergroten van de naamsbekendheid

Bij het afnemen van de interviews kwam naar voren dat het merendeel van de respondenten nog nooit van de Expeditie Enschede had gehoord. Door de naamsbekendheid van de Expeditie te vergroten zullen meer mensen, onder wie jongeren, meer te weten komen waar de Expeditie voor staat. Uit de afgenomen interviews is onder andere naar voren gekomen dat jongeren het leuk vinden om benaderd te worden door middel van een aantrekkelijk uitzijnde info stand. Aangezien het feit dat tegenwoordig bijna iedereen beschikt over een mobiele telefoon met social media apps zou Expeditie Enschede haar naamsbekendheid kunnen vergroten door meer zichtbaar te worden op Facebook. Op dit moment vinden 142 mensen de Facebook pagina van Expeditie Enschede leuk, gezien het aantal jongeren in Enschede die in bezit zijn van een mobiele telefoon, is dit aantal erg laag. Doordat jongeren erg visueel zijn ingesteld zou de Expeditie hun Facebook pagina aantrekkelijker kunnen maken waardoor jongeren eerder gepakt worden om de pagina te liken en door te spelen aan leeftijdsgenoten.

6.2 Terugkoppeling geven aan jongeren

Na aanleiding van de gesprekken die zijn gevoerd met onder andere Marloes Veldhuizen, vertegenwoordigster van Expeditie Enschede, kwam naar voren dat er een verbeterslag te behalen is in de terugkoppeling naar de jongeren. Uit het literatuur onderzoek en afgenomen interviews is gebleken dat de doelgroep een terugkoppeling wil over wat er gedaan wordt met de input die geleverd wordt. Dit is dan ook een belangrijk aspect welke meegenomen moet worden in het aanbieden van het online vertelpunt en de verteltafel waarin duidelijke communicatie nodig is naar degene die het vertelpunt invult. De terugkoppeling kan gedaan worden door bijeenkomsten te plannen voor jongeren die hun verhaal gedeeld hebben. Op deze bijeenkomsten kan worden laten gezien wat er met hun input gedaan is en wat er in de toekomst mee gedaan gaat worden. Tevens kan de informatie over wat er gedaan is, en gaat worden met hun verhaal ook nog per e-mail worden verstrekt aan de jongeren die hun verhalen hebben gedeeld. Op deze manier speelt de Expeditie Enschede in op de behoefte dat jongeren op een rustig moment informatie willen lezen.

6.3 Experimenteren met de benadering

Uit de interviews met de jongeren kwam er naar voren dat jongeren tussen de 16 en 26 jaar het beste benaderd kunnen worden op de face-to-facemanier, per e-mail en via social media. Echter is deze conclusie getrokken uit de antwoorden die ontvangen zijn van de respondenten naar aanleiding van de afgenomen interviews. Er is verder geen experiment uitgevoerd ter controle om te bekijken of deze benaderingswijzen daadwerkelijk aanslaan bij de doelgroep. Wel is er uit de theorie naar voren gekomen dat een interactieve installatie voldoet aan de eisen die jongeren stellen om hun verhalen te delen. Deze interactieve installatie kan geplaatst worden op afgesloten ruimtes op academies binnen het Saxion Enschede. De inhoud van deze interactieve installatie kan bestaan uit het online vertelpunt waarbij een jongere zijn of verhaal kan delen door dit vertelpunt in te vullen. Een andere manier kan zijn om een oproep knop te plaatsen waarop iemand van de Expeditie Enschede een verzoek tot videogesprek ontvangt. Het is bedoeling dat de jongere zijn of haar verhalen zelf invult in het online vertelpunt en dat het videogesprek ervoor kan dienen om verduidelijking te vragen over

wat er bedoeld met de vragen in het online vertelpunt. De mogelijkheid om een video oproep te ontvangen is het gebruik maken van Facebook Messenger. Alle medewerkers van de Expeditie Enschede, die het Facebook account in beheer hebben, ontvangen dan deze melding en kunnen het gesprek starten door het te accepteren. Met deze optie voldoet men aan de eisen uit het onderzoek van Else Boss (2014) waarbij het leuk en innovatief is, de jongere weet direct met wie hij of zij te maken heeft en de jongere kan direct vragen wat het hem of haar oplevert.

6.4 Het persoonlijk benaderen van de doelgroep

Uit dit onderzoek is naar voren gekomen dat de jongeren tussen de 16 en 26 jaar het liefst benaderd worden op een persoonlijke manier. Deze persoonlijke manier is onder te verdelen in onder andere de face-to-facemanier, waarbij de respondenten aangeven het fijn te vinden dat ze direct weten met wie ze te maken hebben waarbij er direct duidelijkheid geschiedt kan worden over de intenties. Tevens geven de respondenten aan dat het persoonlijk benaderen via de e-mail men ook aanspreekt omdat je hierbij snel kan antwoorden, er zelf bepaald kan worden of men antwoord of niet en dat het persoonlijk is omdat ze een e-mail krijgen op hun eigen e-mail adres die aan hen geadresseerd is. Wel stellen ze als voorwaarde dat de e-mail aan hen persoonlijk geadresseerd is. Saxion Enschede heeft de infrastructuur waarmee e-mails gericht aan mensen binnen het Saxion verstuurd kunnen worden. Expeditie Enschede kan de samenwerking aangaan met Saxion Enschede om gerichte e-mails te versturen met de vraag om het online vertelpunt in te vullen of om aan te geven waar de interactieve installatie zich bevindt om op die manier hun verhalen te delen.

7. Sterktes en zwaktes

In dit hoofdstuk komen de sterktes en zwaktes van dit onderzoek naar voren. De sterktes en zwaktes zullen worden toegelicht. Ook zal er een discussie worden beschreven met behulp van argumenten die het eigen professioneel standpunt over het onderwerp weergeeft.

7.1 Sterktes van het onderzoek

De sterktes van het onderzoek zijn dat het praktisch inzetbaar is en dat er een hoge diversiteit is rondom de steekproef.

Praktische inzetbaarheid

De informatie die verzameld is, is toegespitst op de mogelijkheden die Saxion heeft om mensen te benaderen. Er is gekeken naar welke mogelijkheden er zijn binnen het Saxion waarbij er specifiek aan de respondenten is gevraagd of ze die benaderingswijze wenselijk vinden. De resultaten hiervan zijn bruikbaar voor Expeditie Enschede om een specifieke vraag bij het Saxion neer te leggen hoe zij studenten/medewerkers van het Saxion willen benaderen.

Diversiteit steekproef

Er is diversiteit van de respondenten in dit onderzoek. Er is een verdeling gemaakt tussen leeftijd, geslacht en welke positie iemand bekleedt binnen Saxion Enschede (student/medewerker). De verschillende antwoorden van de verschillende respondenten geeft een indruk over de denkwijze van de verschillende jongeren binnen het Saxion Enschede.

7.2 Zwaktes van het onderzoek

De zwaktes die naar voren zijn gekomen na aanleiding van het onderzoek zijn:

- de steekproef is niet generaliseerbaar
- de vragenlijst is multi interpretabel
- Incomplete informatie theoretisch kader

De steekproef is niet generaliseerbaar

Het onderzoek is niet generaliseerbaar omdat er maar 17 respondenten zijn geïnterviewd van de 3196 studenten van het Saxion welke woonachtig zijn in de gemeente Enschede. Daarnaast is het onduidelijk hoeveel medewerkers van het Saxion Enschede woonachtig zijn in gemeente Enschede en in de leeftijdscategorie 16 en 26 jaar zitten. Echter kan de conclusie wel worden gemaakt dat de twee respondenten die als medewerker actief zijn op het Saxion, niet genoeg zijn om de doelgroep te vertegenwoordigen.

Multi interpreteerbare vragenlijst

De vragenlijst, zoals die is opgesteld, is tijdens het afnemen van de interviews multi interpretabel gebleken. Sommige respondenten redeneren vanuit wat het beste was voor de organisatie waarbij andere respondenten redeneerden vanuit hoe zij het zouden ervaren om benaderd te worden. De interviews zijn door twee verschillende onderzoekers afgenomen. Hierdoor is er een verschil in doorvragen ontstaan, waarbij iedere onderzoeker zijn eigen referentiekader met zich meebracht. Dit heeft invloed op de resultaten omdat de verschillende onderzoekers op verschillende gebieden doorvroegen. Hierdoor zijn de vragen, of hoe jongeren benaderd kunnen worden in groepen, niet valide. Er wordt niet gemeten wat men wilde meten.

Incomplete informatie theoretisch kader

De informatie die door de onderzoekers gevonden is tijdens het literatuuronderzoek was alleen toegespitst op jongeren met een beperking. Hierdoor is de informatie niet compleet over hoe jongeren in het algemeen een inclusieve samenleving ervaren.

7.3 Discussie

Het onderzoek dat is uitgevoerd steunt op de aanname dat de jongeren ook gehoord willen worden. Want wanneer een jongeren niet gehoord wil worden, wat is dan het nut van het benaderen van een jongere om zijn/haar verhaal te delen?

In het begin van dit onderzoek is er gezegd dat jongeren gehoord willen worden. Hierdoor was het niet nodig om aan de jongeren te vragen of zij bereid zou zijn om hun verhaal te delen. Tijdens verschillende gesprekken tussen de onderzoekers en de opdrachtgever is er gezegd dat de onderzoekers moesten aannemen dat jongeren gehoord willen worden. Deze aanname is gebaseerd op de ervaring van de opdrachtgeefster en het onderzoek van Leuwerink & Luttenberg (2017). In dit onderzoek wordt er verwezen naar de ervaring van Expeditie Enschede dat jongeren gehoord willen worden. Verder worden er geen andere bronnen aangedragen welke deze aanname ondersteunen. In de discussie van het onderzoek van Leuwerink & Luttenberg wordt gezegd dat de antwoorden van de jongeren, sociaal wenselijk kunnen zijn. Hierdoor is het niet zeker of de jongeren die in dat onderzoek geïnterviewd zijn, ook echt gehoord willen worden. Dit betekent dat de aanname van de opdrachtgeefster dat jongeren gehoord willen worden, niet sterk onderbouwd is.

In de media zijn er verschillende verhalen en artikelen verschenen, waarin wordt gezegd dat de jongeren niet gehoord willen worden. In 2005 heeft er een onderzoek plaatsgevonden over het jeugdbeleid in 72 gemeenten in Nederland. Het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) constateerde in die periode dat jongeren niet over de gehele breedte van het jeugdbeleid mee willen praten en dat ze vooral hun stem laten horen bij jongeren die wel actief zien. Woordvoerder van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Jan Brouwer de Koning stelt dat er altijd voldoende jongeren zijn die het goed vinden zoals het allemaal gebeurt (Jongeren kritisch over jeugdbeleid, 2005). Verder is in de periode voor de verkiezingen van 2017 ook veel aandacht geweest voor de jongeren en hun stem. Er werd gezegd dat jongeren niet gehoord zouden worden en dat hier meer aandacht aan besteed moest worden. Want jongeren zijn de toekomst en dus moeten zij serieus genomen worden. Er is een onderzoek gedaan naar meningen en ervaringen van Westlandse jongeren met betrekking tot jeugdparticipatie. Hierin komt naar voren dat de meer actievormen van participatie zoals maatschappelijke of politieke participatie minder wordt gedaan door jongeren. Daarnaast willen weinig jongeren politiek participeren door mee te praten binnen de gemeente en hebben zij weinig interesse in deelname aan vrijwilligerswerk of participatieactiviteiten in de toekomst (Bol, 2015). Bridges-Karr & van den Bosch (2008) bevestigen dit doordat er in hun onderzoek naar voren komt dat jongeren in hun bezigheden streven naar doelen egocentrisch zijn.

Een onderzoek van de Nationale Jeugdraad (NJR, 2015) over de invloed die jongeren ervaren wat betreft jeugdbeleid, geeft in hun conclusies en aanbevelingen aan dat jongeren wel degelijk gehoord worden: “Er wordt vaak een somber beeld geschetst van jongeren die geen interesse hebben in politiek, maar eigenlijk zien we dat helemaal niet terug in ons onderzoek” (NJR, 2015 p.22). In een artikel geschreven door Mark Bremer, gaat het over de oprichting van Young Critics. Young Critics is een platform voor jongeren. Martijn van der Laan, oprichter van Young Critics, stelt dat jongeren te

weinig gehoord worden en dat er te weinig naar de inbreng en inzichten van jongeren wordt gevraagd. Het gaat tegenwoordig veelal over jongeren maar niet met of door jongeren (Bremer, 2015).

De meningen zijn dus verdeeld over of jongeren wel of niet gehoord (willen) worden. De kans bestaat hierdoor dat jongeren wel benaderd willen worden om hun verhalen te delen, maar ook dat er jongeren zijn die niet benaderd willen worden. Uit de hierboven genoemde onderzoeken komt naar voren dat er genoeg jongeren zijn die niet de behoefte hebben om gehoord te willen worden. Dit betekent dat Expeditie Enschede veel tijd en moeite stopt om zo veel mogelijk jongeren te benaderen, maar dat een gedeelte van de doelgroep helemaal niet van plan is om mee te werken door hun verhalen te delen.

Het zou dan ook aan te raden te zijn om er eerst achter te komen welke type jongeren we bereid is om hun verhaal te delen zodat er een gerichte aanpak ingezet kan worden. Dit scheelt kosten, tijd en levert een boel meer informatie op.

Bibliografie

- Alles over marktonderzoek*. (2015). Opgeroepen op Juni 10, 2017, van Face to Face onderzoek: <http://www.allesovermarktonderzoek.nl/onderzoeksmethoden/face-to-face-onderzoek/>
- Bol, M. (2015). *Samen sterk in het Westland: Mening en ervaringen van Westlandse jongeren met betrekking tot jeugdparticipatie*. Utrecht: Utrecht University Repository.
- Bolsenbroek, A., & van Houten, D. (2010). *Werken aan een inclusieve samenleving*. Amsterdam: Boom/Nelissen.
- Bosma, W. (2012). *Jongeren over de mogelijkheden van sociale media voor de werving en binding van jongeren aan groeps participatieprojecten*. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Boss, E. (2014, April 3). *Gebruik de passies van jongeren*. Opgehaald van Movisie: www.movisie.nl/artikel/gebruik-passies-jongeren
- Bremer, M. (2015, Maart 31). *Young Critics: 'Jongeren worden te weinig gehoord.'*. Opgehaald van De Ruis: <http://deruis.nl/young-critics-jongeren-worden-te-weinig-gehoord/>
- Bridges - Karr, L., & van den Bosch, A. (2008). *Ze zijn geweldig! Maar waarom eigenlijk?*. Utrecht: Movisie.
- Buijs, L. (2013). *Spelen met emoties: hoe beïnvloeden kleuren en patronen de beleving van emoties en empathie?* Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Buijs, M. (2015, Februari 8). *Individualisering maatschappij begon meer dan eeuw geleden*. Opgeroepen op April 2, 2017, van NU.nl: <http://www.nu.nl/wetenschap/3988388/individualisering-maatschappij-begon-meer-dan-eeuw-geleden.html>
- De 5 belangrijkste technologische trends voor 2017*. (2017, Januari 16). Opgehaald van HR Praktijk: <https://www.hrpraktijk.nl/hr-analytics/nieuws/de-vijf-belangrijkste-technologische-trends-voor-2017>
- de Graauw, C. (z.j.). *Jongeren: Een moeilijk te bereiken doelgroep?* Opgehaald van Effectmeting & Doelbereik: <http://claudiadegraauw.nl/jongeren-een-moeilijk-te-bereiken-doelgroep/>
- Disclaimer en huisregels*. (2017). Opgeroepen op April 4, 2017, van SAX.nu: http://www.sax.nu/Disclaimer_en_huisregels
- Enschede. (z.j.). *Nieuw Enschedees Welzijn*. Opgehaald van Enschede: <https://www.enschede.nl/welzijn053>
- Enschede, W. (z.j.). *Expeditie Enschede*. Enschede: Wijkteams Enschede.
- Facebook. (z.j.). *Sax Media*. Opgehaald van Facebook: <https://www.facebook.com/SaxMedia/>

- Groepsdynamiek.nl. (2015). *Wanneer kun je spreken van een team?* Opgehaald van Groepsdynamiek: www.groepsdynamiek.nl/wat_is_een_team.html
- Hoeymans, N., & Kooiker, S. (2013). Via de transities naar de participatiesamenleving. *Tijdschrift voor gezondheidswetenschappen*, 449-450.
- Husslage, K. (2014, April 15). *Zo bereik je jongeren*. Opgehaald van Sprout: <https://www.sprout.nl/artikel/marketing/zo-bereik-je-jongeren>
- Ijsfontein.nl. (z.j.). *Wat is een interactieve installatie?* Opgehaald van Ijsfontein: www.ijsfontein.nl/faq/wat-is-een-interactieve-installatie
- Innovatief aan de slag. (z.j.). *tool:lerend netwerk*. Opgehaald van Innovatief aan de slag: www.innovatiefaandeslag.be/tool/lerend-netwerk
- Jongeren kritisch over jeugdbeleid*. (2005, Oktober 28). Opgehaald van Trouw: <https://www.trouw.nl/home/jongeren-kritisch-over-jeugdbeleid~acc0a44b/>
- Katinka900. (2016, December 14). *Groepsdruk en de invloed van de groep op tieners*. Opgehaald van Mens en Samenleving: <http://mens-en-samenleving.infonu.nl/sociaal/91021-groepsdruk-en-de-invloed-van-de-groep-op-tieners.html>
- Kloosterman, R., & van Beuningen, J. (2015). *Jongeren over social media*. Den Haag: Centraal Bureau voor Statistiek.
- Leeuwerink, A., & Luttenberg, L. (2017). *Bacheloronderzoek 9.2 - Expeditie Enschede*. Enschede: Saxion Hogeschool.
- Leuwerink, A., & Luttenberg, L. (2017). *Een kwalitatief onderzoek naar de benaderingswijzen van jongeren voor het online vertelpunt van Expeditie Enschede*. Enschede: Saxion.
- Mortelmans, D., & de Reynt, N. (2003, September). *Communiceren met Jongeren*. Antwerpen: Universiteit Antwerpen. Opgeroepen op Juni 10, 2017, van https://www.researchgate.net/profile/Dimitri_Mortelmans/publication/236167040_Communiceren_met_jongeren/links/0a85e52d7fbd4b8618000000.pdf
- Movisie. (2015, januari 25). *Wmo 2015: wat is er veranderd?* Opgehaald van Movisie: <https://www.movisie.nl/artikel/wmo-2015-wat-er-veranderd>
- Movisie. (2016, juli 7). *Wijziging AWBZ en WMO: een overzicht*. Opgehaald van Movisie: <https://www.movisie.nl/artikel/wijzigingen-awbz-wmo-overzicht>
- NJR. (2015). *Invloed hebben*. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport .
- Oomes, M., Bosman, E., & Langerak, N. (2014). *Trends in de samenleving*. Den Haag: Sectorinstituut Openbare Bibliotheken.
- Oud, Nic. (2007). *Effectiviteit van direct mail: de 7 belangrijkste benchmarkcijfers*. Opgehaald van NIC.OD: <https://nicoud.nl/effectiviteit-van-direct-mail-de-7-belangrijkste-benchmarkcijfers/>

- Overmars - Marx, T. (2011, April). *Meedoen en erbij horen in je eigen wijk: Wat is er nodig?* Opgeroepen op April 2, 2017, van Een verkenning naar bevorderende en belemmerende factoren: http://vilans6.vilans.nl/docs/vilans/informatiecentrum/NTZ_Overmans.pdf
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone*. New York: Simon & Schuster.
- Sark, Y. (2016). *Hoe help je leerlingen om gemotiveerd te raken?* Opgehaald van Wij-leren: <http://wij-leren.nl/intrinsieke-motivatietips-jongeren.php>
- Saxion. (z.j.). *Locaties, routes en parkeren*. Opgehaald van Saxion: <https://www.saxion.nl/over/route/enschede/>
- Schuurman, M. (2002). *Mensen met verstandelijke beperkingen in de samenleving*. Utrecht: Landelijk Kennisnetwerk Gehandicaptenzorg.
- Sonder, M., & Wilink, M. (2017). *Bacheloronderzoek 9.2 - Expeditie Enschede*. Enschede: Saxion Hogeschool.
- Sprout. (z.j.). *Goede mond tot mond reclame genereren*. Opgehaald van Sprout: <https://www.sprout.nl/how-to/marketing/gratis-publiciteit/goede-mond-tot-mond-reclame-genereren>
- Steyaert, J., & Kwekkeboom, R. (2012). *De zorgkracht van sociale netwerken*. MOVISIE.
- Sturm, J. e. (2008). *Key issues for the succesfull design of an intelligent, interactive playground*. Chicago: Proceeding.
- Theory of planned behavior*. (2013). Opgeroepen op Juni 11, 2017, van Marketing Portaal: <https://www.marketingportaal.nl/modellen-strategieen/theory-of-planned-behaviour>
- Tieleman, M. (2007). *Levensfasen*. Almelo: Boom Onderwijs.
- Tielemans, M. (2011). *Levensfasen*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.
- Tweedekamer.nl. (2014, 07 02). *Van verzorgingsstaat naar participatiesamenleving*. Opgehaald van Tweede Kamer Der Staten-Generaal: https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/plenaire_verslagen/kamer_in_het_kort/verzorgingsstaat
- Twitter. (z.j.). *Sax.nu*. Opgehaald van Twitter: https://twitter.com/sax_nu
- van den Broeck, E. (2016, September 13). *Deze studie toont aan dat jongeren niet roekeloos met hun privacy omgaan (maar ouderen wel)*. Opgehaald van Bloovi: <http://www.bloovi.nl/nieuws/detail/deze-studie-toont-aan-dat-jongeren-niet-roekeloos-met-hun-privacy-omgaan-maar-ouderen-wel>
- van der Zee, F. (2016). *Steekproef trekken*. Opgehaald van Hulp Bij Onderzoek: <https://hulpbijonderzoek.nl/online-woordenboek/steekproef-trekken/>
- van Panhuis, J. (2001). Planningsmethode zet client met verstandelijke handicap centraal. *SPH*, 18-23. Opgeroepen op April 2, 2017, van Person Centered Planning:

<https://d1l066c6yi5btx.cloudfront.net/nsgk/docs/bf9b16d4-570e-46f0-a56f-54750ba9ac85.pdf>

Veneman, M., & Schoenmaker, L. (2012, Maart 15). *Een inclusieve samenleving*. Opgeroepen op April 2, 2017, van <http://www.lisetteschoenmaker.nl/Papers/Inclusie.pdf>

Verhoeven, N. (2007). *Wat is onderzoek?* Middelburg: BoomOnderwijs.

Wij-leren. (z.j.). *Intrinsieke motivatie*. Opgehaald van Wij-leren: <http://wij-leren.nl/intrinsieke-motivatie.php>

Zorgwijzer.nl. (2016, december 12). *Wat is de Wet maatschappelijke ondersteuning (WMO)?* Opgehaald van Zorgwijzer.nl: <http://www.zorgwijzer.nl/faq/wmo>

Bijlage 1. Operationalisatie

Concept	Dimensie	Variabele	Vraag
Benaderingswijze	Face-to-face	Individueel	Hoe zou jij op een individuele manier benaderd willen worden om deel te nemen aan dit project?
		Groepsverband	Hoe zou jij reageren wanneer jij in groepsverband uitgenodigd wordt om deel te nemen aan dit project?
			Hoe zou jij handelen wanneer jij positief hier tegenover staat maar de rest negatief?
	Digitaal	Social media	Maak je gebruik van social media? Zo ja, van welke social media maak je het meeste gebruik?
			Wat zou jij doen wanneer je via social media benaderd word om deel te nemen aan dit project?
		Email (webmail Saxion, persoonlijke email)	Wat zou jij doen wanneer je via email benaderd word om deel te nemen aan dit project?
		E-magazine (SAX.nu)	Wat zou jij doen wanneer je via een online magazine (zoals SAX) benaderd word om deel te nemen aan dit

	Analoog	Brief	project? Hoe vaak ontvang jij een persoonlijke brief? Hoe zou jij het vinden wanneer je per persoonlijke brief benaderd word om deel te nemen aan dit project?
	Tijdstip	Dagindeling	Op welk moment van de dag ben jij het meest bereid om deel te nemen aan dit project?
		Weekindeling	Op welke moment van de week ben jij het meest bereid om deel te nemen aan dit project?
	Locatie	Openbare ruimte	Zou jij in een openbare ruimte van Saxion benaderd willen worden om mee te werken aan dit project? Wat maakt het dat je hiervoor kiest?
		Afgesloten ruimte	Zou jij in een afgesloten ruimte binnen Saxion benaderd willen worden om deel te nemen aan dit project? Wat maakt het dat je hiervoor kiest?

Bijlage 2. Overeenkomst onderzoeksopdracht

OVEREENKOMST ONDERZOEKSOPDRACHT	
STUDENTGEGEVENS	
Naam	Niek Scholten / Danny Assink
Adres	Bombazijnstraat 19 / Archimedesstraat 11
Postcode/woonplaats	7545TW, Enschede / 7552TR Hengelo
Telefoonnummer	- / -
Mobiel	0640399072 / 06-24239450
Email	334167@student.saxion.nl / 322025@student.saxion.nl
Opleiding	SPH / SPH
<i>(Indien meerdere deelnemende studenten, naam en adresgegevens toevoegen)</i>	
GEGEVENS INSTELLING/ORGANISATIE	
Naam Organisatie + afdeling	SMD E.H. Wilkeam Job Outen
Eindverantwoordelijke onderzoek	Marloes Veldhuizen
Onderzoeksbegeleider + opleiding	Marloes Veldhuizen msc.
Adres	Gronauwstraat 200
Postcode/woonplaats	7533 BM
Telefoonnummer	06 12568297
Email	m.veldhuizen@wilkeamenschede.nl
De organisatie geeft wel/niet* toestemming voor publicatie van het bachelorrapport.	
GEGEVENS ACADEMIE MENS EN MAATSCHAPPIJ	
Naam Organisatie + afdeling	Saxion, Academie Mens en Maatschappij
Eindverantwoordelijke onderzoek	Karin Kremer-Baars
Onderzoeksbegeleider + opleiding	
Adres	M.H. Tromplaan 28
Postcode/woonplaats	Postbus 70.000/7513 AB Enschede
Telefoonnummer	053-4871...
Email	
GEGEVENS ONDERZOEK	
Onderwerp en achtergrondschets	Inventariseren wat de beste benaderingswijze is om studenten van Saxion Enschede het online vertelpunt in te laten vullen.
Doelstelling/vraagstelling	Hoofdvraag: Hoe kan Expeditie Enschede binnen Saxion hogeschool verhalen ophalen van jongeren tussen 16-26 jaar? Deelvragen: Wat is in de literatuur bekend over de inclusieve samenleving? Welke benaderingswijzen zijn er om jongeren tussen de 16 – 26 jaar te bereiken op Saxion? Welke benaderingswijze sluit aan bij de studenten van Saxion Enschede.

	STUDENTEN VAN HET SAXION ENSCHDEDE HET OEFEN- tenaderd kunnen worden zodat zij het online vertelpunt in zullen gaan vullen.
Werkwijze	Online vertelpunt - Interview
Middelen (bijv. financiën, overlegtijd)	-
Tijdsfasering (start-, loop- eindtijd) Let op: dit mag maximaal zeven maanden in totaal bestaan.	06-02-2017 tot 16-06-2017
Beoogde tussenproducten	Onderzoeksplan
Producten ter beschikking	Voorgaande onderzoek door studenten van Saxion Enschede (
Geheimhoudingsplicht (bijv. privacy)	-

OVERIGE AFSPRAKEN / CONDITIES:

Het onderzoeksplan is gelezen en geaccordeerd door de opdrachtgever.

Overige afspraken en condities, indien van toepassing, *kunnen* gemaakt worden door opdrachtgever en studenten met betrekking tot onder meer:

- de te leveren aantallen eindrapporten (en de mogelijke extra kosten daarvan) en daarmee samenhangende extra inspanningen, zoals een handzame samenvatting van de rapportage en/of persbericht;
- de presentatie van de onderzoeksresultaten;
- het copyright/auteursrecht. (In de vorm van een zinsnede als: "Het auteursrecht van de eindrapportage / eindproduct berust bij");
- het al dan niet hebben van publicatierecht van een rapport voor Academie M&M dan wel de betrokken organisatie (sluit direct aan bij voorgaande punt);
- het al dan niet gemeenschappelijk dragen van de kosten van een (mogelijke) publicatie;
- door de opdrachtgever te leveren inspanningen m.b.t. bijvoorbeeld het aanleveren van materiaal en informatie of te regelen voorzieningen ten behoeve van het onderzoek;
- afspraken m.b.t. de eindverantwoordelijkheid voor de uitvoering van het onderzoek vanuit AMM. Dat is formeel de manager onderwijsuitvoering, die de verantwoordelijkheid delegeert aan de onderzoeksbegeleider;
- investerings- en betalingscondities; de naar verwachting vereiste financiële investering van de opdrachtgever (en eventuele bijdrage van de opdrachtnemer in de kosten), afspraken over mogelijk meerwerk en over betalingstermijnen/deelfacturen.

VOOR AKKOORD

- Handtekening Eindverantwoordelijke Opleiding

- Handtekening Eindverantwoordelijke Instelling

- Handtekening Student(en)

Datum en Plaats

13-04-2017

Enschede