



# CNV JONGEREN BELEIDSPLAN 2019

*Frisse blik en samen sterk vooruit*



## Voorwoord

Voor u ligt het beleidsplan van CNV Jongeren voor 2019. De titel van het beleidsplan vat in één kernzin de ambitie van de vereniging voor het komend jaar samen: Frisse blik en samen sterk vooruit.

In 2018 hebben we ons wederom stevig ingezet voor de sociaaleconomische belangen van jongeren. In lijn met onze strategische doelen hebben we een duidelijk geluid laten horen in de maatschappelijke discussies op onze speerpunten, concrete resultaten bereikt in de politieke-lobby en samenwerking opgezocht met verschillende organisaties. Enkele voorbeelden van successen zijn: verhogen van de individuele studietoelage in verschillende gemeenten voor jongeren met een beperking, voorkomen dat loonkostensubsidie werd vervangen door loondispensatie, gelobbyd voor draagvlak in de Tweede Kamer voor een SER-onderzoek naar de sociaaleconomische positie van jongeren, proactief samen met studentenorganisaties de knelpunten met betrekking tot het sociaal leenstelsel op de politieke agenda gezet, invloed gehad op de uitwerking van de maatschappelijke diensttijd en onze ideeën en belangen consequent en consistent ingebracht in de gesprekken over een nieuw pensioenstelsel.

Behalve de beleidsinhoudelijke agenda, hebben we ook in 2018 nieuwe projecten en activiteiten voor jongeren neergezet waar we trots op zijn. Projecten met als doel een concrete bijdrage te leveren aan het versterken van de sociaaleconomische positie van jongeren. Ook hebben we onze visie op de toekomst van CNV Jongeren doorontwikkeld. Zo hebben we bestaande verenigingsactiviteiten geëvalueerd op het bereik en effect, nieuwe ideeën ontwikkeld om jongeren meer en beter te bereiken en in overleg met de bestuurscommissie en projectorganisatie het beleidsplan 2019 opgesteld.

In 2019 willen we met een frisse blik samen sterk vooruit. Dit betekent dat we verder gaan op de lijn die is ingezet in 2018. De vereniging en projectorganisatie gaan meer samenwerken en gebruik maken van elkaars kennis, kunde en kwaliteiten om groter maatschappelijk impact te bereiken. Niet alleen door middel van projecten, maar ook in de politieke-lobby. Ook dit jaar gaan we weer investeren in communicatie met als doel meer jongeren te bereiken. Dit willen we doen door herkenbaar te zijn op thema's, meer inspraak mogelijk te maken voor leden en niet-leden en door nieuwe vormen van dienstverlening te ontwikkelen. Niet alleen online, maar ook offline blijven we actief. De activiteiten waar we in 2018 positieve reacties van leden op hebben ontvangen gaan we ook komend jaar weer organiseren. Tot slot, gaan we aan de slag met het nader verkennen van onze Toekomstagenda 2020.

Onze ambities kunnen we alleen realiseren met inzet en steun van iedereen die betrokken is bij CNV Jongeren. Laten we met elkaar de schouders eronder zetten en met een frisse blik samen sterk vooruit!

Namens het bestuur,

Semih Eski  
Voorzitter CNV Jongeren

## INHOUDSOPGAVE

## BLADZIJDE

H1. Uitgangspunten CNV Jongeren	4
H2. Strategie CNV Jongeren	5
H3. Speerpunten 2019	6
H4. Organisatie CNV Jongeren	8
H4.1 CNV Jongeren	8
H4.2 Vereniging – Bestuurscommissie	9
H4.3 Vereniging – Werkgroepen	9
H4.4 Organisatie – Projectorganisatie	10
H4.5 Organisatie – Projecten	11
H4.6 Onderlinge versterking vereniging en projectorganisatie	13
H5. Communicatiestrategie	14
H5.1 Jongeren in Nederland	14
H5.2 Herkenbaar profiel op thema's	14
H5.3 Nieuwe vormen van inspraak	15
H5.4 Investeren in dienstverlening	16
H6. Toekomstagenda 2020	17
H7. Begroting CNV Jongeren 2019	18
H7.1 Toelichting begroting	19

## H1. UITGANGSPUNTEN CNV JONGEREN

Beleidsplannen veranderen constant, maar de uitgangspunten blijven een stabiele factor. Daarom een korte beschrijving van onze uitgangspunten gebaseerd op de statuten.

**CNV Jongeren is de oudste en enige onafhankelijke jongerenvakbond op het gebied van werk en inkomen in Nederland. Zij vertegenwoordigt de belangen van jongeren van 13 tot en met en 29 jaar\* in het algemeen en van leden in het bijzonder. CNV Jongeren is een onafhankelijk vakbond binnen het CNV. De visie wordt geformuleerd en uitgedragen door jongeren.**

*Missie: "De sociaaleconomische positie van jongeren in het algemeen, de leden en de jongeren in een achterstandspositie op de arbeidsmarkt in het bijzonder versterken".*

CNV Jongeren zet zich in voor een rechtvaardige samenleving, waarin mensen gelijkwaardig zijn aan elkaar. Zij kiest hiervoor op grond van haar visie op mens en maatschappij en laat zich daarbij inspireren en leiden door het Christelijk sociaal gedachtegoed. Persoonlijke verantwoordelijkheid, zorgen voor elkaar, empowerment en vrijheid om keuzes te maken spelen hierin een belangrijke rol. Dit alles op het gebied van arbeid en inkomen.

CNV Jongeren werkt vanuit de visie dat jong-zijn een levensfase is. Enerzijds omdat het voorbereidt op het volwassen leven. Anderzijds omdat jong-zijn een op zichzelf staande levensfase is met haar eigen cultuur en problemen. Typerend voor deze levensfase is dat jongeren vaak voor het eerst keuzes moeten maken die van grote invloed zijn op hun verdere leven. CNV Jongeren wil jongeren bewust maken van deze keuzes, bij deze keuzes adviseren en waar nodig ondersteunen. Naast juridische steun en informatie, geeft CNV Jongeren haar leden een stem. Problemen waar jongeren tegenaan lopen kaarten wij aan.

\* dit wordt aangepast naar 35 jaar met de aankomende statutenwijziging

## H2. STRATEGIE CNV JONGEREN

Ieder jaar bekijkt het bestuur opnieuw hoe we de missie van CNV Jongeren zo goed mogelijk in de praktijk kunnen brengen. Dit noemen we de strategie. Om onze idealen waar te kunnen maken is het belangrijk dat CNV Jongeren maatschappelijke impact maakt. Wanneer maken we impact?

(1) Als de problemen en wensen van jongeren besproken worden door de politiek, de polder (werkgevers- en werknemersorganisaties) en in de media.

(2) Als de belangen van jongeren én het eigen perspectief van jongeren worden meegewogen bij belangrijke beslissingen door politiek en polder.

(3) Als we jongeren direct zelf helpen via projecten, waarin we het goede voorbeeld geven.

Om in 2019 zo veel mogelijk maatschappelijke impact te maken, zet CNV Jongeren in 2019 vooral in op:

1. **Profilering:** CNV Jongeren focust zich in 2019 op de volgende speerpunten: eerlijke arbeidsmarkt voor kwetsbare groepen, ontwikkelkansen voor jongeren die studeren, werken en wonen, en toekomst pensioenstelsel.
2. **Politieke-lobby:** Investeren in en onderhouden van contacten met politici, bestuurders en ambtenaren om beleid te kunnen beïnvloeden op de geformuleerde speerpunten.
3. **Samenwerking:** Proactief samenwerking opzoeken met (jongeren-)organisaties met als doel om projecten van hogere kwaliteit te realiseren en samen sterker te staan in maatschappelijke discussies.

### H3. SPEERPUNTEN 2019

CNV Jongeren is al meer dan 60 jaar één van de belangrijke jongerenorganisaties als het gaat om belangenbehartiging voor een betere sociaaleconomische positie. Onderstaande *wordcloud* visualiseert een breed scala aan thema's die bij CNV Jongeren op de agenda staan.



Deze thema's leven bij jongeren en worden daarom regelmatig besproken in het bestuur en met de bestuurscommissie (hierna: BC). Het bestuur heeft samen met de BC en in overleg met de werkorganisatie gekozen om de inhoudelijke focus voor 2019 te richten op de drie speerpunten: 'Eerlijke arbeidsmarkt voor kwetsbare groepen', 'Ontwikkelkansen jongeren rond studeren, werken en wonen' en 'Toekomst pensioenstelsel'. Hieronder volgt een toelichting op ieder speerpunt.

#### 1. Eerlijke arbeidsmarkt voor kwetsbare groepen

Een eerlijke arbeidsmarkt is een arbeidsmarkt waar plek is voor jongeren, ongeacht hun beperking of achtergrond. De aandacht moet zijn gericht op wat iemand kan in plaats van niet zou kunnen. Helaas zijn er veel jongeren die nog onvoldoende een volwaardige plek hebben op de arbeidsmarkt met als gevolg dat hun talenten te weinig worden benut. Een belangrijke groep waar we ons in de afgelopen jaren nadrukkelijk en stevig voor hebben ingezet en blijven inzetten, zijn jongeren met een beperking. Het is juist deze groep die vaak tussen wal en schip valt door wijzigingen in beleid. De aandacht voor jongeren met een beperking blijft ook in 2019 onverminderd groot. Ook zetten wij ons actief in voor jongeren met een niet-westerse migratieachtergrond. Dit is belangrijk omdat de daling van werkloosheid bij deze groep ook in economisch goede tijden achterblijft op de algemene werkloosheidscijfers. Er zijn meerdere oorzaken die voor een achterstand zorgen op de arbeidsmarkt. Een nieuwe groep waar we onze aandacht op willen gaan richten zijn jonge statushouders in Nederland.

#### 2. Ontwikkelkansen jongeren rond studeren, werken en wonen

De sociaaleconomische positie van jongeren komt steeds verder onder druk te staan en er is onvoldoende aandacht voor deze trend. Het is belangrijk dat het thema ontwikkelkansen hoger op de maatschappelijke en politieke agenda komt te staan. Toegankelijkheid van het onderwijs, zekerheid op de arbeidsmarkt en eerlijke kansen op de woningmarkt zijn daarin belangrijke punten waar wij op focussen. Uit verschillende cijfers, onderzoeken en berichten blijkt dat veel jongeren moeite hebben om zelfstandig een goed sociaaleconomisch bestaan op te bouwen. Dit komt door de combinatie van de invoering van het studievoorschot, de opkomst van meer tijdelijke contracten op de arbeidsmarkt,

strengere hypotheekregels, de achtergebleven woningbouw, een toename in verschillen tussen arm en rijk, en mogelijk nu het uitblijven van een nieuw pensioenstelsel. Hierdoor hebben jongeren een valse start met als gevolg dat ze vrij snel op achterstand komen te staan die moeilijkerwijs in de toekomst niet meer in te halen is.

### **3. Toekomst pensioenstelsel**

Pensioenen is een belangrijk thema voor jongeren en het is bij uitstek een vraagstuk van generaties. Ondanks het feit dat jongeren gemiddeld één dag per week werken voor hun oude dag, hebben zij weinig aandacht voor het onderwerp. Desalniettemin is het van groot belang dat jongeren zich meer verdiepen en bemoeien met pensioenen. Juist nu in de polder en politiek de discussie wordt gevoerd over de toekomst van het pensioenstelsel. CNV Jongeren is voorstander van vernieuwing van het huidig stelsel in lijn met onze 'Triple E'-uitgangspunten. Toekomstige generaties moeten later ook van een goed pensioen kunnen genieten. Naast de discussie over het pensioenstelsel, zijn er ook andere thema's waar wij aandacht aan willen besteden in 2019, namelijk: pensioencommunicatie, verjonging van pensioenfondsbesturen, AOW en pensioenopbouw van jongeren met een Wajong-uitkering.

#### **ACTIVITEITEN BELEIDSSPEERPUNTEN 2019**

- Door middel van collectieve belangenbehartiging (politieke-lobby) aandacht vragen voor beleidsspeerpunten bij politici, bestuurders en ambtenaren.
- Deelnemen aan verschillende bijeenkomsten en zichtbaar zijn in maatschappelijk debat op beleidsspeerpunten.
- Projecten ontwikkelen op de speerpunten en uitkomsten van projecten samen met bestuurscommissie vertalen naar concrete activiteiten voor de politieke-lobby.

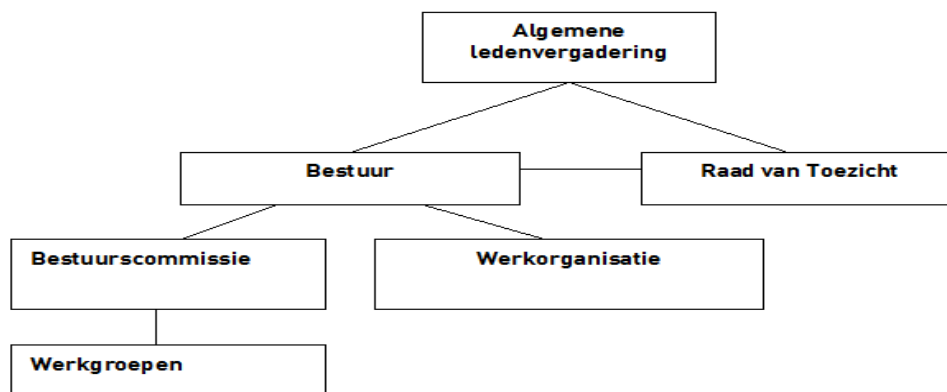
## H4. ORGANISATIE CNV JONGEREN

CNV Jongeren bestaat uit twee onderdelen: een vereniging en projectorganisatie. Om onze missie, strategie en speerpunten in de praktijk te realiseren is een goede samenwerking tussen vereniging en projectorganisatie van cruciaal belang. Dit hoofdstuk beschrijft de relatie en de samenwerking tussen beide onderdelen.

### H4.1 CNV JONGEREN

CNV Jongeren is in de afgelopen jaren meer gaan inzetten op het activeren van de vereniging door het instellen van werkgroepen, commissies en het vaker organiseren van activiteiten voor leden en niet-leden. De BC, de inhoudelijke beleidsdenktank bestaande uit actieve leden, vervult in dit kader een belangrijke rol. Het bestuur heeft gekozen voor een vaste structuur op basis van relevante beleidsthema's in de BC. Dit is gedaan om meer focus aan te brengen in de beleidsactiviteiten. De samenstelling, speerpunten en activiteiten van de BC voor 2019 zijn eerder in dit beleidsplan nader beschreven en toegelicht.

CNV Jongeren heeft zich in het maatschappelijke debat sterk geprofileerd als een kritische en constructieve organisatie. Onze houding en toon spelen daarin een belangrijke rol. In het debat en contacten in het veld geven wij aan welke voorstellen, ideeën en maatregelen positief zijn voor de sociaaleconomische positie van jongeren. Ook maken wij waar nodig duidelijk als we tegen bepaalde beleidsvoorstellen zijn en presenteren we alternatieven. Door deze kritisch-constructieve houding in het debat is de zichtbaarheid, herkenbaarheid en autoriteit van CNV Jongeren toegenomen. Deze lijn blijven we vasthouden, ook in 2019.



Figuur 1: schematische weergave organisatiemodel CNV Jongeren

De formele structuur van CNV Jongeren is als volgt. CNV Jongeren is een vereniging en de Algemene Ledenvergadering (ALV) is het hoogste orgaan. Het bestuur bestaat uit twee personen: een voorzitter en secretaris/penningmeester. Samen geven zij leiding aan de vereniging en werkorganisatie. De Raad van Toezicht (RvT) heeft als taak om toezicht te houden op het beleid van het bestuur en op de algemene gang van zaken in de vereniging.

In het afgelopen jaar heeft het bestuur samen met de Raad van Toezicht geïnvesteerd in het professionaliseren van de vereniging. Een bestuursreglement is vastgesteld, het huishoudelijk



reglement is nieuw opgesteld en zijn de statuten gemoderniseerd in lijn met geldende wet- en regelgeving en maatschappelijke ontwikkelingen die relevant zijn voor onze als jongerenbond.

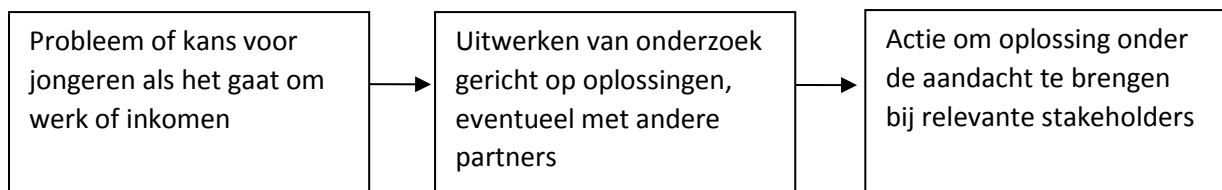
#### **H4.2 VERENIGING – BESTUURSCOMMISSIE**

De BC bestaat uit jonge actieve leden die het bestuur gevraagd en ongevraagd advies kan geven. Het is niet alleen op papier, maar ook in de praktijk het kloppend hart van de vereniging. Het actueel houden van standpunten, volgen van relevante ontwikkelingen en leveren van input om invloed uit te oefenen op de maatschappelijke agenda en of politieke besluitvorming zijn de belangrijkste activiteiten van de bestuurscommissieleden. De bestuurscommissie bestaat uit de voorzitters van de volgende werkgroepen:

- Werkgroep Onderwijs
- Werkgroep Arbeidsmarkt
- Werkgroep Pensioenen
- Werkgroep Participatie
- Werkgroep Wonen
- Werkgroep Algemeen

De bestuurscommissie heeft een gestructureerde werkwijze. Minimaal één keer per maand vergadert het bestuur samen met de bestuurscommissie op het kantoor van CNV Jongeren. De agenda wordt één week van tevoren opgesteld en de vergaderstukken worden voorbereid door de voorzitter. De bestuurscommissieleden hebben de mogelijkheid om punten aan te dragen voor de agenda. Vaste onderwerpen op de agenda zijn: ontwikkelingen in sociaaleconomisch beleid, verenigingszaken en -activiteiten en voortgang van de projecten.

De werkgroep-voorzitters stellen begin van ieder kalenderjaar een eigen kader op waarin wordt beschreven welke lijn hij of zij met zijn of haar werkgroep voor dat jaar wil volgen in het beleid en voor verenigingsactiviteiten. Het doel is om concrete resultaten te bereiken door aandacht te vragen voor de knelpunten van jongeren in het beleid. Dit kan op verschillende manieren. Door het doen van onderzoek, het opzetten van een actie, het schrijven van een opinieartikel of deel te nemen aan een conferentie. In de meeste gevallen werken de bestuurscommissie en werkgroepen als volgt:



Jaarlijks stelt het bestuur in overleg met de bestuurscommissie en de projectenorganisatie het beleidsplan op, inclusief doelstellingen en geplande activiteiten. Vervolgens wordt het beleidsplan besproken tijdens de ALV en vastgesteld.

#### **H4.3 WERKGROEPEN**

Zoals eerder is beschreven, bestaat de bestuurscommissie uit zes werkgroep-voorzitters met ieder een eigen sociaaleconomische focus. De bestuurscommissieleden worden in hun werk ondersteund door de actieve leden van onze vereniging die participeren in werkgroepen. De werkgroepen verschillen in omvang van het aantal actieve leden, variërend van drie tot tien personen. De werkgroep-voorzitters

komen in principe één keer per maand met de werkgroep bijeen voor vergadering. De leden in de werkgroepen hebben een belangrijke functie in onze vereniging: zij signaleren relevante ontwikkelingen die betrekking hebben op de sociaaleconomische positie van jongeren en werken samen oplossingen uit in overleg met de werkgroep-voorzitter. De voorzitter van de werkgroep heeft als belangrijke taak om de visie van de werkgroep te vertalen naar het niveau van bestuurscommissie en bestuur. Zo zetten wij ons gezamenlijk in voor een *bottom-up* werkwijze waarin de leden van de werkgroepen een belangrijke en onmisbare schakel vormen in de structuur en ook cultuur van onze vereniging.

#### **ACTIVITEITEN BESTUUR EN BESTUURSCOMMISSIE 2019**

- 8 keer per jaar een bestuursvergadering.
- 2 keer per jaar een beleidsweekend/beleidsdag voor bestuur samen met BC.
- 1 keer per drie weken een vergadering met bestuur samen met BC.
- 1 keer per maand organiseert een BC-lid een vergadering met de werkgroep.
- Op elk speerpunt de belangrijkste lobby- en standpunten formuleren/actualiseren.
- Elke werkgroep stelt voor zichzelf een kader op, dat door het bestuur wordt vastgesteld (eerste kwartaal 2019).

#### **H4.4 ORGANISATIE – PROJECTORGANISATIE**

CNV Jongeren is van oudsher een organisatie die niet langs de zijlijn blijft roepen over hoe het wel moet, maar we pakken actief de handschoen op om een bijdrage aan de broodnodige veranderingen te leveren. Niet alleen ‘zeggen en roepen’, maar ook écht actief veranderen. De beleidspeerpunten voor 2019 staan niet alleen centraal binnen de vereniging, maar ook bij de uitvoering van projecten van de werkorganisatie. Via deze integrale gedachte geven wij dus ook via projecten handen en voeten aan onze beleidspeerpunten. Het bestuur formuleert doelstellingen met betrekking tot de ambities in de projectenorganisatie.

Een belangrijk doel in 2019 is om de samenwerking tussen de werkorganisatie en vereniging op inhoudelijk gebied te vergoten en versterken. Het bestuur heeft in de afgelopen jaren op dit vlak nieuwe ideeën ontwikkeld en diverse initiatieven opgezet. Het basisidee achter ‘meer en beter’ samenwerken komt voort uit de analyse dat duurzaam maatschappelijke impact pas kan worden bereikt door het bundelen van onze krachten. Zie het kader hieronder voorbeeld: WoonLab Utrecht.

#### **VOORBEELD: WOONLAB UTRECHT**

*Een mooi voorbeeld uit de praktijk is ons project WoonLab Utrecht. De adviezen die uit het project zijn voortgekomen zijn gebundeld in een visieboek, dit is een mooi eindproduct van het project, maar daarmee zijn de adviezen van jongeren nog niet in de praktijk gerealiseerd. Om effectief de positie van starters op de woningmarkt te kunnen verbeteren moeten de adviezen van jongeren een plek krijgen in het beleid van de gemeente. Hier ligt een belangrijke rol voor de vereniging: de uitkomsten van projecten proberen door middel van politieke-lobby een plek te geven in het beleid van (lokale) overheden c.q. maatschappelijke organisaties. Zoals eerder genoemd, heeft het bestuur gekozen om mede naar aanleiding van dit voorbeeld het thema wonen aan de bestuurscommissie toe te voegen met als doel om de adviezen van WoonLab Utrecht via politieke-lobby te verduurzamen in gemeentelijke beleid. Het goed afronden van een project is weliswaar een doeleinde, maar geen einddoel om onze missie, strategische doelen en speerpunten maximaal te realiseren.*

Het realiseren van maatschappelijk relevante projecten is belangrijk, niet alleen voor de organisatie maar ook voor jongeren. Ook dit jaar gaan bij het ontwikkelen van nieuwe projectenplannen, of wanneer we een keuze dienen te maken voor het voortzetten van onze huidige projecten, positief-kritisch kijken of de projecten in lijn zijn met de beleidsspeerpunten en daadwerkelijk bijdragen aan het verbeteren van de sociaaleconomische positie van (kwetsbare) jongeren. Het is daarom belangrijk dat niet alleen de vereniging voldoende op de hoogte is van relevante sociaaleconomische ontwikkelingen in beleid, maar ook de projectorganisatie. Wanneer er bijvoorbeeld door de overheid geld wordt vrijgemaakt voor meer personeel in de zorg (actie plan van VWS) of subsidie voor experimenten met de maatschappelijke diensttijd, biedt dit een acquisitiekans voor de projectorganisatie. Het is daarom goed dat onze projectteams goed bekend zijn met nieuwe ontwikkelingen, trends, feiten en cijfers op het desbetreffende domein. Het is belangrijk dat de projecten in lijn zijn met de drie speerpunten van de vereniging. Zoals eerder is beschreven, hebben in overleg met de projectorganisatie en bestuurscommissie op een aantal terreinen nieuwe ideeën ontwikkeld die we graag actief verder willen vormgeven. In dit kader hebben we de volgende doelstellingen geformuleerd voor 2019.

#### **ACTIVITEITEN WERKORGANISATIE 2019**

- De projectorganisatie ontwikkelt en voert projecten uit in lijn met de speerpunten en heeft als doel om duurzaam en concreet maatschappelijk impact te realiseren.
- Investeren in een professioneel projectteam door scholing en coaching te bieden waar nodig.
- Projecten worden afgesloten met een *position paper* en advies aan het bestuur over het vervolg traject (politieke lobby en projectmatig).
- Projectleiders volgen relevante ontwikkelingen in beleid en verzamelen informatie op de beleidspeerpunten (trends, ontwikkelingen, feiten, cijfers en argumenten).
- De nieuwe functie 'projectadviseur CNV Jongeren' verder ontwikkelen in lijn met ambitie om maximaal maatschappelijk impact te hebben met projecten en beleid.
- Projectorganisatie organiseert een gezamenlijke sessie met Bestuurscommissie over meetbaarheid 'maatschappelijke impact' resultaten in projecten.

#### **4.5 PROJECTEN**

Bij CNV Jongeren werken is invulling geven aan idealisme en een positieve toegevoegde waarde hebben in de samenleving. Dit in balans met het juiste realisme. De projectorganisatie brengt dit in de praktijk door uitvoering van projecten die jonge mensen in hun kracht zetten, aandacht geeft aan onderwijsverbetering, een betere voorbereiding naar de arbeidsmarkt realiseert en hen een podium geeft om mee te denken en te beslissen.

In 2019 laten we in lijn met de speerpunten duidelijk zien op welk terrein wij maatschappelijk impact willen realiseren via onze projecten. Tijdens het schrijven van het beleidsplan 2019, voert CNV Jongeren 16 projecten uit op het gebied van onderwijs en arbeidsmarkt. Dit doen wij met behulp van een team van 16 medewerkers: vier projectleiders, één projectadviseur, één communicatiemedewerker, vijf projectmedewerkers, twee projectassistenten en één secretariaal-medewerker. De organisatie kent drie teams die elk hun specialisatie hebben.

### **1. Team Jong & Kwetsbaar**

De projecten die door dit team uitgevoerd worden hebben nadrukkelijk de focus op kwetsbare doelgroepen, zoals mensen met een beperking en statushouders. Lopende projecten zijn:

- HARRIE
- Realisten Academie
- Realisten promoteam

### **2. Team Jong & Onderwijs**

Projecten die binnen het onderwijs worden uitgevoerd of bijdragen aan de afstemming tussen onderwijs en arbeidsmarkt. Lopende projecten zijn:

- Onderwijs - Arbeidsmodule voor statushouders
- Ambassadeurs van de Techniek
- Ambassadeurs van de Zorg
- MBO Topacademie
- Gezond en veilig werken – Lifeguards

### **3. Team Jong & Arbeidsmarkt**

Projecten die zich specifiek op de arbeidsmarkt richten. Je krijgt hier als projectdeelnemer mee te maken wanneer je actief op de arbeidsmarkt bent. Lopende projecten zijn:

- PensioenLab
- Pensioencampagne Wie Durft?!
- MZLab Gemeente (medezeggenschap)
- MZLab Rijk (medezeggenschap)
- Pressure Cookers (verbetermethodiek sessies rondom medezeggenschap)
- Time-Out! (burn out preventie)

Naast de bovenstaande lopende projecten willen wij in het jaar 2019 projecten realiseren op de volgende onderwerpen:

- Invulling geven aan LOB-lessen binnen het mbo d.m.v. Ambassadeurs van de Toekomst.
- Jonge mensen binnen sectoren betrekken bij hun eigen cao d.m.v. Redt je cao!
- Onze Harrie methodiek vertalen naar statushouders.

#### **4.6 ONDERLINGE VERSTERKING VERENIGING EN PROJECTORGANISATIE**

Het is eerder al benoemd in dit beleidsplan, de vereniging en projectorganisatie hebben veel kwaliteit en deskundigheid op eigen terrein en kunnen elkaar onderling nog meer versterken. Het bestuur gaat in 2019 hier meer in investeren. Het is onze ambitie dat we niet langs elkaar heen werken, maar elkaar juist versterken. Daarom is tijdens het beleidsweekend, waar voor het eerst ook de projectorganisatie door medewerkers was vertegenwoordigd, de volgende concrete afspraken gemaakt voor onderlinge versterking van samenwerking.

##### **ACTIVITEITEN ONDERLINGE VERSTERKING VERENIGING-PROJECTORGANISATIE 2019**

- De vereniging betreft de projectorganisatie bij het opstellen van het beleidsplan.
- De vereniging betreft de projectorganisatie bij het opstellen van de kaders van de werkgroepen.
- De projectorganisatie presenteert hun *position paper* met advies na afronding van een project in de vergadering van bestuur en bestuurscommissie.
- De projectorganisatie staat open voor projectideeën vanuit de vereniging.
- Vereniging en projectorganisatie stellen een gezamenlijke jaarplanning op.

## H5. COMMUNICATIESTRATEGIE

Jongeren organiseren zich tegenwoordig op andere manieren. Het is geen geheim dat jongeren minder bekend zijn met een vakbond dan eerdere generaties. Maar dit betekent niet dat de jongeren ons werk onbelangrijk vinden, integendeel. Volgens cijfers van het CBS uit 2016 blijkt dat 61% van de jongeren tussen de 15 en 25 jaar het bestaan van vakbonden belangrijk vinden. Om optimaal verschil te kunnen maken in beleid en praktijk, vinden wij het belangrijk om zoveel mogelijk jongeren te bereiken en actief te betrekken bij onze vereniging. Door meer jongeren te bereiken, betrekken en behouden is het mogelijk om meer maatschappelijke verandering te bewerkstelligen als vereniging. Komend jaar experimenteren we met nieuwe vormen van content en marketing om nog meer jongeren te bereiken, experimenteren we met nieuwe vormen van inspraak om jongeren meer te betrekken en scherpen we ons dienstenaanbod aan om jongeren te behouden.

### H5.1 JONGEREN IN NEDERLAND

Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) zijn in 2017 meer dan 4 miljoen jongeren in de leeftijdscategorie tussen de 13 en 32 jaar in Nederland. Een deel van deze groep volgt een opleiding of studie. Een ander deel is afgestudeerd en heeft een baan of is werkloos. Meer dan 1,2 miljoen van de jongeren tussen de 15 en 25 jaar is werkzaam. De meerderheid van deze werkende jongeren heeft een tijdelijk contract (885.000 jongeren in totaal) en daarmee een onzekere positie op de arbeidsmarkt. Ook zijn er jongeren die wel willen werken, maar geen werk hebben. De werkloosheid onder jongeren in dezelfde leeftijdscategorie is 126-duizend (CBS, september 2017) en komt uit op 9% van de totale beroepsbevolking. Dit is dubbel zoveel als de algemene werkloosheidscijfers in Nederland.

### H5.2 HERKENBAAR PROFIEL OP THEMA'S

Het hebben van een herkenbaar profiel is belangrijk. Jij kent ons, wij kennen jou. Dat is ons motto voor 2019. Om dit doel te bereiken gaan we succesvolle activiteiten versterken, meer eigen herkenbaar content ontwikkelen en met nieuwe communicatie vormen experimenteren. Jongeren moeten ons meer kunnen bereiken en beter herkennen op onze beleidsspeerpunten.

#### ***Succesvolle activiteiten verder versterken***

In de afgelopen periode hebben we kritisch gekeken naar welke activiteiten nuttig en relevant zijn om jongeren te bereiken en betrekken. Op basis van onze lessen uit de praktijk hebben we gekozen om de 'beste activiteiten' te herhalen en te versterken in 2019. Dit zijn de activiteiten: CNV Jongerenpanel Prinsjesdag, Onderwijscafé, Expertpanel en een informatieve workshop. Het panel op Prinsjesdag was een succes omdat het aansluit op een actualiteit en inhoudelijk ook interessant is voor jongeren. Het Onderwijscafé is een laagdrempelige activiteit om relevante inhoud en gezellige borrel samen te brengen voor leden en niet-leden. Een Expertpanel verrijkt onze kennis over een specifiek thema met verschillende sprekers uit een bepaalde sector. Het organiseren van een informatieve workshop, bijvoorbeeld over pensioenen, zorgt ervoor dat we een belangrijke taak als vereniging ook blijven vervullen: het delen van belangrijke basiskennis over werk en inkomen voor jongeren.

#### ***Meer eigen content ontwikkelen***

Om meer jongeren te informeren, inspireren en activeren, investeren we fors in het maken van eigen content en door strategisch gebruik te maken van sociale media, bijvoorbeeld door het adverteren van onze boodschap op Facebook. Nieuwe content moet aansluiten bij jongeren door beeldend,

persoonlijk en toegespitst op thema's te maken. Een herkenbaar profiel is goed voor onze naamsbekendheid en zorgt voor meer bereik onder een (nieuwe) jonge doelgroep.

### ***Experimenteren met content***

Het hebben van een herkenbaar profiel willen we ook bereiken door te experimenteren met nieuwe vormen van content. Hierbij kan worden gedacht aan interessante filmpjes, Webinars en podcasts over de jongerenbond of specifieke thema's. Het doel is om in simpele taal gesprekken te voeren en sociaaleconomische thema's te duiden vanuit ons perspectief. Waar het gaat om maken van filmpjes, is het interessant om bijvoorbeeld een serie te maken over het werk van CNV Jongeren 'een kijkje achter de schermen bij CNV Jongeren' of 'lobby en beïnvloeden van beleid in Den Haag'. Filmpjes kunnen ook bestaan uit eenvoudige uitleg van complexe onderwerp, bijvoorbeeld: hoe is je pensioenopbouw geregeld? Of wat zijn je rechten en plichten als jonge vakantieweker? Naast beelden, willen we ook aan de slag met 'geluiden': het ontwikkelen van onze eigen podcasts. Dit is een nieuw idee om jongeren te bereiken. Ook willen we experimenteren met het maken van Webinars over zaken die te maken hebben met zaken die spelen op de arbeidsmarkt (algemeen) of arbeidsvoorwaarden.

Voor wat betreft leden is de ambitie om het ledenbestand stabiel te houden in 2019. Om meer jongeren aan ons te binden gaan we inzetten op ledenwerfacties met een persoonlijk voordeel voor jongeren. Voorbeelden van mogelijke ledenacties zijn: korting op voor leden op zorgverzekering, ondersteuning bij het doen van belastingaangifte, hulp bij simpele juridische vragen, ludieke winactie voor inschrijven van nieuwe leden via 'lid-maakt-lid campagne'.

### **H5.3 NIEUWE VORMEN VAN INSPRAAK**

Jongeren organiseren zich tegenwoordig anders. De trend is gericht op online samenkomen via sociale media en op basis van concrete thema's. Ook veranderen de arbeidsmarkt en de samenleving snel. Wij willen zo breed mogelijk de stem vertegenwoordigen van jongeren in Nederland. Dit willen we doen door diverse lagen in de samenleving goed te kunnen bereiken. Immers, we zijn er voor alle jongeren die ons beleid en uitgangspunten steunen. De uitdaging is om meer jongeren en jongvolwassenen te betrekken, zodat we snel een standpunt kunnen toetsen of een jongerengeluid kunnen vormen op belangrijke sociaaleconomische thema's – in lijn met onze speerpunten.

CNV Jongeren is een vereniging met ongeveer 1400 leden. Leden zijn onmisbaar en vormen de ruggengraat van onze vereniging. Onze successen hebben we grotendeels te danken aan de steun, inbreng en actieve rol van leden in de vereniging. We willen de inspraak van huidige leden meer faciliteren, bijvoorbeeld door gerichte stellingen voor te leggen.

Daarnaast willen we ook bij jongerendoelgroepen die niet-lid zijn een mening uitvragen, door digitaal stellingen voor te leggen. Dit geeft ons data en hiermee inzicht in de leef- en belevingswereld van jongerendoelgroepen, het geeft ons warme leads voor ledenwerving en het geeft ons een doorsnee inzicht van wat jongeren vinden op een bepaald thema. Manieren waarop we een stelling voorleggen kan variëren van een Facebookpoll tot een 5-vragen enquête die we op een specifieke plek, bijvoorbeeld een onderwijsinstelling, voorleggen aan zoveel mogelijk jongeren uit een afgestemde doelgroep. Een voorbeeld hiervan is: "maak jij je zorgen over een proeftijd van 5 maanden?" Jongeren kunnen dan eenvoudig hun mening geven waar wij vervolgens in de lobby of in het publieke debat aandacht voor kunnen vragen.

## **H5.4 INVESTEREN IN DIENSTVERLENING**

Hulp ontvangen op specifieke thema's is voor sommige jongeren net zo belangrijk als aan onze beweging meedoen om als jongerencollectief impact te hebben op thema's. Door hulp te bieden met gerichte diensten willen we een stabiel ledenbestand behouden in 2019, maar ook experimenteren hoe we potentiële leden kunnen verbinden aan de organisatie. Op dit moment hebben we geen duidelijk dienstenaanbod. Er worden drie diensten uitgekozen waarmee we ons gaan profileren. De randvoorwaarde is dat de diensten in lijn zijn met onze missie en speerpunten, er behoefte aan is bij jongeren en het de kans aanzienlijk vergroot op nieuwe leden. De diensten worden krachtig in de markt gezet en getoetst op effectiviteit. Twee voorbeelden van een nieuwe dienstverlening zijn: een toolkit "kickstart op de arbeidsmarkt" en loopbaanbegeleiding voor starters op de arbeidsmarkt.

### **ACTIVITEITEN COMMUNICATIESTRATEGIE 2019**

- Investeren in bereiken van jongeren via populaire sociale media platforms.
- Investeren in content voor het profileren op relevante thema's: filmpjes, podcast en/of webinars.
- Inzetten van nieuwe vormen van inspraak voor het vergroten van onze impact.
- Dienstverlening in lijn met speerpunten en gekoppeld aan persoonlijke voordelen voor jongeren.
- Versterken van activiteiten die succes hebben bewezen in 2018.
- Thematisch werken aan de hand van kwartaalplanning op de drie speerpunten.
- Investeren in extra medewerker voor marketing en communicatie/beeldenmaker.



## H6. TOEKOMSTAGENDA CNV JONGEREN 2020

In de jaren 2016, 2017 en 2018 heeft het huidig bestuur van CNV Jongeren gesproken met verschillende mensen die betrokken zijn bij onze vereniging en projectorganisatie over de toekomst van een jongerenbond in een veranderende samenleving. Eerder in dit beleidsplan is genoemd dat jongeren zich tegenwoordig anders organiseren en dat zij minder vaak lid zijn van een bond. Jongeren staan echter voor grote sociaaleconomische uitdagingen waar een moderne jongerenbond een belangrijke rol in kan vervullen. Het bestuur heeft alle input van de gesprekken verzameld en geprobeerd een 'rode draad' te destilleren en de terugkerende thema's een plek te geven in de 'Toekomstagenda CNV Jongeren 2020'. De volgende thema's worden in 2019 nader onderzocht.

### 1. Verduurzamen projecten in politieke-lobby

Het verduurzamen van projecten door middel van politieke-lobby biedt een grote kans om duurzaam de sociaaleconomische positie van jongeren te verbeteren. Hoewel een project over het algemeen door het in de praktijk uit te voeren op zich zelf impact heeft, is dit vaak niet voldoende om de positie van jongeren te verbeteren. Het eindresultaat van een project, bijvoorbeeld vaak een advies van jongeren, wordt nu te weinig gebruikt als input voor onze politieke-lobby agenda. Dit komt door een aantal redenen: het is vaak geen doelstelling van het project, geen declarabele uren voor het beïnvloeden van beleid en de focus is op *output* in plaats van *outcome*. In 2019 willen we onderzoeken of het mogelijk is om lobbyactiviteiten voor uitkomsten van projecten mee te kunnen begroten in projectaanvragen.

### 2. Opzetten lokale afdelingen in grote steden

CNV Jongeren is op landelijk niveau georganiseerd en heeft geen vertegenwoordiging in de vorm van afdelingen op lokaal niveau. Dit heeft als nadeel dat er weinig hechte binding is met jongeren in specifieke gebieden van het land. Om een goede binding te hebben met jongeren is het belangrijk om niet alleen online zichtbaar te zijn, maar ook offline bereikbaar. Het hebben van binding met onze doelgroep kan op twee manieren: aanwezig zijn op de werkvloer of zichtbaar zijn in de studentesteden. In de komende periode willen we onderzoeken of het mogelijk is om in populaire studentesteden lokale afdelingen op te zetten. Dit willen we doen door onze huidige leden die woonachtig zijn in een studentenstad te benaderen met de vraag te inventariseren wat de meerwaarde van CNV Jongeren op lokaal niveau zou kunnen zijn.

### 3. Onderzoeken nieuwe vormen betrokkenheid

Het hebben van legitimiteit is belangrijk om mensen te kunnen vertegenwoordigen. De vraag die ons bezighoudt is: hoe definieer je als bond je legitimiteit waarbij vertegenwoordigen van mensen alleen is gebaseerd op lidmaatschap? Het ledenaantal van CNV Jongeren is in de afgelopen 10 jaar nagenoeg stabiel gebleven, terwijl het aantal mensen die de vereniging op sociale media actief volgen met 1000' den is toegenomen. Het hebben van leden is belangrijk nu en in de toekomst. Tegelijkertijd is de vraag actueel en relevant welke nieuwe vormen van jongeren betrokkenheid kan worden ontwikkeld wat past bij de tijd en onze vereniging. Een aantal ideeën hiervoor zijn opgenomen in dit beleidsplan: bereiken van jongeren via videoboodschappen, peilen van meningen door middel van gerichte advertenties op sociale media en jongeren bereiken met podcasts. In 2019 willen wij ons verder verdiepen in de vraag hoe wij snel en makkelijker meer jongeren kunnen bereiken en op een nieuwe manier voor langere periode kunnen binden.

## H7. BEGROTING CNV JONGEREN 2019

### Begroting Jongeren

€ x 1.000

	2018	2019
Contributies	20.000	17.500
Diverse Opbrengsten	66.436	72.525
Verhuuropbrengsten	0	0
Rente Inkomsten	0	0
Opbrengsten Projecten	1.060.000	1.052.515
<b>Totaal Inkomsten</b>	<b>1.146.436</b>	<b>1.142.540</b>
Personeelskosten	599.527	691.861
Reiskosten Personeel	10.000	10.000
Overige Personeelskosten	25.786	20.000
<b>Totaal Personeelskosten</b>	<b>635.313</b>	<b>721.861</b>
Huisvestingskosten	48.000	44.037
Afschrijvingskosten	2.717	7.027
Kantoorkosten	22.000	21.500
Algemeen Kosten	64.500	99.500
Projectadministratie	300.000	200.000
Rente- en Bankkosten	2.000	2.000
<b>Totaal Organisatiekosten</b>	<b>439.217</b>	<b>374.064</b>
Shared Services Kosten	107.273	96.615
<b>Totaal Shared Services Kosten</b>	<b>107.273</b>	<b>96.615</b>
<b>Totale Kosten</b>	<b>1.181.803</b>	<b>1.192.540</b>
<b>Exploitatie resultaat</b>	<b>-35.367</b>	<b>-50.000</b>
Mutatie Voorzieningen	0	0
<b>Resultaat</b>	<b>-35.367</b>	<b>-50.000</b>

## H7.1 TOELICHTING BEGROTING

### ***Extra investering communicatie***

In 2018 hebben we ingezet op meer communicatie en groter bereik van jongeren. De ervaringen zijn positief en daarom willen we deze lijn graag voortzetten in 2019. Zoals beschreven in het beleidsplan, gaan we dit jaar investeren in een meer herkenbaar profiel op de volgende drie speerpunten: *eerlijke arbeidsmarkt voor kwetsbare groepen, ontwikkelkansen jongeren rond studeren, werken en wonen en toekomst pensioenstelsel*. Dit willen we concreet bereiken door thematisch te werken. Ieder kwartaal stellen wij een plan op met communicatieactiviteiten met als doel onze speerpunten te realiseren in de praktijk. Per kwartaal brengen we in kaart welke activiteiten geschikt zijn om te ondernemen, bijvoorbeeld: podcast, video's op het Binnenhof, interviews met jongeren, infographics en het organiseren van jongerenpanels. De basisgedachte van deze nieuwe werkwijze is dat we gedurende het jaar voortborduren op de ondernomen activiteiten en toewerken naar een zo concreet mogelijk (eind)resultaat. Dit resultaat beschrijven wij voordat het kwartaal start.

De activiteiten die worden uitgevoerd moeten resulteren in meer zichtbaarheid van wat CNV Jongeren doet. Deze zichtbaarheid moet leiden tot meer betrokkenheid en actieve inzet van jonge mensen. Dit doordat zij zien dat CNV Jongeren zich sterkt maakt voor issues waar jongeren daadwerkelijk mee zitten. Waar zij een verandering in willen zien. De *fanbase* van CNV Jongeren wordt dan vergroot. Onze *fanbase* bestaat uit online volgers, betrokken deelnemers vanuit onze projecten en actieve (betaalde) leden.

### ***Overige toelichting op de begrotingsposten***

Hierbij een toelichting op opmerkelijke veranderingen of verschillen ten opzichte van 2018.

#### ***Diverse opbrengsten***

Deze post bevat onder andere de bijdrage die CNV Jongeren ontvangt van de vakcentrale als compensatie voor haar vaste lasten (shared services kosten). Ook zijn er opbrengsten van derden zoals wanneer onze voorzitter deelneemt aan SER-vergaderingen.

#### ***Opbrengsten projecten***

In 2018 hebben wij ons de ambitie gesteld om meer projecten te gaan doen, zodat we meer aanwezig kunnen zijn daar waar verandering nodig is. Dit willen wij natuurlijk doorzetten richting 2019. Dit wel met de realiteit dat stabiliteit in de begrotingsjaren ook belangrijk is voor een gedegen groei. We trekken de lijn, die we in 2016 gestart zijn, door om boven een miljoen te begroten. Dit bedrag is een vertaling van de projectopbrengsten.

#### ***Personeelskosten***

De personeelskosten zijn hoger dan in 2018. Dit zit specifiek in de salariskosten. De logische verklaring hiervoor is dat we in 2018 zijn gestart met extra kracht voor de profilering van CNV Jongeren. Dit blijven we ook in 2019 doen. Daarnaast zijn onze projectwerkzaamheden groter geworden en zijn er medewerkers bijgekomen als gevolg van meer projecten.

#### *Algemene kosten*

Dit zijn kosten zoals verenigingskosten, websitekosten en accountant kosten. Deze begroten we in 2019 erg ruim. Hierbij volgen de cijfers het beleidsplan. Namelijk meer online/offline zichtbaar willen zijn. Kosten voor video's, inhuur externe beeldenmakers, kosten die we moeten maken om ons aan de buitenwereld te laten zien.

#### *Projectadministratie*

Onze projectkosten begroten we lager dan in 2018. Dit komt doordat we vaker projecten zelfstandig uitvoeren. Samenwerken doe we daar, waar deze een toegevoegde waarde heeft.

#### *Shared services kosten*

Deze post bestaat uit vaste kosten die CNV Jongeren uitgeeft aan ICT, financiële ondersteuning, facilitaire ondersteuning en wat wij betalen aan CNV info voor onder andere juridische vragen vanuit onze leden. Deze kosten zijn lager ten opzichte van 2018.

#### *Extra opmerking begrotingsresultaat 2019*

Er wordt een ongewoon resultaat begroot in 2019, namelijk een negatief resultaat. Dit komt tot stand doordat er extra geïnvesteerd gaat worden in een krachtige online en offline profiel, zoals te lezen in dit beleidsplan en resultaat is van de geschreven toekomst visie. We zien hierdoor een stijging van de salariskosten en verenigingskosten. Het negatieve resultaat gaan wij compenseren vanuit ons eigen vermogen.