



centrum

Jeugd & Gezin
Schouwen-Duiveland

COMMUNICATIEOPZET CENTRUM JEUGD EN GEZIN

In dit communicatieplan kunt u lezen op welke manier de communicatie rond het centrum voor Jeugd en Gezin is opgezet.

De communicatie bestaat uit 3 delen: namelijk voor de opening, de opening zelf en de periode na de opening.

In bijlage 1 zijn per doelgroep zijn verschillende communicatiemiddelen als mogelijkheid genoemd.

Bijlage 2 bevat logo en beeldmerk (Oeistie en Oeissie) van het CJG.

SITUATIESCHETS

Het ministerie voor Jeugd en Gezin heeft bepaald dat iedere gemeente in Nederland voor 2010 een Centrum voor Jeugd en Gezin (CJG) moet inrichten. In dit centrum worden hulp, advies en ondersteuning geregeld voor ouders, kinderen en jeugdigen (0- 23 jaar) bij vragen en problemen rond opvoeding en opgroeien. Aanleiding hiervoor is de constatering dat nu nog te vaak sprake is van onvoldoende uitwisseling van gegevens, te weinig samenhang in het zorgaanbod en mede daardoor een onduidelijk beeld bij het publiek over wie waarvoor zorgt en voor welke problemen men waar terecht kan.

Om te komen tot een meer samenhangend en daardoor effectiever zorgaanbod voor jongeren en gezinnen heeft de gemeente Schouwen-Duiveland voor het lokale jeugdbeleid het INA-project (INA= integrale netwerk aanpak) ontwikkeld.

Met de inrichting van een CJG - de belangrijkste doelstelling van het INA-project- geeft de gemeente in samenwerking met een aantal maatschappelijke organisaties en hulpverleningsinstellingen vorm aan dit project. De inrichting van een CJG sluit bovendien naadloos aan bij het WMO-prestatieveld preventieve ondersteuning van jeugdigen en ouders. **Preventie** is speelt dan ook een belangrijke rol in de werkwijze van het CJG en in de communicatie van/over het CJG.

De gemeente Schouwen-Duiveland vervult in Zeeland een voortrekkersrol in het proces van de vorming van CJG's. De Taskforce Jeugd Zeeland, waarin provincie en gemeenten samenwerken, heeft Schouwen-Duiveland één van de drie pilotprojecten toegewezen voor de vorming van een CJG.

Het CJG zal starten in het pand van Allévo aan de Grevelingenstraat te Zierikzee. Hier is naast het consultatiebureau bovendien het maatschappelijk werk, opvoedsteunpunt en (binnenkort) de schoolarts van de GGD ondergebracht. Het is de bedoeling dat het aantal participanten in het CJG gaandeweg wordt uitgebreid, waardoor ook de doelgroep geleidelijk breder wordt.

Het CJG vergt voor de participanten deels een andere manier van werken, die voor een aantal organisaties wellicht een breuk met het verleden vormt. De participanten zijn het eens over noodzaak en uitgangspunten van het CJG. Qua inrichting is gekozen voor een laagdrempelig front-office en een backoffice waarin instellingen op basis van ketenafspraken samenwerken. De hulpverlening aan zgn 'multiprobleemgezinnen' wordt vanuit het CJG aangestuurd door de zorgregisseur, een functionaris die hiertoe door de gemeente wordt benoemd.

Voor de nadere invulling van dit CJG is met de deelnemende partijen nog een traject te gaan. Gestructureerde interne communicatie is hierbij essentieel om ervoor te zorgen dat "de neuzen dezelfde kant op staan" (eenheid in taalgebruik, signalering). Met het 'publiek' (hierbinnen zijn verschillende subdoelgroepen af te bakenen) moet helder worden gecommuniceerd over het product, de aard van de dienstverlening, openstelling en bereikbaarheid van het CJG.

STRATEGIE

Trajecten en modaliteiten

Communicatie rond de komst en de werkwijze van het CJG kent meerdere trajecten die uiteindelijk tot het einddoel moeten leiden: een herkenbaar en laagdrempelig CJG voor informatie, advies en hulp met een geheel eigen gezicht, via onder meer huisstijl, handelen en taalgebruik. Uit het algemene communicatieplan volgt een driedeling in de uitwerking van de communicatie in verschillende trajecten:

1. communicatie rond het proces
 - a. intern
 - b. extern
2. communicatie rond de opening (1 oktober 2008)
3. communicatie over de producten, diensten en bereikbaarheid van het CJG.

Daarnaast onderscheiden we als **communicatiemodaliteiten** voor zowel project- als productcommunicatie:

- *Voorlichting:*
doelgroepen attenderen op de komst/ aanwezigheid van een centrum voor jeugd en gezin en de werkwijze (front-backoffice) van dit centrum
- *Promotie:*
Voor CJG: het eigen gezicht (laagdrempelig) en het preventieve karakter van het CJG moeten bekend worden: oftewel het neerzetten van een imago.
Voor gemeente: uitdragen dat dit een pilotproject is.

Kernboodschap

Het CJG is het adres waar kinderen en jongeren (tot 23 jaar) en hun ouders gemakkelijk kunnen binnenlopen met de meest uiteenlopende vragen op het gebied van **welzijn en zorg**. Dat kunnen vragen zijn als "hoe zijn de kinderopvang voorzieningen op Schouwen-Duiveland geregeld?" of "hoe vind ik een

vakantiebaantje? Maar ook verzoeken voor advies en begeleiding bij opvoed- en opgroei problemen, en indien nodig een snelle en adequate hulpverlening bij een acute crisissituatie in het gezin. Daarvoor kunnen jongeren en hun ouders/verzorgers een beroep doen op het CJG.

Bij het CJG binnenlopen moet net zo vanzelfsprekend worden als het binnenstappen bij een winkel. Kortom het CJG moet laagdrempelig zijn en moet door aanpak en taalgebruik inspelen op de leefwereld van degene die informatie cq advies vraagt. Mede daarom krijgt digitale communicatie via eigen website en Hyves een belangrijke plaats. De communicatie moet niet alleen de laagdrempeligheid maar ook het preventieve karakter van het CJG nadrukkelijk onder aandacht van de verschillende doelgroepen brengen.

Kernbegrippen

Kernbegrippen in zowel de project- als de productcommunicatie zijn:

- **Herkenbaarheid:** een eigen gezicht voor het CJG door eigen huisstijl/presentatie (zie blijkage 2),
- **Eenduidig:** deelnemende partijen vormen het CJG-team en presenteren zich op afgesproken wijze (eenheid van signalering, aanpak en taalgebruik). Dit is ook voor de beeldvorming naar buiten toe essentieel
- **Veelzijdig:** uiteenlopende doelgroepen (in- en extern) die te bereiken zijn via uiteenlopende comm.middelen.
- **Drempelverlagend:** afhankelijk van doelgroep ook kiezen voor meer afwijkende communicatievormen
- **Wervend:** eerste CJG in Zeeland
- **Flexibel:** omdat het CJG zich werkende weg moet ontwikkelen is, moet ook het communicatieplan gaandeweg worden aangepast aan de actuele situatie
- **Regisserend:** het is belangrijk dat zeker in de beginfase de participanten in het CJG de regie van de communicatie in handen houden door onder meer afspraken over woordvoering te maken.

Doelgroepen

We onderscheiden de volgende doelgroepen:

Intern A (vanuit gemeente gezien):

- Bestuur (Gemeenteraad en college van B&W)
- Afdelingen Werk, Inkomen en Zorg; Samenleving
- Managementteam

Intern B (vanuit CJG gezien):

- Directies participanten: SMWO, GGD, Allévo, Indigo, Welzijnshuis, Zeeuwland, MEE, Bureau Jeugdzorg Zeeland, Agathos, Leger des Heils, etc.
- Onderwijs:
 - Primair onderwijs
 - Voortgezet onderwijs
- Onderwijsorganisaties

Extern A:

- Diverse maatschappelijke organisaties variërend van sportclubs tot jongerensozen of kerkelijke organisaties
- Dorpsraden
- Jongerenraad Schouwen-Duiveland

- Intermediairen (organisaties, instellingen, personen die niet direct in het CJG participeren maar die in hun werkzaamheden (welzijn, (gezondheids)zorg, jeugdwerk etc) te maken hebben met de doelgroep van het CJG.
- Task Force en gemeentebesturen en provinciebestuur

Extern B:

- Publiek (algemeen)
- Ouders
 - aanstaande ouders
 - jonge gezinnen
 - jeugd: tieners 12-16 jaar
 - jeugd: jongeren 16-23 jaar
 - ouders van kinderen met functiebeperking of meervoudige stoornis
- Allochtonen

BIJLAGE 1

Communicatiemix voor projectcommunicatie

doelgroep	middelen	doelstelling en effecten
Intern A Bestuur (b&w; raad)	tweemaandelijks rapportage aan portefeuillehouder en college; 1 x per jaar presentatie aan gemeenteraad; intranet (algemeen) en digitale mailing (betrokken collega's door de afdelingen heen)	Bestuurders moeten kennis hebben van de stand van zaken en de uitgangspunten van het CJG Bestuurders zijn doordrongen van de plaats van het CJG in integraal jeugdbeleid. Effect: bestuurders komen goed geïnformeerd tot besluitvorming over het CJG en onderwerpen die hiermee te maken hebben. Bestuurders zijn in staat het CJG een plaats binnen hun portefeuilles te geven en het belang van het CJG aan het publiek over te brengen
Afdelingen Werk, inkomen en zorg en Samenleving	Presentaties, digitale mailing, intranet	Medewerkers zijn op de hoogte van de stand van zaken en de uitgangspunten van het CJG. Medewerkers zijn in staat om de rol van het CJG in het gemeentelijk integraal jeugdbeleid op waarde te schatten Effect: medewerkers zijn bereid om activiteiten en doelen van CJG in hun eigen werkpraktijk te integreren
Overige afdelingen	Intranet, digitale mailing	Medewerkers hebben kennis van de komst van het CJG en de gevolgen daarvan op hun werkzaamheden. Effect: medewerkers zijn in staat en bereid om in te schatten wat de gevolgen zijn van hun werkzaamheden voor het CJG en omgekeerd.
Intern B		
Participanten (instellingen)	Digitale nieuwsbrief (met onder meer knipselkrant van	Participanten kennen en onderschrijven de uitgangspunten en werkwijze van het CJG

	<p>gepubliceerde artikelen) Artikelen in periodieken van deze organisaties</p> <p>Website</p> <p>Bijeenkomsten op de werkvloer</p>	<p>Effect: participanten geven actief medewerking aan de totstandkoming en ontwikkeling van het CJG en zijn bereid om over de "schutting" te kijken en te werken volgens de vooraf bepaalde werkwijze van het CJG</p>
<p>Onderwijs: basisonderwijs, voortgezet onderwijs en voorschoolse voorzieningen (peuterspeelzaal en kinderopvang)</p>	<p>Digitale nieuwsbrief voor directies, leerkrachten, ouderraden, medezeggenschapsraden Kennismakingsbijeenkomst met medewerkers CJG in het nieuwe CJG</p>	<p>Onderwijsveld kent het CJG, zijn uitgangspunten en werkwijze. Onderwijsveld heeft inzicht in de relatie met de eigen zorgstructuur en kent het CJG als aanvulling op de eigen mogelijkheden (verbreding en verdieping van begeleiding, zorgverlening)</p> <p>Effect: Onderwijsveld draagt actief bij aan het bezoeken, raadplegen van het CJG via doorverwijzing Onderwijsveld stimuleert door voorlichting en verwijziging dat jongeren het CJG als een gewoon inlooppunt beschouwen,</p>
<p>Extern A Maatschappelijke organisaties, die niet direct betrokken zijn bij CJG</p>	<p>Kennismakingsfolder met begeleidend schrijven</p> <p>Digitale mailing</p>	<p>Maatschappelijke organisaties kennen het bestaan en de werkwijze van het CJG.</p> <p>Effect: organisaties doen indien gewenst een beroep op het CJG, zij verwijzen doelgroep in ieder geval tijdig door.</p>
<p>Task force en overige overheden</p>	<p>Digitale mailing Voortgangsverslagen Rapportages in begeleidingsgroep</p>	<p>Doelstelling: overige overheden en beleidsambtenaren zijn op de hoogte van de ontwikkelingen in Schouwen-Duiveland</p> <p>Effect: ervaringen van het CJG in Schouwen-Duiveland vinden hun weg naar situaties in andere gemeenten</p> <p>Intergemeentelijke samenwerking en samenwerking tussen instanties wordt bevorderd.</p>

Extern B		
Publiek (alg)	<p>Free publicity: publicaties in gemeenterubriek h.a.h. bladen; bijdragen in gemeentelijk radioprogramma, website CJG, gemeente, themapagina (1 a 2x) in huis aan huis blad; uitnodiging voor openhuis, kennismakingsfolder (voor folderrekken Welzijnshuis, participerende instellingen, informatiepakket voor nieuwe inwoners etc)</p>	<p>Publiek moet weten wat CJG is, waar het is gehuisvest; wie daarin participeren en voor wie CJG actief is.</p> <p>Effect: publiek ziet CJG als een eerste aanspreekpunt waar jongeren en verzorgers terecht kunnen met vragen, ook als er geen sprake is van opvoedproblemen etc; het CJG moet via communicatie het adres van een "ik wandel er even binnen"-plek zijn.</p>
Aanstaande ouders	<p>Kraamkaart (traffic card) waarmee op aardige wijze het CJG als vraagbaak voor opvoedvragen wordt benadrukt.</p> <p>Kennismakingsfolder CJG(bij bureau kraamzorg, consultatiebureau)</p> <p>Koffieochtend waar aanstaande ouders kennis kunnen maken met CJG</p> <p>NB: goede afstemming met publiciteitsmiddelen Allévo en GGD</p>	<p>Aanstaande ouders moeten weten wat CJG is, waar het gehuisvest is, wie daarin participeren en voor wie en hoe het CJG werkt</p> <p>Effect: aanstaande ouders zien het CJG als eerste aanspreekpunt bij de opvoeding en ervaren deze voorziening als laagdrempelig en als een steuntje in de rug</p>
Jonge gezinnen	Kennismakingsochtend	Jonge gezinnen zijn op de hoogte welke mogelijkheden het CJG

	<p>Redactioneel: Met enige regelmaat artikel in Wereldregio of ander weekblad over een vaak voorkomende opvoedvraag</p> <p>Informatieavond bij CJG over veel voorkomende vragen over opvoeding</p> <p>Voorlichting via kinderdagverblijven/peuterspeelzalen</p> <p>NB: goede afstemming met publiciteitsmiddelen Allévo en GGD</p>	<p>hen biedt bij de opvoeding, ook in situaties waarin er geen sprake is van een direct probleem.</p> <p>Effect: jonge gezinnen maken gebruik van het het CJG als eerste aanspreekpunt bij de opvoeding en ervaren deze voorziening als laagdrempelig en een steuntje in de rug</p>
<p>Ouders van kinderen met handicap/gedragstoornis</p>	<p>Kennismakingsfolder CJG</p> <p>Redactioneel: met enige regelmaat artikel in Wereldregio of ander weekblad over een vaak voorkomende opvoedvraag bij deze groep ouders</p> <p>Voorlichtingsbijeenkomsten voor belangengroep van deze ouders in CJG</p> <p>NB: goede afstemming met publiciteitsmiddelen Allévo en GGD, MEE, Ojee ADHD,</p>	<p>Deze groep ouders zijn op de hoogte welke mogelijkheden het CJG hen biedt bij de opvoeding, ook in situaties waarin er geen sprake is van een direct probleem.</p> <p>Deze groep ouders maakt gebruik van de mogelijkheden die het CJG hun biedt.</p>

	overige categorale instellingen	
Allochtone ouders	<p>Voorlichting via intermediairs en vertrouwenspersonen uit de eigen gemeenschap.</p> <p>Evt. kennismakingsfolder in eigen taal</p> <p>Evt. aansluiten bij activiteiten van het Welzijnshuis gericht op deze groep(en)</p>	<p>Ook deze groep ouders is op de hoogte van de mogelijkheden die het CJG hen biedt bij de opvoeding, ook in situaties waarin er geen sprake is van een direct probleem.</p> <p>Deze groep ouders maakt gebruik van de mogelijkheden die het CJG hun biedt.</p>
Jongeren 12-16 jaar	<p>Voorlichting via school (dekaan, mentor)</p> <p>Artikelen. in schoolkrant</p> <p>Affiches op scholen, jeugdclubs etc met 'Loesje-achtige' teksten</p> <p>Voorlichting via jeugdsozen/jeugdorganisaties/jongerenraad</p> <p>Kennismakingsbezoek aan CJG</p> <p>Publicatie via nieuwe of bestaande website die veel door jongeren wordt bezocht</p> <p>Vaste rubriek in jongerenprogramma Radio Schouwen-Duiveland</p> <p>Button of ander gadget met pakkende slogan</p>	<p>Jongeren zijn op de hoogte van het bestaan en de werkwijze van het CJG</p> <p>Jongeren ervaren het CJG als een punt waar je gemakkelijk binnenloopt met wat voor vragen dan ook, en maken gebruik van diensten CJG</p>
Jongeren 16-23 jaar	Voorlichting via school	Jongeren leren de website " Jong in Schouwen-Duiveland"

	<p>Voorlichting via jongerenpodium Brogum jeugdsozen/jeugdorganisaties/ Jongerenraad</p> <p>Publicatie via website "Jong in Schouwen-Duiveland." Vaste rubriek in jongerenprogramma Radio Schouwen-Duiveland</p> <p>NB: afstemming met werkzaamheden / publiciteitsacties Indigo en GGD, Welzijnshuis</p>	<p>kennen als middel om informatie te vinden of vragen te stellen over vragen die hun bezighouden.</p> <p>Jongeren zijn op de hoogte van het bestaan en de werkwijze van het CJG</p> <p>Jongeren ervaren het CJG als een adres waar je kunt binnenvallen voor een eenvoudige vraag, maar ook een afspraak kunt maken voor een vertrouwelijk gesprek over een moeilijk probleem.</p>
<p>Reformatorische gezindte</p>	<p>Via kerkelijke vertrouwenspersonen en (jeugd)organisaties op reformatorische grondslag</p>	<p>Jongeren worden in eigen kring vertrouwd gemaakt met de mogelijkheden van het CJG</p> <p>Jongeren zijn op de hoogte van het bestaan en de werkwijze van het CJG</p> <p>Jongeren ervaren het CJG als een adres waar je kunt binnenvallen voor een eenvoudige vraag, maar ook een afspraak kunt maken voor een vertrouwelijk gesprek over een moeilijk probleem.</p>

BIJLAGE 2: LOGO EN BEELDMERK CJG



centrum
Jeugd & Gezin
Schouwen-Duiveland



**oe
is
tie**



oessie