

12 DECEMBER 2019

## ADVIES MENTAAL WELZIJN HAAGSE JONGEREN

DOOR DE HAAGSCHE JONGERENAMBASSADEURS IN OPDRACHT VAN DE GEMEENTE DEN HAAG



# Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b> .....	2
<b>De Haagse Jongerenambassadeurs</b> .....	4
<b>Hoofddoel</b> .....	4
<b>Subdoelen</b> .....	4
<b>Wat biedt het project de jongeren?</b> .....	4
<b>Adviestraject</b> .....	5
<b>Het proces van advies geven</b> .....	5
<b>De aanleiding</b> .....	7
<b>De probleemanalyse</b> .....	8
<b>Belanghebbenden</b> .....	10
<b>Het advies</b> .....	11
<b>Preventief (het ‘voorkomen’)</b> .....	11
<b>Goede voorbeeld projecten</b> .....	12
<b>Regressief (het ‘genezen’)</b> .....	13
<b>Goede voorbeelden</b> .....	14
<b>De conclusie</b> .....	15
<b>Betrokken partners &amp; stakeholders</b> .....	17
<b>Bijlage: Social media</b> .....	18

## Inleiding

De Haagse Jongerenambassadeurs ervaren persoonlijk en/of in hun directe omgeving bij leeftijdsgenoten een worsteling met hun mentale welzijn. De jongeren - zo blijkt uit (onder andere) een onderzoek dat de Haagse Jongerenambassadeurs hebben gedaan onder hun achterban. Dit zijn Haagse jongeren uit de leeftijdscategorie 14 tot en met 26 jaar. Zij ervaren een grote druk op hun schouders. School, werk en social media lijken grote verwachtingen van de jongeren te hebben, waardoor zij verschillende mentale en waarschijnlijk daardoor veroorzaakte lichamelijke klachten ervaren.

In dit advies houden de ambassadeurs voor het begrip 'mentaal welzijn' de definitie aan die het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) gebruikt in hun zogenoemde factsheet uit mei 2019, getiteld: 'Mentale gezondheid van jongeren: enkele cijfers en ervaringen'. Het RIVM gebruikt de definitie voor het begrip 'mentaal welbevinden'. De ambassadeurs houden wel de definitie van het RIVM aan, en deze luidt: 'een positieve geestelijke gezondheid, bepaald door optimisme, zelfvertrouwen, geluk, vitaliteit, gevoel van betekenis hebben, eigenwaarde, ervaren van ondersteuning uit de omgeving en het goed weten om te gaan met de eigen emoties'.

"Burn-out is potentieel een groot probleem wat we echt serieus moeten nemen. Dat jongeren moeite hebben met hard werken, had ik niet verwacht. Zij zijn toch nog fit? Maar oké, zij hebben nog geen ervaring met leren kennen en aangeven van grenzen." Aldus Ellen de Lange-Ros van 'Zacht Werken', die een onderzoek door School of Insights liet uitvoeren.

Ook Marnix Weiler luidt namens STIP de noodklok in een artikel in het AD: "Vooraf jongeren belanden steeds frequenter met verschijnselen van stress en burn-out op de divan. Ze kraken onder de druk van onderwijsinstellingen, overheid en maatschappij (lees: ouders). Uitblinken is het devies. In alles wat je doet. Prima, vindt Weiler, maar alles met mate. Als mensen door al die verwachtingspatronen tegen hun grenzen aanlopen, moeten ze zich wel ergens kunnen melden voor minimaal een luisterend oor."

De ambassadeurs vinden het broodnodig dat, als het gaat om mentaal welzijn van jongeren, er meer bewustzijn en erkenning komt bij de jongeren zelf, hun ouders, docenten en werkgevers. Dus behalve een advies is dit schrijven ook een signaal dat de Haagse Jongerenambassadeurs graag aan u willen geven: er is een steeds groter wordend probleem met betrekking tot mentaal welzijn onder jongeren en het is nu tijd om te handelen.

Er zijn nog drie belangrijke sidenotes die de ambassadeurs zouden willen maken die gelden voor het gehele advies. Allereerst: de ambassadeurs realiseren zich dat elke generatie voor hen uiteraard ook stress en druk ervaarde. Ten tweede dat het uiteraard volstrekt idealistisch zou zijn als de jongeren van vandaag geen stress zouden kennen. Het is zelfs onwenselijk als al de stress weggenomen zou worden. We kunnen ons namelijk voorstellen dat stress en druk ook een succesfactor is in het leven van jongeren, en daarom niet geheel negatief. Maar, vinden de ambassadeurs, het gaat in dit adviesrapport om de te grote, onhandelbare mate van stress. Als laatste: de ambassadeurs beseffen dat de oudere generaties van vandaag de dag uiteraard ook stress kennen. Zij zien in dat hun advies voornamelijk gericht is op onderwijs en de gezondheidszorg, maar dat docenten veelal zelf bezwijken onder werkdruk en dat er gigantische wachtlijsten zijn bij de psychologen.

De hoop is dat er zich geen scenario's (meer) voordoen van jongeren die bezwijken onder de druk en stress, met alle negatieve gevolgen van dien, juist zodat hen niet alle kansen worden ontnomen om zich optimaal te ontwikkelen.

In dit adviesrapport wordt eerst aandacht besteed aan de behoefte van de Haagse jongeren met betrekking tot het thema mentaal welzijn en het proces. Hieruit volgt een advies en het rapport wordt afgesloten met een conclusie. Dit advies wordt door de Haagse Jongerenambassadeurs uit eigen initiatief aan de gemeente Den Haag een betrokken stakeholders gegeven.

## De Haagse Jongerenambassadeurs

De Haagse Jongerenambassadeurs is een diverse groep jongeren in de leeftijd van 15 tot en met 25 jaar. De ambassadeurs geven gevraagd en ongevraagd advies aan de gemeente Den Haag. Deze adviezen hebben betrekking op de behoeftes en visie van hun achterban, de Haagse jongeren - later in dit advies wordt deze groep gespecificeerd. Hierbij is het van belang dat de groep een afspiegeling is van deze achterban.

### Hoofddoel

De Haagse Jongerenambassadeurs is opgericht om de gemeente Den Haag te ondersteunen bij het bereiken van de Haagse jeugd en beleid en uitvoering beter af te stemmen op deze groep. Om dit te bereiken brengen de ambassadeurs gevraagd en ongevraagd adviezen uit aan de gemeente.

### Subdoelen

- De Haagse jeugd inspireren en motiveren om zich als jonge burgers actief op te stellen.
- Het adviseren over de leef- en belevingswereld van jongeren aan de gemeente en aan maatschappelijke instellingen.

### Wat biedt het project de jongeren?

De Haagse Jongerenambassadeurs is voor de deelnemende jongeren zeer waardevol. Door ambassadeur te worden, neemt de deelnemer verantwoordelijkheid voor hun eigen leven en omgeving. Om dit zo goed mogelijk te doen, worden de ambassadeurs persoonlijk en als groep begeleid, krijgen zij interessante trainingen en zij leren veel in de praktijk.

De ambassadeurs geven één voor één aan dat zij door deelname aan het project groeien als mens en als burger. Zij leren een actieve plek in te nemen in de maatschappij en hoe dit verder vorm te geven. Zij leren van elkaar, doordat de groep heel divers is en iedereen de ruimte krijgt om zichzelf te zijn en hun stem te laten horen. Zij leren de stem van anderen de ruimte te geven, respecteren elkaars verschillen en vinden elkaar in hun overeenkomsten. Daarnaast steken zij elkaar aan met hun enthousiasme en positiviteit.

De keuze om vrijwillig een van de Haagse Jongerenambassadeurs te worden, is al een bijzonder besluit op jonge leeftijd. Het trekt jongeren aan die graag hun steentje bijdragen aan de Haagse maatschappij. In hun periode als ambassadeur groeien zij verder uit tot actieve burgers, die hun bijdrage aan de maatschappij serieus nemen, netwerk opbouwen, vaardigheden aanleren en er als mensen rijker en volwassener van worden. Ook blijkt uit onderzoek dat de meeste jongeren een (fijne en passende) baan vinden dankzij hun rol als ambassadeurs.

Met de Haagse Jongerenambassadeurs worden de talenten van Haagse jongeren ingezet om de samenleving sterker te maken.

De Haagse Jongerenambassadeurs wordt door diverse gemeenten en organisaties gebruikt als voorbeeldfunctie voor succesvolle jongerenparticipatie.

## Adviestraject

De Haagse Jongerenambassadeurs komen om de week bij elkaar om te vergaderen, waarbij er structureel aan het actuele advies wordt gewerkt. De ambassadeurs komen minimaal vijf maal per advies bijeen. Er worden per jaar vier grote adviezen gegeven, met een gemiddelde looptijd van drie maanden. Voor het advies 'mentaal welzijn' kregen zij hulp van De Wisselwerkers.

De adviestrajecten van de ambassadeurs hebben als doel om het beleid van de gemeente Den Haag meer af te stemmen op de wensen en behoeftes van de Haagse jongeren. De ambassadeurs willen dat hun adviezen impact hebben, daarom nemen zij hun taak serieus.

### Het proces van advies geven

Adviseren doet de Haagse Jongerenambassadeurs niet alleen. Zij zetten hun netwerk in, betrekken professionals en spreken met partners en uiteraard met jongeren in de stad. Het proces verliep als volgt:

#### 1. Startfase

De ambassadeurs hebben vorig jaar tijdens een vergadering de thema's besproken die het meeste leefden in de wereld van jongeren, toen kwam het thema 'mentaal welzijn' al ter sprake en na een stemronde bleek het een thema te zijn die bij alle ambassadeurs enorm leeft. Daarom is er besloten om dit als een van de ongevraagde adviezen te geven aan de gemeente Den Haag in 2019.

#### 2. Vertaalslag

Het concreet maken van de adviesvraag en de vertaalslag naar de leef- en belevingswereld van de Haagse jongeren.

#### 3. Onderzoek en analyse

In deze fase namen de ambassadeurs een online onderzoek af bij honderden Haagse jongeren om een analyse te maken aan de hand van de behoeften van de Haagse jongeren. Daarnaast hebben zij ook praktijkervaring van Haagse en landelijke stakeholders onderzocht en hen meegenomen in de uitwerking van het advies. Ook hebben diverse partners feedback gegeven op de eerste uitwerking van het advies.

#### 4. Uitwerking van het advies

De Haagse Jongerenambassadeurs hebben een breed advies geformuleerd voor diverse leeftijdscategorieën. Vervolgens hebben de ambassadeurs zich gefocust op een advies met meerdere ideeën in de uitwerking.

Op deze manier zijn zij te werk gegaan, om een zo goed en uitgebreid mogelijk advies te geven. Zij dragen het advies over aan de gemeente Den Haag. De gemeente kan binnen haar eigen budget, planning en toekomstplannen zelf beslissen wat zij wel of niet doorvoert of implementeert. De ambassadeurs waarderen het vertrouwen van de gemeente enorm en zouden het op prijs stellen als er terugkoppeling wordt gegeven indien er acties volgen na dit advies. Voornamelijk als het gaat om welke delen van het advies gebruikt worden en waar het concreet wordt ingezet.

Daarnaast worden de ambassadeurs graag betrokken bij organisaties die (onderdelen van) het advies uitvoeren om zo bij het proces en advies betrokken te blijven en blijvend de vertaalslag te kunnen blijven maken naar de leef- en belevingswereld van de jongeren.

## De aanleiding

De ambassadeurs zijn jongeren die midden in de maatschappij staan en de stem van de Haagse jongeren vertegenwoordigen. Zij vangen steeds meer signalen op dat het mentaal welzijn van jongeren onder druk staat. Daarom hebben zij eind 2018 gekozen om een ongevraagd advies over mentaal welzijn te geven aan de gemeente Den Haag.

De ambassadeurs vinden het kinderrecht ‘Gezond en veilig opgroeien’ enorm belangrijk. In een goed ontwikkeld land als Nederland zouden alle jongeren een onbezorgde jeugd moeten kunnen hebben. De ambassadeurs merken bij zichzelf en hun omgeving dat zij steeds op zoek zijn naar manieren om om te gaan met druk, verwachtingen, eisen en complexe dynamische sociale normen.

Met dit advies concentreren de ambassadeurs zich niet op de complexe psychische ziekten, maar juist op het stadium dat daar (in veel gevallen) aan vooraf gaat. De ambassadeurs richten zich voornamelijk op stress, veroorzaakt door vaak een hoge prestatiedruk, dan wel verwachtingen die anderen van hen hebben, dan wel verwachtingen die jongeren voor zichzelf creëren op basis van hun beleving. Deze zaken kunnen de kiem zijn voor problemen op lange termijn, waarvoor een weg terug naar gezondheid zeer ingewikkeld kan zijn. De ambassadeurs zullen een beeld schetsen van de wereld waarin de Haagse jongeren nu opgroeien en zij geven voorbeelden uit hun eigen leef- en belevingswereld.

Het is van belang om bij het bestuderen van dit advies in acht te nemen dat de Haagse Jongerenambassadeurs een eigen visie en beleving hebben en dat zij zelf een essentieel onderdeel zijn bij het onderzoek en het advies.



## De probleemanalyse

*Een kort illustrerend verhaal: 'Daphne is 12 jaar en zit in haar eerste jaar VWO op het Hofstad Lyceum in Den Haag. Daphne is enorm bovengemiddeld intelligent, maar ervaart enorme druk van haar ouders die heel streng zijn, omdat zij het allerbeste willen voor Daphne en haar toekomst. Zij verwachten dat Daphne zich verantwoordelijk gedraagt, dat zij goede cijfers haalt om een goede advocaat te worden en dat zij weinig tijd aan social media besteed, want dat vinden zij alleen maar afleiden.*

*Daphne is net als heel veel jongeren gek op social media en alles wat er bij komt kijken. Ze volgt veel influencers en vergelijkt vaak haar leven met die van hun. Zij zien er perfect uit, hebben de duurste spullen en gaan naar de leukste feestjes. Hierdoor focust Daphne zich steeds minder op haar schoolwerk en raakt ze vaak afgeleid, omdat ze continu de behoefte heeft om te checken wat anderen allemaal doen. De docenten op school merken steeds meer op dat haar cijfers, houding en gedrag slechter worden. Omdat zij anders is en zich anders gedraagt, komen de docenten met strenge maatregelen en wordt zij in niveau teruggezet.*

*Op een gegeven moment komt Daphne in een negatieve spiraal en stapelen de problemen zich op. Door de druk van thuis durft Daphne niet te vertellen dat het slecht gaat op school, bij elke toets ervaart zij veel stress en faalangst, dit hoopt zich op, totdat Daphne het niet meer aankan. Naast dat zij het mentaal niet meer kan hebben, begint haar lichaam zich ook steeds meer te verzetten. ij is continu moe en drinkt veel energydrank om toch door te gaan en door te leren. Op een gegeven moment zakt zij in elkaar en dan is het te laat.'*

Stress is een vanzelfsprekendheid in de belevingswereld van jongeren. Het lijkt erop dat de jongeren denken dat het er bij hoort, het 'gewoon' is, *part of the game*. Zij lijken kinderen te zijn van een generatie die uit een totaal andere tijdsgeest komt: hun ouders kenden geen social media, geen Instagram waarop tieners hun geluk al te graag delen met de buitenwereld. En hun ouders leerden niet al op de basisschool meerdere talen te spreken, denk hierbij aan dat Engels dat tegenwoordig al vanaf groep 6 en 7 al wordt gegeven.

Stress in het leven van jongeren van nu is een probleem dat meer aandacht verdient en waarvoor er acties ondernomen moeten worden, vinden de ambassadeurs. Voornamelijk omdat stress verschrikkelijke gevolgen kan hebben: fysieke klachten, hartkloppingen, darmproblemen, faalangst, depressiviteit, eenzaamheid en burn-outs. Ook het RIVM spreekt in hun eerder aangehaalde factsheet, 'Mentale gezondheid van jongeren: enkele cijfers en ervaringen', over het feit dat doordat 'jongeren en jongvolwassenen' prestatiedruk ervaren, hierdoor sprake kan zijn van 'consequenties voor de psychische gezondheid van jongeren en jongvolwassenen en mogelijk leiden tot meer burn-out of burn-outachtige klachten'.

Ook RTL Nieuws schreef over deze problematiek. Op 26 maart 2019 kopte zij in een artikel: 'Jong en uitgeblust: kinderen met een burn-out'. RTL Nieuws schrijft: "We leven in een prestatie maatschappij en dat geldt voor kinderen natuurlijk net zo goed. Scholen stellen hoge eisen, geven al vroeg huiswerk mee en testen veel en vaak. En als de schoolbel geklonken

heeft, is het niet afgelopen. Dan is er de voetbaltraining, de saxofoonles of een cursus Chinees. Ook hier staat - naast de pret - ook het presteren centraal. Eenmaal thuis worden de kids op televisie en sociale media voortdurend geconfronteerd met wat er allemaal nog meer moet en kan. Voor jongeren zijn er nog de late stapavondjes en de eerste bijbaantjes die de druk verder opvoeren. Kortom: het leven is snel, intensief en kent weinig rustpauzes.”

Kinderen zijn net hamsters die zich suf rennen in hun looprad, en als ze er uit zouden springen, vallen zij uit de boot, horen zij er niet meer bij. Een nuance, zoals eerder in de inleiding gemaakt: uiteraard leidt het bij sommigen juist tot grote successen. Maar, dit geldt dus niet voor eenieder.

Burn-outs komen steeds vaker voor bij jongeren. Het streven, presteren en pushen is wat jongeren wordt aangeleerd. Ze moeten ‘goed genoeg’ of ‘perfect’ zijn. De jongeren hebben het idee dat de oudere generatie - hun ouders en leraren bijvoorbeeld - van hen verlangt te zijn zoals hen, omdat jongeren volgens hen te onrealistisch praten over mogelijkheden, kansen en avonturen. Het RIVM waarschuwt in een rapport uitgebracht in 2018 dat de toenemende druk op jongeren een mogelijk gevaar is voor hun gezondheid. Onder studenten is de laatste jaren een toename te zien van depressies, angst- en stemmingsstoornissen, suïcidegedachten en burn-outs. Deze klachten kunnen onder andere herleid worden uit stress, mede veroorzaakt door de toenemende prestatiedruk.

Met burn-outs tot gevolg. Dus niet - zoals vaak wordt beweerd - omdat jongeren watjes zouden zijn. Neerbuigend worden zij Generatie Sneeuwvlok genoemd, een breekbare generatie die maar wat rondwarrelt.

De monoloog van marketeer Simon Sinek over millennials op de werkvloer is waarschijnlijk de bekendste karakterisering van deze groep inmiddels iets oudere jongeren. Sinek benadrukt dat millennials niet zelf schuldig zijn aan wie zij zijn, en dat zij zelf het meeste last hebben van hun negatieve eigenschappen. Sinek zegt dat millennials geworden zijn tot wie zij zijn vanwege hun ouders, de online technologie waarmee ze opgroeiden en de snelle wereld waarin zij leven. Ouders logen volgens Sinek hun kinderen voor dat zij uniek zijn en dat zij alles kunnen bereiken wat zij maar willen. Social media leiden in de ogen van Sinek tot een sociaal isolement van jongeren, vanwege de beloningen in de vorm van dopamineshots. Als gevolg van social media leren jongeren niet hoe zij betekenisvolle relaties kunnen opbouwen en zoeken ze naar online bevestiging als ze stress hebben, zoals een alcoholist bij stress naar de fles grijpt. De snelheid van de wereld waarin zij opgroeiden, zorgt er volgens Sinek voor dat alles draait om onmiddellijke bevrediging van behoeften.

Hierdoor verliezen jongeren hoop en worden zij negatief en sluiten zich af. En leggen zich neer bij de gedachte dat ‘de dingen nu eenmaal zijn zoals ze zijn’ en je als jongeren vooral je kop maar beter niet boven het maaiveld uit kunt steken.

Volgens de Haagse Jongerenambassadeurs zou het wenselijk zijn als het probleem bij de haarvaten wordt aangepakt, oftewel: aantasting van de psychische gezondheid en burn-out(achtige klachten) zouden voorkomen moeten worden.

## Belanghebbenden

De Haagse Jongerenambassadeurs hebben een kwalitatief en kwantitatief onderzoek uitgevoerd bij hun achterban:, de Haagse jeugd. Het onderzoek is zowel online als offline uitgevoerd.

Online zijn er verschillende kanalen benut, waarvan een enquête via Instagram en whatsapp het grootste aantal jongeren bereikte. En tijdens het Bevrijdingsfestival Den Haag is er bij een jonge bezoekers dezelfde enquête afgenomen.

Respondenten: 736 jongeren tussen de 12 en 26 jaar met een diverse etnische achtergrond en een variërend schoolniveau vanaf het vmbo tot en met de universiteit. Hieruit kwamen de volgende cijfers:

- Ruim 55% van de ondervraagde jongeren geeft aan dat zij moeite hebben met concentreren, omdat ze vanuit verschillende kanten druk voelen. Jongeren voelen continu de druk dat zij mooi, gezond, leuk en succesvol moeten zijn.
- Ruim 70% geeft aan dat school een enorme druk op hen legt en dat het stressvol wordt ervaren om te voldoen aan het zogenaamde ideaalbeeld: succesvol zijn op school, thuis en werk. Veel jongeren kennen een angst om hetgeen zich online afspeelt te missen. Dit wordt ook wel FOMO - *fear of missing out* - genoemd. Het leidt tot slaaptkort, stemmingswisselingen, faalangst en eenzaamheid.
- Ruim 35% van de jongeren geeft aan in te storten na hun toetsweek. Ze zijn dan nog onzekerder, moe en hebben soms zelfs fysieke klachten.
- 75% van de jongeren geeft aan dat social media een slechte invloed heeft op hen. Voornamelijk door de perfecte plaatjes die zij voorbij zien komen. Daarnaast is social media ook een oorzaak voor gebrek aan veiligheid en vertrouwen in vriendschappen. De andere 25% is voornamelijk jongeren boven de 22 jaar die op een bewustere manier omgaan met social media en de personen die zij volgen.
- Heel veel jongeren weten de weg naar professionele hulp niet te vinden, omdat er een taboe heerst en omdat gevoelens niet makkelijk te delen zijn. Vaak weten jongeren dan ook niet bij welke professional zij voor dingen kunnen aankloppen. Maar liefst 64% geeft aan die stap niet te durven zetten.

Met deze resultaten zijn de Haagse Jongerenambassadeurs aan het werk gegaan. Bij het vertalen van de behoeften van de Haagse jeugd hebben wij ons vooral gericht op 'focus op bewustwording'.

Daarnaast hebben we gekozen in dit twee (andere) belangrijke changemakers mee te nemen, die veel te maken hebben met jongeren, namelijk:

- Onderwijsinstellingen, omdat hier veel druk wordt ervaren en jongeren hier de meeste tijd doorbrengen;
- Bedrijven, omdat veel jongeren een bijbaantje hebben en als starters op de arbeidsmarkt komen.

## Het advies

De veranderingen die nodig zijn volgens de Haagse jongeren hebben wij gerubriceerd, omschreven en toegelicht in de onderstaande adviezen. De kern van de boodschap die wij willen meegeven is dat het gaat om het creëren van mogelijkheden om meer wederzijds begrip te kunnen opbrengen voor elkaar en de verschillende obstakels die elke generatie met zich meebrengt.

De belangrijkste voorwaarde voor een gezonde sociaal-emotionele ontwikkeling is dat jongeren zich veilig voelen om met anderen in gesprek te gaan en hun emoties te kunnen uiten. Dat gevoel kan op elke leeftijd gestimuleerd worden door een warme, ondersteunende en responsieve houding: goed kijken en luisteren naar een hen en liefdevol ingaan op hun verbale en non-verbale signalen, zowel in de groep als in een-op-een contact. Daarnaast is het verschaffen van informatie ook belangrijk om in te zien dat wij in een multiculturele stad wonen en dat er daarvoor dus ook interculturele en multidisciplinaire expertise teams nodig zijn. Door interculturele psychologie wordt een expertise team opgericht die bewustwording creëert bij zowel jongeren als ouderen om signalen op te merken.

Voorkomen is beter dan genezen is een gezegde dat vaak wordt gebruikt, maar in de werkelijkheid is er vaak te weinig aandacht voor preventie. Zeker wat betreft mentaal welzijn!. Het is nu vijf voor twaalf en er zijn een aantal adviezen en signalen die wij als Haagse Jongerenambassadeurs aan de gemeente willen meegeven, namelijk:

### Preventief (het 'voorkomen')

- Op het primair onderwijs net zo veel aandacht aan de mentale gezondheid schenken als dat er nu wordt gedaan aan fysieke gezondheid, zoals (les)programma's over gezonde voeding en beweging. Dit kan dus ook gedaan worden met workshops of lessen om kinderen te leren over gevoelens, emoties en ze de tools aanleren om om te gaan met stress en druk.
- Ouders informeren hoe zij hun kinderen (beter) kunnen begeleiden en ondersteunen in hun mentale gezondheid. Ouders leren hoe ze kunnen signaleren dat de mentale gezondheid van hun kind in het gedrang komt en bij wie zij een afspraak kunnen maken als hun kind(eren) zich afsluiten, of signalen vertonen dat hun kinderen niet weten om te gaan met stress of hun emoties. Dit zou kunnen door in het leven roepen van ouderavonden rondom het thema mentaal welzijn, of specifieke sub thema's. Hier zou de GGD een rol in kunnen spelen.
- Vanaf 6 jaar kinderen één keer per jaar met een psycholoog laten praten, ook al zijn er geen signalen bij het kind dat er iets mis is. Dit om de taboe en vooroordelen rondom het praten met een psycholoog te veranderen en in vroeg stadium signalen op te pikken wanneer er mentaal problemen zijn. Deze jaarlijkse check-up zouden wij graag willen terugzien tot jongeren afstuderen en hun middelbare school diploma behalen.
- Een 'Mentale welzijnsthermometer'. Dit is een online tool waar je op een laagdrempelige manier kunt meten hoe het met je mentale welzijn staat. Door middel van vragen die door psychologen zijn opgesteld. Dit zou je kunnen geruststellen of doorverwijzen naar de hulp of begeleiding die je nodig hebt.

- Bedrijven die veel jongeren in dienst nemen nemen trainingen en workshops aanbieden om het mentale welzijn van jongeren te bevorderen. Er zijn voorbeelden van Albert Heijn die bepaalde programma's hebben opgezet om jongeren die bij hun werken en in de schulden terecht zijn gekomen te helpen en ondersteunen tijdens deze fase in hun leven. En Kruidvat laat werknemers maandelijks een enquête invullen met de vragen over hoe werk, school en privéleven in balans zijn met elkaar. Als een jonge werknemer in de enquête aangeeft dat het voor hem/haar lastig is om werk te combineren met school, dan wordt de leidinggevende door het management verplicht daar bij te ondersteunen.
- Werk met 'Lifecoaches'. Deze lifecoaches zijn een losse entiteit van de scholen, maar binnen de matching zou voor de school een grote rol kunnen plaatsvinden. Een lifecoach is een contactpersoon en mentor voor de scholier en gezien zijn/haar professionele achtergrond is hij/zij ook rolmodel.

### Goede voorbeeld projecten

- Een goed voorbeeld project is Stichting Giving Back. Op hun website meldt Stichting Giving Back dat haar doel is 'om talentvolle scholieren met een bi-culturele achtergrond in de laatste twee jaar van het HAVO of VWO te ondersteunen bij hun stap richting HBO/WO'. Hiervoor koppelt de Stichting scholieren aan mannen en vrouwen die actief zijn binnen verschillende sectoren: bankiers, adviseurs, ambtenaren etc.

Dit project is voornamelijk gericht op de vervolgstappen na de middelbare school, maar geeft de scholieren ook ruimte om hun coaches advies te vragen over (andere) persoonlijke zaken.

Stichting Giving Back is, volgens de ambassadeurs, een succesvol project. Voor het mentaal welzijn zou het niet dusdanig uitbundig uitpakken hoeven te worden, maar het kan gaan om vrijwilligers die gematcht worden aan de scholieren, die zelf hun coach kunnen kiezen.

- Een ander project dat verdient om genoemd te worden en meer lijkt op hetgeen de ambassadeurs adviseren, is Go4it!. Go4it! is actief in Eindhoven. Jongeren tussen 13 en 27 jaar worden gekoppeld aan een coach. De coach krijgt eerst een intakegesprek en vervolgens een training. Go4it! schrijft op haar website het volgende: 'Op basis van een zorgvuldige selectieprocedure worden kennismakingsgesprekken georganiseerd tussen jongere en coach. Beiden kunnen hierbij hun voorkeur opgeven wat betreft geslacht, leeftijd en interesses. Pas wanneer beide partijen aangeven met elkaar in zee te willen, gaat het coachingstraject van start'.

'Elke jongeren verdient een goede toekomst. Dat klinkt eenvoudig, maar voor veel jongens en meiden is dat niet zo vanzelfsprekend als het klinkt. Ze zitten niet lekker in hun vel, kunnen hun draai op school niet vinden, weten niet welke baan of opleiding bij hen past of krijgen onvoldoende steun uit hun omgeving', zoals evenals te lezen op de website van Go4it!. Iedere jongere krijgt een persoonlijke coach, die hen begeleidt bij het 'leren omgaan met hun problemen en onzekerheden en zo richting leren geven aan hun leven'.

Een soortgelijk project, zou volgens de ambassadeurs, uitgerold kunnen worden in Den Haag.

### Regressief (het 'genezen')

- Op alle middelbare scholen, in het eerste jaar met elke scholieren gesprek inplannen om een 'mentale check' te doen. Dit gesprek kan plaatsvinden met de schoolmaatschappelijk werker, of iemand die los staat van het onderwijzend personeel.
- Start een jaarlijks terugkerende campagne, zowel on- als offline. De campagne zorgt ervoor dat jongeren over hun hulpvraag durven te praten en dat ze weten waar zij professionele hulp kunnen vinden. De campagne is een goede aanvulling op de landelijke "Hey! Het is oké!"-campagne over het bespreekbaar maken van psychische aandoeningen. Niet alleen psychische aandoeningen, maar alle soorten hulpvragen moeten bespreekbaar zijn voor jongeren.
- Een sociale kaart speciaal voor jongeren. Een sociale kaart laat zien welke instellingen er allemaal in de buurt zijn. Jongeren met een hulpvraag vinden zo makkelijker waar zij terecht kunnen. Dat voorkomt dat ze bij meerdere instellingen hun verhaal moeten doen. De sociale kaart moet in ieder geval digitaal worden aangeboden, maar kan voor bekendheid ook als flyer of poster aangeboden worden bij alle instellingen in de regio.
- Richt een informatiepunt in op scholen. Om jongeren met hulpvragen te helpen is het belangrijk om daar te zijn waar jongeren zelf ook zijn. Op het informatiepunt staan jongeren die een relevante opleiding doen, zoals pedagogiek of psychologie. Ook staan er ervaringsdeskundigen; jongeren die zelf succesvol geholpen zijn. Het is een lagere drempel om met een hulpvraag bij jongeren te komen dan direct bij een instelling.
- Start een telefoonnummer waarop jongeren (anoniem) kunnen spreken met en vragen stellen aan (jonge) ervaringsdeskundigen en/of een organisatie als het Jongeren Informatie Punt (JIP). Dit is zeer laagdrempelig. Er bestaan landelijk verschillende organisaties waarmee men kan bellen en/of chatten met vrijwilligers. Maar, een telefoonnummer waarbij de jongeren weten met wie zij in contact zijn - namelijk een Haagse organisatie - biedt meer vertrouwen en veiligheid.
- Om het bewustzijn bij werkgevers van voornamelijk instellingen waar jongeren in grote aantallen werken, bijvoorbeeld Pathé en Ahold, zouden de jongeren zich kunnen aansluiten bij een vakbond, bijvoorbeeld FNV Jong. FNV Jong is de jongerentak van FNV. FNV Jong behartigt het belang van hun leden bij werkgevers. Om dit doel te bereiken zouden de jongeren gemotiveerd moeten worden. Dit lijkt de ambassadeurs zeer wenselijk. Echter, hier ligt voor de gemeente geen taak.

## Goede voorbeelden

- Een 'Happyday' kan een awarenessdag zijn een dag waarop we stilstaan bij jongeren met een mentale hulpvraag die daar niet over durven te praten.

Op 7 juni 2018 organiseerden een aantal trainees binnen de gemeente de #Happy070. Hierover gaven de ambassadeurs advies. Het werd een middag op het plein van De Haagse Hogeschool. Er werd op verschillende manieren stilgestaan bij het thema eenzaamheid. De studenten en passanten konden met elkaar en met aanwezige professionals in gesprek.

De ambassadeurs waren zeer enthousiast over de uitvoering. De ambassadeurs adviseren dan ook om een soortgelijk event te organiseren, met kleine attracties over mentaal welzijn. Maar, dan zou er wel meer reuring aan gegeven moeten worden en het zou georganiseerd moeten worden op een centralere locatie, bijvoorbeeld op het Spui. Middels kleine attracties zou er stilgestaan kunnen worden bij thema's als stress en social media.

Een ander - in de ogen van de ambassadeurs - succesverhaal is 'Ga voor Goud', een van de proeftuintjes van Centrum 1622. Tijdens Ga voor Goud was er een evenement rondom mentaal welzijn. Op de dag waren verschillende professionals en werden er korte trainingen gegeven.

- Een goed voorbeeld van de sociale kaart is de zogenoemde 18+-kaart die het Haagse jeugd opgestuurd krijgt voordat zij 18 jaar worden. Een aantal jaar geleden gaf de HJA deze kaart als advies. In de kaart wordt er bondig informatie verstrekt over de verschillende instanties in Den Haag en er wordt uitgelegd wat de jongeren te wachten staat en wat er van hen verwacht wordt als zij volwassen worden.
- Een goed voorbeeld van een telefoonnummer: Het JIP heeft op dit moment ook een nummer waar Whatsapp berichten naar verstuurd kunnen worden. Misschien zou er aan dit nummer meer bekendheid gegeven kunnen worden, dan wel zou er een speciaal nummer opgestart kunnen worden dat feestelijk gelanceerd wordt.

## De conclusie

In dit advies is er onderzoek gedaan naar een signaal dat de Haagse Jongerenambassadeurs persoonlijk en/of in hun directe omgeving bij leeftijdsgenoten hebben ervaren, namelijk: een worsteling met hun mentale welzijn. Hiervoor is een kwantitatief en kwalitatief onderzoek uitgevoerd onder Haagse jongeren.

Uit de resultaten van het eigen onderzoeken en andere onderzoeken die online gepubliceerd zijn, is gebleken dat dit advies/signaal broodnodig is. Als het gaat om mentaal welzijn van jongeren, is het belangrijk dat er meer bewustzijn en erkenning komt bij de jongeren zelf, hun ouders, docenten en werkgevers. Dus behalve een advies is dit schrijven ook een signaal dat de Haagse Jongerenambassadeurs graag aan u willen geven: er is een steeds groter wordend probleem met betrekking tot mentaal welzijn onder jongeren en het is nu tijd om te handelen.

Wanneer ruim 70% van de jongeren aangeeft dat school een enorme druk op hen legt en 35% na hun toetsenweek instort met zelfs fysieke klachten tot gevolg is het natuurlijk geen signaal meer wat genegeerd kan worden.

Daarnaast is FOMO - *fear of missing out* - genoemd een groeiend fenomeen onder jongeren dat leidt tot slaapttekort, stemmingswisselingen, faalangst en eenzaamheid. 75% van de jongeren geeft aan dat social media een slechte invloed heeft op hen.

De ambassadeurs vinden het kinderrecht 'Gezond en veilig opgroeien' enorm belangrijk. In een goed ontwikkeld land als Nederland zouden alle jongeren een onbezorgde jeugd moeten kunnen hebben. De ambassadeurs merken bij zichzelf en hun omgeving dat zij steeds op zoek zijn naar manieren om om te gaan met druk, verwachtingen, eisen en complexe dynamische sociale normen.

De ambassadeurs realiseren zich dat elke generatie voor hen uiteraard ook stress en druk ervaarde. En dat het uiteraard volstrekt idealistisch zou zijn als de jongeren van vandaag geen stress zouden kennen. Het is zelfs onwenselijk als al de stress weggenomen zou worden. We kunnen ons namelijk voorstellen dat stress en druk ook een succesfactor is in het leven van jongeren, en daarom niet geheel negatief. Maar, vinden de ambassadeurs, het gaat in dit adviesrapport om de te grote, onhandelbare mate van stress. Als laatste: de ambassadeurs beseffen dat de oudere generaties van vandaag de dag uiteraard ook stress kennen. Zij zien in dat hun advies voornamelijk gericht is op onderwijs en de gezondheidszorg, maar dat docenten veelal zelf bezwijken onder werkdruk en dat er gigantische wachtlijsten zijn bij de psychologen.

De hoop is dat er zich geen scenario's (meer) voordoen van jongeren die bezwijken onder de druk en stress, met alle negatieve gevolgen van dien, juist zodat hen niet alle kansen worden ontnomen om zich optimaal te ontwikkelen.

De Haagse Jongerenambassadeurs dragen het advies over aan de gemeente Den Haag. De gemeente kan binnen haar eigen budget, planning en toekomstplannen zelf beslissen wat zij wel of niet doorvoert of implementeert. De ambassadeurs waarderen het vertrouwen van de gemeente enorm en zouden het op prijs stellen als er terugkoppeling wordt gegeven indien



er acties volgen na dit advies. Voornamelijk als het gaat om welke delen van het advies gebruikt worden en waar het concreet wordt ingezet.

Daarnaast worden de ambassadeurs graag betrokken bij organisaties die (onderdelen van) het advies uitvoeren om zo bij het proces en advies betrokken te blijven en blijvend de vertaalslag te kunnen blijven maken naar de leef- en belevingswereld van de jongeren.

## Betrokken partners & stakeholders

Jong doet mee!  
Ideas of Europe  
Ga voor Goud  
Alles is gezondheid  
Enliven Media  
Schuldenlab 070  
Society Impact  
22 Haagse Jongerenambassadeurs  
±736 Haagse jongeren

## Bijlage: Social media

Jongeren mogen een social media profiel aanmaken als ze 13 jaar zijn. Je ziet wel dat jongeren veel vaker op nog jongere leeftijd een account aanmaken en dan voornamelijk onder ouderlijk toezicht of in een kindermodus.

Doel: jongeren te informeren over mentaal welzijn en hun doorverwijzen naar dingen zoals een online mentaal welzijn thermometer of andere instanties die kunnen helpen.

Call to action: bezoek online kanaal

Social media kan interessant zijn, maar moet uitnodigen naar meer informatie en doorlinken naar het 'aanbod'. Om ervoor te zorgen dat de socials niet weggelikt hebben de jongeren het volgende advies.

NB: Professioneel bureau inhuren voor uitvoering! Hieronder het antwoord op de vraag volgens de Haagse Jongerenambassadeurs.

### **Ervaring met Yeah Right (voor het creëren van bewustwording rondom kinderrechten):**

In 2017 hebben de Haagse Jongerenambassadeurs de social media Yeah Right op Facebook en Instagram opgezet om de Haagse jongeren te informeren over kinderrechten. Hier is in aanloop van de 'Dag van de Rechten van het Kind' een campagne voor opgezet. In 2017 is er met een budget van ongeveer 250,- aan betaalde promotie een heel groot bereik geweest. Dit is bereikt door een Haagse jongerenambassadeur met weinig social media kennis. In 2018 zijn zonder budget ook berichten geplaatst. Dit had echter een zeer laag bereik.

Het aantal volgers is helaas laag en de naam 'Yeah Right' komt verder nergens terug in andere uitingen. De Haagse Jongerenambassadeurs adviseren om niet (meer) voor een Facebook account te gaan, omdat zij geloven dat de jongeren doelgroep steeds minder op Facebook zit. We adviseren om meer op onderstaande social media kanalen te zitten.

### **YouTube kanaal**

Adverteren op YouTube

- Voor filmpjes die jongeren uit de leeftijdsdoelgroep willen zien
- 5 a 10 seconden / niet weggelikt
- Kosten: +/- 5 cent per klik

Richten op

- Leeftijd en postcode gebied (kan bij iedereen die een Google account heeft).
- Vijf verschillende filmpjes met verschillende interesse gebieden die je gericht met zoektermen koppelt zoals; 'dans', ect.

### **Instagram/ Snapchat**

Wij adviseren om geen accounts aan te maken, maar meer op het adverteren in te zetten, omdat je daarmee meer een actieve rol in het informeren aanneemt en niet een pagina creëert waar jongeren naartoe moeten. (de weg van de minste weerstand). Adverteren via Insta en snapchat:

- Komt tussen vrienden door van de kijker.
- Komt tussen eigen feeds door.