



Duurzaamheid binnen YMCA

Eindrapport over de implementatie van de duurzame ontwikkelingsdoelen in het beleid van YMCA Nederland

Kim Dijkman, Maarten Heerink, Michelle Meier Mattern & Anne-Lotte van der Veer



Abstract

YMCA Nederland is klaar om te verduurzamen, zowel op natuur- als op sociaal vlak. Dit is nodig om een toekomstbestendige organisatie neer te zetten, waarbij elk kind op kamp kan en mee kan doen aan de leerzame activiteiten die worden georganiseerd door de vrijwilligers. Aan de hand van de Sustainable Development Goals (SDG's, oftewel duurzame ontwikkelingsdoelen) zijn wij, een groepje van vier trainees, aan de slag gegaan om handvatten te ontwikkelen waar YMCA Nederland mee kan werken om een groter draagvlak voor duurzaamheid binnen de organisatie te creëren.

Uit onderzoek kwam naar voren dat sterke samenwerking met elkaar binnen en buiten de organisatie essentieel is, waarbij alle stakeholders mee kunnen praten in de discussie. Daarom hebben we, op basis van vier concrete SDG's, de focus gelegd op gezondheid en welzijn, ongelijkheid verminderen, verantwoorde consumptie en partnerschappen.

Om dit effectief te implementeren binnen YMCA Nederland hebben we drie pijlers opgesteld met praktische oplossingen, namelijk duurzame actiepunten voor elke locatie, een training door en voor de vrijwilligers om de discussie over duurzaamheid in gang te zetten en aanbevelingen voor een sterkere interne en externe communicatie. Een sterke communicatie is van belang om samen te werken aan de missie van YMCA Nederland om de YMCA neer te zetten als een duurzame jongerenorganisatie. Dit is een overkoepelende pijler die zal helpen om de andere 2 pijlers te laten slagen.

Als laatste hebben we een fysieke toolkit gebouwd, die de organisatie en de vrijwilligers kan inspireren om duurzaamheid te verweven in de alledaagse activiteiten. Op basis van de aanbevelingen in dit rapport kan duurzaamheid meegenomen worden in het komende meerjarenbeleidsplan.

“The best time to plant a tree was 20 years ago, the second best time is Now!”

Chinese proverb

Acknowledgements

Dit project hebben wij natuurlijk niet op kunnen zetten zonder de support van een aantal key stakeholders.

Allereerst willen wij Robèrt Feith graag bedanken voor de uitnodiging om bij YMCA Nederland aan de slag te gaan met deze uitdagende opdracht. Dankzij zijn vertrouwen in onze kennis, kunde en ideeën heeft hij voor ons een veilige omgeving gecreëerd waarin wij tot creatieve oplossingen konden komen. Wij hebben in de afgelopen 15 weken de organisatie leren kennen en zijn haar missie steeds meer gaan waarderen. Uiteraard maken de vrijwilligers hier een groot onderdeel van uit. We hebben veel gehad aan de gesprekken en input van een aantal vrijwilligers. We hopen dat dit project een mooie opzet zal zijn voor het bestuur van YMCA Nederland om duurzaamheid te implementeren.

Daarnaast bedanken we graag Martin Clemens Villa voor zijn zeer gewaardeerde begeleiding. Dankzij zijn nuchtere houding wist hij ons op het juiste pad te houden waardoor we binnen de beperkte tijd een mooi eindproduct neer hebben kunnen zetten. Als laatste willen we graag SDG House en The Rock Group bedanken voor de mogelijkheid om deel te nemen aan het traineeship en de bijbehorende trainingen en talks. We hebben in de afgelopen weken ontzettend veel kennis opgedaan over zowel duurzaamheid als over het consultancy vak wat wij in onze verdere loopbaan mee kunnen nemen.

Team YMCA

Inhoud

1.	7	
1.1	SDGs vertaald voor YMCA Nederland	6
1.2	De drie pijlers	7
2.	10	
3.	PIJLER 1: Actiepunten	10
3.1	Aanleiding	10
3.2	Wat doet YMCA Nederland al?	10
3.3	Wat kan YMCA nog meer doen?	11
3.4	Praktische oplossingen	11
3.4.1	Duurzaamheidskoffer	12
3.4.2	Folder	12
4.	15	
4.1	Aanleiding	14
4.2	Opzet van de duurzaamheidsstraining	14
4.2.1	Triple bottom line	15
4.3	Weerstand	15
4.4	[zie comment]	16
5.	18	
6.	Bonuskoffer	
7.	Conclusie	
8.	Discussie	
	Bijlage 1: SWOT analyse	
	Bijlage 2: Duurzaamheidskoffer	
	Bijlage 3: Folder	
	Bijlage 4: Social media posts	
	Bijlage 5: Artikel Nieuwsbrief	
	Bijlage 6: Template Event Kalender	
	Bijlage 7: Feedback Formulier	

1. Inleiding

YMCA Nederland (verder “YMCA”) is een jongerenorganisatie met een sterke basis vanuit het verleden en met een blik op de toekomst. Respect voor de medemens en het milieu staan al vanaf het begin centraal. Om te blijven groeien als instelling is het belangrijk om te kijken naar wat die continuïteit waarborgt, waarbij YMCA maatschappelijke verantwoording kan blijven nemen en in de kern succesvolle activiteiten en kampen voor jongeren kan blijven organiseren.

In het kader van de huidige tijdsgeest en behoeften vanuit de samenleving en het milieu gaat YMCA zich daarom meer richten op duurzaamheid. Dit zal worden gedaan aan de hand van de duurzaamheidsdoelstellingen, opgesteld vanuit de Verenigde Naties (de *Sustainable Development Goals* - *SDG's*). Wij als team van vier SDG trainees hebben ons gebogen over het vraagstuk: hoe kunnen de SDG's YMCA Nederland versterken in hun doel om een duurzamere organisatie te worden?

Dit project borduurt voort op een eerder onderzoeksrapport van Louise Veldhuizen. Uit dit rapport kwamen drie SDG's naar voren, namelijk goede gezondheid en welzijn (SDG 3), ongelijkheid verminderen (SDG 10) en partnerschappen om doelstellingen te bereiken (SDG 17). Wij misten daarbij nog een SDG die meer gericht is op de natuur en hebben daarom “Verantwoorde consumptie en productie” (SDG 12) daaraan toegevoegd. Deze vier SDG's zijn de focus van dit project.

1.1 SDGs vertaald voor YMCA Nederland

Een goede gezondheid is essentieel voor een duurzame ontwikkeling van elk mens. Dat heeft betrekking op zowel de mentale als fysieke gezondheid. Daarom is het belangrijk dat alle kinderen bij YMCA Nederland zich lekker in hun vel voelen, gezond te eten krijgen en actief meedoen met de activiteiten. Initiatieven als de #ikbenopen-campagne, samen buiten spelen en gezonde maaltijden spelen hierin een grote rol. Zo helpt YMCA mee aan de goede gezondheid en het welzijn van elk kind.

Binnen YMCA Nederland staat gelijkheid centraal, elk kind mag op kamp en bij elke club, en moet evenveel kunnen genieten van de activiteiten. Dat betekent dat er geen plaats is voor discriminatie en dat we ervoor zorgen dat elk kind zich welkom voelt, ongeacht religie, afkomst of handicap. Dit geldt dus ook voor de kinderen met een migratieachtergrond, kinderen met diabetes, kinderen met een ontwikkelingsstoornis en voor kinderen uit gezinnen met een minimum inkomen. Zo zijn de kampen en club inclusief ingericht en wordt mentale en sociale groei voor iedereen gestimuleerd door middel van spelen, samenwerken en plezier hebben.

Als organisatie vinden wij het belangrijk dat al onze leden en partners bewust omgaan met wat de planeet ons geeft. Daarom willen we de locaties en activiteiten gaan inrichten op zo'n manier dat het milieu een grotere rol gaat spelen. Middels een koffertje met actiepunten geven we elke YMCA-locatie de handvatten om duurzamer te functioneren, om zo de CO2-

voetafdruk te verlagen en elk kind te inspireren om efficiënter en zuiniger met de natuurlijk hulpbronnen om te gaan. In de praktijk komt dat neer op bijvoorbeeld minder voedselverspilling, lokale ingrediënten, meer recyclen, en meer duurzame energie. Hierbij motiveren we de jeugdbegeleiders, jongeren en kinderen met een groen hart anderen om ook verantwoorde keuzes te maken.

Bij YMCA Nederland vinden we sterke relaties met elkaar belangrijk, enerzijds tussen de locaties en vrijwilligers onderling, anderzijds tussen ons als organisatie en de externe partners. Denk bij dat laatste aan de locatie-eigenaren, donateurs, gemeenten en anderen waarmee wij samenwerken. Daarom gaan wij ons in de komende jaren richten op het versterken van deze banden. We willen collaboratie tussen de locaties stimuleren middels het uitwisselen van ideeën en het delen van activiteiten en doelen. Ook met onze externe partners gaan we ons richten op standvastige samenwerkingen, zodat zij YMCA Nederland kunnen bijstaan in het vervullen van de missie en visie met betrekking tot duurzaamheid. De ambitie is dat we elkaar versterken en zo de allerleukste kampen en activiteiten kunnen organiseren voor elk kind.

Uit de vertaling blijkt dat YMCA onbewust al best ver is met het toepassen van een aantal SDG's. De kernwaarden van de organisatie sluiten naadloos aan op wat we willen bereiken. Door als jongerenorganisatie bezig te zijn met duurzaamheid zorgen we ervoor dat we ook een mooie wereld door kunnen geven aan deze nieuwe generatie. Met dit in het achterhoofd willen we de clubs en partnerorganisaties mee krijgen om ook enthousiast te worden over duurzaamheid. Door YMCA op de kaart te zetten als duurzame jongerenorganisatie kunnen er nog meer mensen worden aangetrokken. Zowel om mee te doen aan de kampen als om YMCA te steunen d.m.v. fondsen.

1.2 De drie pijlers

Om de SDG's binnen de organisatie te implementeren hebben we verschillende tools ontwikkeld en uitgewerkt die ervoor zorgen dat duurzaamheid op meerdere vlakken wordt meegenomen binnen de organisatie. Hierbij is er gewerkt aan de volgende drie pilaren:

1. Actiepunten voor de locaties
2. Training voor de vrijwilligers
3. Communicatie binnen en buiten de organisatie

Het doel van de eerste pilaar, actiepunten, is om concrete tools aan te reiken die de clubs gemakkelijk in de praktijk kunnen implementeren. De tweede pilaar, training, is bedoeld om jeugdbegeleiders het belang van duurzaamheid bij te brengen en hen te engageren om deze duurzame doelstellingen al spelenderwijs mee te nemen in hun interactie met de jongeren. De laatste pilaar, effectieve communicatie, zal als rode draad door de organisatie lopen en vervolgens ook als tool worden ingezet om te werken aan de naamsbekendheid van de organisatie.

Dit rapport geeft een weergave van onze analyse van YMCA vanuit de SDG's, welke doelstellingen het beste passen bij de organisatie, hoe deze geïmplementeerd kunnen worden en praktische aanbevelingen voor hoe de SDG's op termijn kunnen gaan leven binnen het

alledaagse beleid. De focus ligt hierbij op praktische veranderingen voor YMCA locaties, communicatie binnen de organisatie en bewustwording van duurzaamheid onder de jeugdbegeleiders. YMCA Nederland kan de voorgestelde oplossingen en aanbevelingen opnemen in het meerjarenbeleidsplan en deze gedurende de komende jaren implementeren.

Onderzoeksvraag

Hoe kan YMCA Nederland duurzamer worden, met behulp van de SDG's, zodat zorg voor welzijn en het milieu succesvol geïmplementeerd kunnen worden in lijn met de missie en visie van de organisatie?

2. Methode

Wanneer iets nieuws wordt geïmplementeerd in een organisatie is het belangrijk om zoveel mogelijk stakeholders te betrekken bij het project en de uitkomsten. De focus lag bij de opzet van dit project vooral op een *bottom-up approach*. Het doel was om zoveel mogelijk input te verzamelen van YMCA'ers, waarbij we de wensen van de vrijwilligers en jeugdbegeleiders extra in acht wilden nemen. Dit omdat de tools die we ontwikkelden praktijkgericht zijn en uiteindelijk door de YMCA'ers zelf gebruikt gaan worden.

Aan de hand van verschillende onderzoeksmethodes en input zijn wij tot inzicht gekomen waar we YMCA Nederland in kunnen ondersteunen op het gebied van de SDG's:

1. Stage-onderzoek Louise Veldhuizen: hierin werd aangegeven dat de SDG's 3, 10 en 17 het beste bij de organisatie zouden passen. Na het lezen van het onderzoek waren wij het daarmee eens, en hebben ons werk hierop voortgeborduurd door o.a. deze 3 doelstellingen als focus te houden.
2. Interviews YMCA medewerkers: wij hebben met verschillende medewerkers en vrijwilligers gesproken om meer inzicht te krijgen in de organisatie (opstelling, geschiedenis, werkwijze, ...). De focus lag hierbij op YMCA Nederland, maar we hebben ook ideeën uit de internationale context meegenomen.
3. SWOT-analyse: een analyse waarbij we hebben gekeken naar de sterke en zwakkere kanten van de organisatie, alsook waar de mogelijkheden en valkuilen liggen op dit moment (bijlage 1). Hieruit kwamen een aantal onderwerpen naar voren die, mits ze gestructureerd worden getackeld, opgelost kunnen worden en de organisatie kunnen versterken.
4. Focusgroep: een interactieve avondsessie van een uur waarin we in gesprek wilden met een gevarieerde YMCA groep (incl. bestuur, vrijwilligers en jeugdwerkadviseurs). Het doel was om meer inzichten te krijgen in hoe de organisatie op dit moment naar duurzaamheid kijkt en hoe de groep er tegenover stond om dit te implementeren binnen YMCA Nederland. Wegens te weinig aanmeldingen is de focusgroep niet doorgegaan.
5. Enquête: in opvolging van de focusgroep hebben we een online enquête uitgezet om dezelfde vragen te stellen als in de focusgroep. Helaas hadden we ook hier niet genoeg input om mee te nemen in het rapport.
6. Contact overige instellingen: we hebben verschillende instanties gecontacteerd die gespecialiseerd zijn in trainingen m.b.t. de SDG's. Het idee was om te kijken naar mogelijkheden voor potentiële partnerschappen en gerichte materialen om de boodschap van de SDG's duidelijk over te brengen binnen de organisatie.

In het volgende onderdeel van dit rapport worden de drie pijlers belicht. Per pijler zal besproken worden op welke wijze deze bijdraagt aan het succesvol implementeren van de SDG's binnen de organisatie.

3. PIJLER 1: Actiepunten

3.1 Aanleiding

YMCA Nederland wilt graag de duurzame ontwikkelingsdoelen implementeren in haar organisatie. Dit gaat om SDG 3, 10, 12 en 17. Echter ontbreekt er nog de kennis en mankracht om een plan te ontwikkelen waarin staat hoe zij deze ontwikkelingsdoelen in de praktijk kan brengen. Het doel van deze pijler was daarom om een toolkit te ontwikkelen met actiepunten waarmee YMCA Nederland en de 34 aangesloten clubs en organisaties de SDG's in de praktijk kunnen brengen. Deze toolkit met 30 concrete actiepunten bestaat uit een koffer in posterformaat en bijbehorende folder met een complete set aan actiepunten die de locaties zal helpen om van YMCA, binnen een periode van tien jaar, een duurzame organisatie te maken. De actiepunten sluiten aan bij de volgende vier SDG's:

- SDG 3: Goede gezondheid en welzijn
- SDG 10: Ongelijkheid verminderen
- SDG 12: Verantwoorde consumptie en productie
- SDG 17: Partnerschappen om doelstellingen te bereiken

3.2 Wat doet YMCA Nederland al?

Naar aanleiding van onze onderzoeken, onze gesprekken met verschillende vrijwilligers binnen de organisatie en ons bezoek aan een aantal locaties kwamen wij tot de conclusie dat YMCA al goed op weg is als het gaat om het toepassen van duurzame ontwikkelingsdoelen in de organisatie.

Als we kijken naar SDG 3 (Goede gezondheid en welzijn), blijkt dat er op de verschillende kamplocaties van YMCA, zoals Leusden, al zoveel mogelijk wordt geprobeerd om gezonde maaltijden aan te bieden aan de groepen die er komen. Ook als het gaat om mentale gezondheid wordt er al het één en ander georganiseerd. Zo besteedt YMCA met de campagne #IkBenOpen zowel nationaal als internationaal aandacht aan de mentale gezondheid van jongeren en worden er aan vrijwilligers trainingen gegeven over hoe zij het beste kunnen omgaan met pesten.

Ook voor SDG 10 (Ongelijkheid verminderen) wordt er door YMCA veel gedaan. Dit komt duidelijk naar voren in de zomerkampen die YMCA elk jaar organiseert voor kinderen en jongeren van 6 t/m 18 jaar. Het motto luidt 'Ieder kind met vakantie' en dit wordt ook echt gerealiseerd. Zo worden er naast gewone kampen ook kampen georganiseerd voor kinderen die het niet zo breed hebben, kinderen van vluchtelingen of kinderen die extra begeleiding nodig hebben vanwege een ziekte of handicap. Bij YMCA wordt geen onderscheid gemaakt tussen kinderen met verschillende afkomst, etniciteit, religie of handicap.

Als we doorgaan naar SDG 12 (Verantwoorde consumptie en productie) dan wordt al snel duidelijk dat YMCA ook op dit gebied al het één en ander aan het doen is. Op meerdere locaties in het land wordt al bewuster omgegaan met het milieu door bijvoorbeeld geen

wegwerp plastic meer te gebruiken, afval zoveel mogelijk te scheiden, door voedselverspilling tegen te gaan en door zuiniger om te gaan met water.

Op het gebied van SDG 17 (Partnerschappen om de doelstellingen te bereiken) zien we bij YMCA dat er al enige vormen van samenwerking plaats vinden. Zo vinden er op internationaal niveau uitwisselingen plaats tussen zowel vrijwilligers als jongeren naar één van de 120 landen waar YMCA actief is. Op lokaal gebied wordt er met de kampen juist weer samengewerkt met bepaalde organisaties, zoals VluchtelingenWerk Nederland en de Diabetesvereniging.

Dit zijn allemaal voorbeelden die aangeven dat de clubs en organisaties van YMCA Nederland al goed op weg is naar het behalen van de duurzame ontwikkelingsdoelen. Maar er kan natuurlijk nog veel meer gedaan worden.

3.3 Wat kan YMCA nog meer doen?

Ondanks dat YMCA Nederland al veel doet om een duurzame organisatie te zijn, is er altijd meer mogelijk. De hierboven genoemde voorbeelden laten ruimte voor nog veel meer mogelijkheden om YMCA nog duurzamer te maken. Als het gaat om SDG 3, 10 en 12 dan zijn er veel aspecten waarin YMCA kan bijdragen aan duurzaamheid. Omdat het een organisatie is die zich vooral richt op kinderen en jongeren ligt er voor de organisatie een hele mooie kans om deze doelgroep te betrekken bij het proces van verduurzaming. Door verschillende actiepunten in de activiteiten voor kinderen en jongeren te verweven leren ook zij hoe ze kunnen bijdragen aan een betere wereld. Zo kunnen er bijvoorbeeld activiteiten georganiseerd worden waarin samenwerken centraal staat en waarbij kinderen kunnen leren van elkaars verschillen. Door samen met jongeren te koken leren zij over gezonde voeding, de waarde van bepaalde voedingsbronnen en over de schade van het verspillen van voedsel.

Ook op het gebied van SDG 17 (Partnerschap om doelstellingen te bereiken) zijn er voor YMCA mogelijkheden om te verbeteren. Dit kunnen zowel interne als externe partnerschappen zijn en lopen uiteen van samenwerking op lokaal tot internationaal niveau. Omdat YMCA een grote organisatie is waarbij veel clubs zijn aangesloten verdeeld over heel Nederland, is het belangrijk dat er goed samengewerkt wordt tussen zowel het hoofdbestuur van YMCA Nederland en de bijbehorende clubs, alsook de clubs onderling. Een goede communicatie draagt hiertoe bij. Daarom hebben wij in de actiepunten ook een aantal aanbevelingen toegevoegd voor de interne en externe communicatie. In Pijler 3 wordt uitgebreid ingegaan op een communicatieplan voor YMCA Nederland.

3.4 Praktische oplossingen

3.4.1 Duurzaamheidskoffer

Alle actiepunten die helpen bij het behalen van SDG 3, 10, 12 en 17 zijn verwerkt in deze koffer (bijlage 2) Het idee is dat elke locatie een eigen poster en folder krijgt, zodat ze elk jaar kunnen werken aan de volgende stap. De koffer bestaat uit vijf verschillende fases die lopen van het jaar 2022 tot aan het jaar 2030. Het is daarbij de bedoeling dat in 2030 alle actiepunten uit alle fases behaald zijn. Elke fase bestaat uit een aantal actiepunten. De reden dat wij dit hebben opgedeeld in fases is zodat dit een duidelijke structuur geeft aan de opbouw van de verschillende punten. Op deze manier kunnen de clubs zich focussen op de actiepunten uit de fase waarin zij zich bevinden. In de actiepunten zit daarnaast ook nog opbouw qua moeilijkheid. Zo begint het met fase 1, waarin de actiepunten nog vrij makkelijk uitvoerbaar zijn en loopt dit op tot meer uitdagende actiepunten in fase 5.

Fases 1 en 2 hebben zeven actiepunten, fases 3 heeft er zes en fases 4 en 5 hebben er vijf. Dat betekent dus dat in elke fase verschillende punten uit verschillende SDG's naar voren komen. Dat betekent dat er bijvoorbeeld in fase 1 zowel actiepunten staan die te maken hebben met SDG 3 als met actiepunten voor SDG 10, 12 en 17. Als er een actiepunt behaald is kan deze worden afgevinkt. Let wel, deze punten zijn een indicatie en natuurlijk staat elke club vrij om duurzaamheidsmaatregelen te nemen die het beste bij hen passen. Zo moet er natuurlijk rekening gehouden worden met het feit dat niet elke club dezelfde financiële middelen tot haar beschikking heeft om alle actiepunten uit te voeren.

De volgende punten komen aan bod:

- Fase 1: Geen gebruik van wegwerp plastic, afval scheiden, gezonde snacks, water in plaats van frisdrank, samenwerkingsactiviteiten, jaarlijkse bijeenkomst YMCA Nederland, jaarlijks feedbackmoment van de locatie naar het hoofdbestuur.
- Fase 2: Regenwater hergebruiken, activiteiten in de natuur, groenten bij de maaltijd, vegetarische maaltijden, geen voedselverspilling, multiculturele activiteit, ideeënuitswisseling tussen de clubs in het land.
- Fase 3: Isolatie clubgebouw, duurzame verlichting, project mentale gezondheid, les gezonde voeding en gezond koken, samen koken, jaarlijkse uitwisseling.
- Fase 4: Groene stroom, eigen moestuin, biologische en vegetarische maaltijden, jongeren als vrijwilliger, jaarlijkse lokale samenwerking.
- Fase 5: Energieneutrale locatie, jaarlijkse boomplantdag, week van de gezondheid, buitenlandse uitwisseling, internationaal vrijwilligersbezoek.

3.4.2 Folder

Om alle actiepunten te verduidelijken hebben wij een folder (bijlage 3) gemaakt waarin alle punten extra worden toegelicht. In de binnenkant van de folder staan alle fases nogmaals op een rij met daarbij de actiepunten toegevoegd. Achter elk actiepunt staan een uitleg, het belang van deze actie en een aantal tips. Bij de koffer horen ook spelregels, die vermeld staan op de folder. In de spelregels staat uitleg over de actiepunten, hoe er met de verschillende fases kan worden omgegaan en over hoe de voortgang kan worden bijgehouden. Alle regels zijn essentieel voor het efficiënt implementeren van de duurzaamheidsdoelen. De folder geldt dus als verduidelijking van de implementatie, maar wij zijn ons ervan bewust dat elke locatie andere behoeften en mogelijkheden heeft en dat de actiepunten daarom niet voor iedereen van toepassing zijn. Wel is het de bedoeling dat deze

praktische maatregelen dienen ter inspiratie, zodat elke locatie aangezet wordt om, op wat voor manier dan ook, duurzame verandering te brengen.

4. PIJLER 2: Trainingen

4.1 Aanleiding

De tweede pijler waarop het advies naar YMCA Nederland gebaseerd is omvat een kortstondige training van de vrijwilligers en/of betrokken bij de jeugdkampen. Waar pijler 1 zich richt op het verbeteren van de locaties op de korte en middellange termijn focust pijler 2 zich meer op de lange termijn. Het plan is namelijk om de vrijwilligers een gerichte training over duurzaamheid te geven, opdat zij deze kennis weer kunnen delen met alle kinderen die meedoen aan de zomerkampen en andere YMCA activiteiten. Het idee ontstond vanuit de gedachte dat er jaarlijks ruim 30.000 kinderen meegaan op een kamp van YMCA Nederland, maar ook omdat nieuw aangenomen vrijwilligers altijd een training ondergaan voordat zij een kamp kunnen begeleiden, en omdat er het hele jaar door trainingen zijn over uiteenlopende onderwerpen.

Door in de al bestaande introductietraining een onderdeel over duurzaamheid te passen, leren de begeleiders meer over dit onderwerp, waarna zij deze kennis, vergelijkbaar met het sneeuwbaaleffect, kunnen overdragen. Op deze manier leren jaarlijks 30.000 kinderen over duurzaamheid. Kennis die hun zal vormen tijdens de opvoeding, maar die zij ook weer kunnen delen met hun ouders, vrienden en klasgenoten op school. Daarom mogen zowel het bereik, alsook het belang van deze trainingen niet onderschat worden.

4.2 Opzet van de duurzaamheidstraining

Het doel van de training is om alle betrokkenen binnen de YMCA te vertellen over duurzaamheid. Aangezien duurzaamheid een vrij breed begrip is en vaak verschillend geïnterpreteerd wordt, zal de nadruk tijdens de training liggen op de samenhang van de SDG's met de YMCA. Ofwel, welke onderdelen uit de vier eerdergenoemde SDG's zijn relevant voor de YMCA en hoe kan dit geïntegreerd worden in de YMCA cultuur. Daarvoor moet de training een open discussie zijn waarin betrokkenen samen erachter komen hoe duurzaamheid het best haar plek vindt binnen de YMCA.

Belangrijk om te vermelden is dat er twee trainingssessies zijn opgesteld: Ten eerste een training voor de vrijwilligers die de kampen begeleiden maar ook een aparte sessie voor het bestuur van elke YMCA club. Belangrijk is het namelijk om ook binnen het bestuur van elke club een open discussie te hebben over welke duurzame initiatieven het best en snelst geïmplementeerd kunnen worden. Dit aangezien het bestuur uiteindelijk over de besluitvorming gaat.

Het oorspronkelijke plan was om de training op te stellen met input van de kampbegeleiders en vrijwilligers, de zogenaamde *bottom-up* manier. Dit omdat we ernaar streven dat vrijwilligers openstaan voor de kennis over duurzaamheid, en omdat we draagvlak wilden

creëren om de training te volgen, zodat deze daarna doorgegeven kan worden aan elkaar. Helaas kregen wij niet de gewenste hoeveelheid input vanuit YMCA om *bottom-up* de trainingen vorm te geven.

Wel hebben wij het geluk gehad dat wij kennis mochten maken met Jonathan van Varik, enthousiaste vrijwilliger van YMCA. Ten eerste hebben wij een training over “pesten en plagen” van Jonathan bij mogen wonen. Gezien de ervaring van Jonathan heeft het format van deze training de basis gegeven voor onze training over duurzaamheid. Ten tweede heeft Jonathan ons nog de gewenste feedback gegeven over een eerste versie van de duurzaamheids training, zodat er toch input vanuit YMCA was tijdens het in elkaar zetten van de training.

De training voor de vrijwilligers bestaat uit een powerpoint van 15 slides die in zo’n 45 minuten behandeld kan worden, afhankelijk van de tijd die aan het discussiëren besteed wordt. De dialoog tussen de vrijwilligers staat centraal in de training. We willen met de training mensen aan het denken zetten en inspireren om duurzame activiteiten toe te passen tijdens de activiteiten en jongerenkampen. De training bestaat daarom uit open vragen aan de vrijwilligers om te kijken wat ze al over duurzaamheid weten en hoe ze er tegenover staan, zodat ze meer kunnen leren over wat duurzaamheid is. Vervolgens worden de *SDG’s* en de *triple bottom line* uitgelegd.

4.2.1 Triple bottom line

De aanzienlijke hoeveelheid theorie die achter de *SDG’s* schuilgaat vonden wij in de context van deze training van minder belang. Belangrijker is dat de vrijwilligers de samenhang inzien van de *triple bottom line*, ofwel “*People Planet & Profit*”. Het beginsel van een duurzame handeling of activiteit is namelijk dat dit de (sociale) belangen van de mensen en de planeet in acht neemt. Vervolgens is het even zo belangrijk dat deze activiteit op termijn winstgevend is. Zo is de activiteit toekomstbestendig gemaakt.

Belangrijker om te noemen is dat de YMCA in aanmerking komt voor een extra aantal subsidiefondsen wanneer duurzaamheid meer geïntegreerd wordt in het beleid en de uitvoering van de activiteiten. Er moet dus nadruk gelegd worden dat het in het belang is van YMCA om duurzaamheid te omarmen, zodat er meer fondsen beschikbaar komen, waardoor de kwaliteit van de kampen nog meer verhoogd kan worden en er meer kinderen mee kunnen. Hiervoor hebben we ook het enthousiasme van de vrijwilligers nodig, iets wat we met deze training proberen aan te wakkeren.

4.3 Weerstand

Het is geen vreemd verschijnsel om weerstand tegen verandering tegen te komen in een organisatie waar dingen al jaren op dezelfde manier gebeuren. Ook bij YMCA Nederland is het een uitdaging om alle club en vrijwilligers te overtuigen van de noodzaak om gezamenlijk de duurzame weg in te slaan. Daarom is het een goed idee om rekening te houden met enige

weerstand tijdens de training. Belangrijk is om juist de ruimte te laten voor de discussie en door vragen erachter te komen waarom er tegenstand is. Vervolgens is de laatste stap om deze persoon in te laten zien dat duurzaamheid in lijn is met de missie en visie van YMCA, maar ook een essentieel onderdeel is van de toekomst van YMCA Nederland. Kortom, goede communicatie over het nut van een training en daarbij het nut van duurzaamheid zal een groot deel van de weerstand weg kunnen halen.

4.4 Vervolgstep

Belangrijk is dat de trainingen die door ons zijn opgesteld overgedragen worden naar verantwoordelijken en het trainingshuis binnen YMCA. [De powerpoint is dusdanig interactief opgezet dat vrijwel elke vrijwilliger in staat zal zijn om deze training te geven en er tevens zijn of haar eigen draai aan te geven.](#)

[Er ~~Hier~~ is reeds contact ~~over~~ geweest met de communicatieverantwoordelijke binnen de YMCA over het vervolg van de duurzaamheidsstraining.](#) Hierdoor hebben wij het vertrouwen dat het bestuur van elke club de powerpoint over duurzaamheid zal doornemen maar ook dat vrijwilligers de tools krijgen aangeboden om duurzaamheid daadwerkelijk te implementeren bij alle activiteiten. Het is, nogmaals, van essentieel belang dat dit gebeurt voor de toekomstbestendigheid van de YMCA. Hierdoor kan het plezier van de kinderen nu maar ook de toekomstige generaties gegarandeerd worden.

5. PIJLER 3: Communicatie

5.1 Aanleiding

Voor de laatste pijler, en misschien wel de meest belangrijke, zijn we gedoken in de communicatie. Communicatie is een van de belangrijkste aspecten binnen elke organisatie en het kan op veel manieren ingezet worden. Naast dat het een verbindend effect heeft (interne communicatie), is het ook een middel om naar buiten toe meer naamsbekendheid te creëren (externe communicatie). Wanneer je als organisatie je sterke punten naar buiten kan brengen, kan dit op termijn mogelijk leiden tot meer fondsen. Voor dit project is communicatie ook onderverdeeld in drie delen:

- Interne communicatie
- Externe communicatie
- Fondsenwerving

YMCA Nederland heeft uitgesproken zich in te willen zetten voor duurzaamheid. Communicatie is de tool die zal helpen om dit als rode draad door de organisatie te laten lopen en is nodig om meer draagvlak te kunnen creëren voor het thema.

Hoewel het doel van dit project is om door middel van communicatie duurzaamheid te implementeren binnen YMCA, heeft het tevens als positief bij-effect dat het de algemene communicatie zal helpen versterken. Oftewel, communicatie is een belangrijk punt dat ook buiten duurzaamheid de benodigde aandacht verdient.

Uiteraard gaat er de nodige tijd overheen voordat er een goede basis is gelegd voor de drie onderdelen van communicatie. Dit overstijgt de tijd die beschikbaar is voor dit project. Na het project zal er aan deze pijlers gewerkt moeten blijven worden, door onder andere de hieronder genoemde aanbevelingen te implementeren.

5.2 Interne communicatie

Tijdens het project lag de focus op de interne communicatie. Interne communicatie helpt om de organisatie bij elkaar te brengen en houden. Het verbindt verschillende clubs en vrijwilligers, en zorgt ervoor dat iedereen up-to-date is en op dezelfde golflengte zit. In andere woorden, goede interne communicatie maakt een organisatie sterker. Pas als deze basis goed is gelegd kan er verder worden gewerkt aan externe communicatie.

Uit gesprekken is naar voren gekomen dat de communicatie tussen de clubs en YMCA als overkoepelend orgaan aangescherpt kan worden. De individuele clubs dragen wel de naam van YMCA, maar ze hebben een eigen bestuur die besluiten maakt over de uiteindelijke organisatie van de lokale club. Het is daarom van belang dat er rekening gehouden wordt met de autoriteit van alle clubs, waardoor een *bottom-up* approach beter van toepassing is. Een

groot deel van de weerstand tegen verandering kan voorkomen worden door samen met de clubs te werken aan het ontwikkelen van de organisatie.

Een van de belangrijkste oorzaken van het interne communicatie probleem is dat het “wij-gevoel” van de clubs ontbreekt. Men voelt zich geen onderdeel van het grotere plaatje. Daarom zal dit plan niet alleen focussen op communicatie met betrekking tot duurzaamheid, maar ook meer algemeen om de clubs met elkaar te verbinden en met het hoofdkantoor. Het doel is dat alle clubs zich verbonden voelen met de missie en visie van de organisatie en dat zij vanuit dat oogpunt mee willen werken aan de verduurzaming van hun eigen club. Met de interne communicatie wordt het draagvlak hiervoor gecreëerd.

5.2.1 Aanbevelingen intern draagvlak

Zoals gezegd moeten we beginnen bij de basis; de interne communicatie. Je wilt een cultuurverandering teweeg brengen waarbij het wij-gevoel versterkt wordt en waar alle clubs gezamenlijk meewerken aan een missie. Een dergelijke cultuurverandering is echter niet iets wat in een korte periode van een aantal weken opgezet kan worden. Dit kost tijd en hierin moet blijvend geïnvesteerd worden.

We raden aan om te blijven werken aan de volgende aanbevelingen:

- **Informereren**

Als je mensen wilt laten meedoen met een verandering, een nieuwe missie, dan is het van belang dat zij gedurende het gehele proces op de hoogte gehouden worden. Je wilt de clubs en vrijwilligers meenemen zodat zij meemaken hoe de plannen tot stand zijn gekomen, in plaats van dat er van hen verwacht wordt dat zij aan het einde van het traject ook even aanhaken. We stellen voor om via verschillende kanalen informatie te delen, zowel via social media als via de nieuwsbrieven en e-mails. Hierbij gaat het vooral ook om de *kracht van herhaling*.

Houdt er rekening mee dat er clubs en vrijwilligers zullen zijn die nog niet afweten van de plannen rondom duurzaamheid of überhaupt een goed beeld hebben van wat duurzaamheid betekent. Probeer in de communicatie zoveel mogelijk mensen aan te spreken. Laagdrempelige posts die met enige regelmaat geplaatst worden zullen uiteindelijk de wenselijke returns geven. Om hiermee van start te gaan hebben we een vijftal posts geschreven over de SDG's en hoe deze vertaald worden naar YMCA (bijlage 4). We stellen voor om deze posts te verspreiden over 5 weken, zodat elke week een stukje extra informatie gedeeld wordt.

Daarnaast hebben we een artikel geschreven voor in de nieuwsbrief (bijlage 5). Wanneer er al enkele social media posts gewijd zijn aan duurzaamheid zal dit mogelijk enige nieuwsgierigheid opwekken bij de leden over wat er speelt. Dit artikel zal vervolgens een aantal van deze vragen beantwoorden. Het neemt de lezer mee in de aanleiding voor dit project en geeft meer inzicht in de SDG's. Verder wordt er benadrukt dat we dit samen willen doen en dat elke club onderdeel is van het grotere plaatje.

Om het hoofdbestuur zelf, maar ook de clubs en vrijwilligers, een houvast te geven stellen we voor om een jaarlijkse YMCA Event Kalender te maken. Hierop staan de data van geplande (online) bijeenkomsten, trainingen, en een selectie van internationale duurzame dagen waar YMCA graag aandacht aan besteed. Denk hierbij aan de week van de vrijwilliger, maar bijvoorbeeld ook de mentale gezondheids awareness week, of anti-pestweek. Aandacht besteden aan dergelijke internationale dagen kan simpelweg door een korte social media post hieraan te wijden. Zie bijlage X voor een template kalender en pas deze aan met de juiste data en evenementen.

Om te zorgen dat er een algemeen aanspreekpunt is voor duurzaamheidsvraagstukken is het e-mailadres duurzaamheid@ymca.nl aangemaakt. Dit is een algemeen adres voor vragen van clubs en vrijwilligers over duurzaamheid. Om de posts en artikelen interactiever te maken kan er input gevraagd worden van de leden. Laat hen gedurende het jaar voorbeelden sturen van activiteiten, verhalen en inspiratie zodat deze ook gedeeld kunnen worden met andere clubs. Dit zal men stimuleren om van elkaar te leren.

- **Wij-gevoel versterken**

Uit gesprekken met verschillende YMCA'ers bleek dat het wij-gevoel bij de clubs vaak ontbreekt. Elke club heeft een eigen bestuur en maakt eigen plannen, maar voelt zich niet of onvoldoende verbonden met YMCA Nederland. De inzet van alle clubs is echter nodig om YMCA echt neer te zetten als een duurzame jongerenorganisatie. Iedereen maakt een belangrijk onderdeel uit van het grote plaatje; hoe klein de club ook is, bij elkaar hebben we een zeer groot bereik van kinderen.

Het wij-gevoel versterken kan op verschillende manieren. Een van de aanbevelingen die wij doen is om jaarlijkse bijeenkomsten op te zetten. Het doel van deze bijeenkomsten is om het contact tussen hoofdbestuur en de clubs te verbeteren, maar ook om clubs en vrijwilligers onderling vaker met elkaar in contact te brengen. Onder het mom "leer je mede YMCA'er kennen". Een voorstel voor bijeenkomsten is eveneens opgenomen in de template kalender (bijlage 6).

- **Feedback**

Het is belangrijk dat de vooruitgang wordt gemeten en vastgelegd. Hoewel het een extra handeling is die de clubs moeten verrichten zullen zij hier ook zeker de vruchten van plukken. Naast dat het altijd goed is voor de clubs om aan het eind van een jaar te reflecteren op hoe het ging, is dit een formeel moment waarbij men aan het hoofdbestuur aan kan geven wat zij van hen nodig hebben om volgend jaar (nog) beter te presteren. Voor het hoofdkantoor is het belangrijk om deze feedback te krijgen. Met deze informatie kan beslist worden op welke vlakken er bijgestuurd dient te worden en wat juist de sterke punten zijn. Daarnaast is de informatie uit de feedback formulieren nodig voor de terugkoppeling in het jaarverslag.

We hebben een feedback formulier opgesteld welke bestaat uit een combinatie van algemene vragen en vragen over duurzaamheid (zie bijlage 7). We stellen voor om dit formulier jaarlijks tegen het einde van het seizoen uit te sturen naar alle clubs. Het

feedback formulier zal de clubs dwingen om op een meer formele manier terug te kijken op wat er allemaal is bereikt. Stel een vaste datum vast voor wanneer de feedback formulieren binnen moeten zijn. Daarnaast stellen we voor om per club een (online) meeting op te zetten om het contact met de clubs te onderhouden en het meeste uit de feedbackformulieren te halen. De informatie uit deze formulieren kan gebruikt worden in het jaarverslag (hier gaan we in 2.3 verder op in) en bij de jaarafsluiting kunnen tevens de clubs in het zonnetje gezet worden voor hun inzet in het afgelopen jaar.

Er wordt best wat gevraagd van de clubs en haar vrijwilligers. Als beloning voor de inzet stellen we voor om een Duurzaamheids Erkenning uit te geven. Bij pijler 1 zijn we ingegaan op het duurzaamheidskoffertje welke is onderverdeeld in verschillende fases. Wanneer een club het benodigde aantal punten af heeft kunnen strepen binnen de fase van het betreffende jaar, dan komen zij als beloning in aanmerking voor een YMCA Duurzaamheids Erkenning voor dat jaar. Deze kan in de vorm van een raamsticker worden afgedrukt mét het jaartal erbij. Zo kan elke club zich elk jaar opnieuw inzetten om de erkenning sticker van dat jaar (erbij) te verdienen. Een leuke beloning die ook naar buiten toe zichtbaar is; men kan de sticker namelijk op het raam van hun clubhuis plakken. Kijk voor inspiratie voor een design bijvoorbeeld naar het Tripadvisor Certificaat van Uitmuntendheid.

- **Duurzaamheidscommissie**

Met dit project is er een eerste aanzet gedaan om het duurzaamheidstraject in te zetten. Om succes van het project te kunnen garanderen is het echter van belang dat het onderwerp duurzaamheid blijft leven binnen YMCA. YMCA is een jongerenorganisatie met uiteraard veel jonge vrijwilligers. Duurzaamheid is momenteel een hot topic, vooral onder de jongere generaties. Nieuwe vrijwilligers zullen mogelijk een nog sterkere verbinding voelen met de organisatie wanneer er duidelijk wordt ingezet op duurzaamheid en zij hier ook aan kunnen bijdragen.

Door een commissie op te zetten door en voor YMCA'ers kan er nagedacht blijven worden over nieuwe praktische ideeën, maar ook over hoe clubs met obstakels vanuit de praktijk om kunnen gaan. Doordat deze vrijwilligers vanuit heel het land kunnen komen wordt daarnaast de verbinding tussen de verschillende locaties hiermee versterkt. Een win-win voor duurzaamheid en onderlinge communicatie tussen de clubs. Deze commissie kan, samen met de communicatieadviseur, het e-mailadres duurzaamheid@ymca.nl beheren.

5.3 Externe communicatie

We willen YMCA Nederland neerzetten als een sterk merk en er is genoeg potentie om dit te doen. Het doel van externe communicatie is om meer naamsbekendheid te genereren. Wanneer duurzaamheid intern gedragen wordt kan dit ook naar buiten toe gedeeld worden: YMCA Nederland biedt duurzame activiteiten en jongerenkamp aan wat niet alleen leuk is voor de kinderen, maar ook nog eens leerzaam en bijdraagt aan de SDG's en de toekomst van de jongeren.

Voor de externe communicatie is het belangrijkste dat dit niet vooruit gaat lopen op de interne communicatie. Zorg eerst dat er intern een goede basiskennis is voordat dingen naar buiten toe gedeeld worden. Gebeurt dit niet, dan zul je clubs en vrijwilligers verliezen die zich geen onderdeel (meer) voelen van hetgeen wat extern gecommuniceerd wordt en dat is zonde. Externe communicatie dat niet gedragen wordt door de mensen van de organisatie zelf houdt geen stand.

Er zijn grofweg 3 doelgroepen waar YMCA zich op kan richten. Ten eerste heb je de jongeren zelf. Zij zijn de belangrijkste doelgroep omdat voor hen de kampen opgezet worden. De tweede doelgroep zijn de ouders van de jongeren, zij zijn tenslotte degenen die de jongeren op kamp sturen. Als laatste heb je de scholen, waar je gebruik van kunt maken om YMCA te promoten onder jongeren.

5.3.1 Aanbevelingen extern bereik

- **Duurzame slogan**

We willen YMCA neerzetten als een sterk én duurzaam merk. Hier hoort ook een goede slogan bij die dit uitdraagt en die tevens gelinkt wordt aan de activiteiten van YMCA. Met het bestuur en de communicatieadviseur zal nagedacht moeten worden over hoe YMCA Nederland vanaf nu neergezet moet worden.

YMCA Nederland - de jongerenorganisatie die staat voor een onvergetelijke tijd nu en een duurzamere wereld later...

- **Social media**

De meest laagdrempelige manier van marketing is social media. Zorg dat er een officiële YMCA Nederland Instagram pagina wordt aangemaakt waar ook regelmatig op wordt gepost. Deze pagina zal waarschijnlijk ook veel door de jongeren zelf worden bekeken. Houdt hier rekening mee bij het bedenken en maken van de posts. Maak deze pagina een blik op de kampen en zet dit zo op dat alle jongeren hier ook naartoe willen. Hoewel er waarschijnlijk meer kinderen dan ouders op instagram zitten zullen ouders ook positief getriggerd worden door een leuke, kindvriendelijke instagram pagina. Indien het te veel werk kost voor een persoon om deze instagram pagina te beheren, denk dan bijvoorbeeld aan "Instagram take-overs", waarbij je gedurende het jaar bepaalde weken de clubs het account laat beheren. Gedurende een dergelijke week kan de betreffende club/vrijwilligers foto's en filmpjes posten van hun activiteiten of jongerenkamp. De volgende week is een andere club/vrijwilliger aan de beurt. Op deze manier kunnen zowel externe als interne personen zien hoe de verschillende clubs hun programma's inrichten.

Uiteindelijk kan social media ook gebruikt worden om te communiceren over de mijlpalen die YMCA heeft bereikt, bijvoorbeeld dat er geen wegwerp plastic meer wordt gebruikt bij YMCA clubs vanaf 2023. Wanneer dergelijke uitspraken gedaan worden is het wel belangrijk dat deze niet mooier worden gemaakt dan het in werkelijkheid is, we willen 'greenwashing' voorkomen. Greenwashing is een marketingtruc waarbij een

organisatie zich groener of maatschappelijk verantwoordelijker voordoet dan zij daadwerkelijk is. Dit heeft uiteraard een slechte impact op het imago van de organisatie wanneer dit anders blijft te zijn. Ook kan men via social media op de hoogte worden gehouden waar YMCA mee bezig is, bijvoorbeeld in 2023 dat we op alle locaties regenwater willen hergebruiken. Deel de verhalen om het te laten leven en om jullie inzet te tonen.

- **Website**

Waar social media wordt gebruikt om mensen te enthousiasmeren over de activiteiten, zorgt de website ervoor dat men zich ook inschrijft voor de activiteiten en kampen. Het is dus belangrijk dat deze goed op orde is.

Veel van de informatie die op de eerste pagina staat is niet relevant voor de ouders die hun kind willen inschrijven voor een jongerenkamp of activiteit. Zet deze informatie centraal.

Als je YMCA wilt neerzetten als duurzame jongerenorganisatie verdient dit ook een prominente plek op de website. Benoem bijvoorbeeld de duurzaamheidsambitie of slogan van YMCA op de voorpagina en/of maak een duurzaamheidspagina aan op de website waarbij YMCA vertaling van de 4 SDG's wordt toegelicht en met een overzicht waar YMCA nu is met het toepassen hiervan.

- **Nieuwsbrief**

Maak een externe nieuwsbrief waar iedereen zich voor kan aanmelden. Aanmelden kan bijvoorbeeld via een inschrijfformulier op de website, of als optie wanneer iemand zich aanmeldt voor een activiteit of kamp. Met deze nieuwsbrief kan men op de hoogte gehouden worden van de ontwikkelingen binnen YMCA Nederland. Voor de start van het seizoen kan een nieuwsbrief gebruikt worden om de aankomende activiteiten en jongerenkampen te promoten. Aan het einde van het seizoen kan de nieuwsbrief gebruikt worden om een beeld te geven van wat er allemaal is gedaan en een “blik in de keuken” geven bij verschillende clubs.

Het maken van een nieuwsbrief zal de organisatie extra tijd vergen. Het bovenstaande kan ook samengevat worden in één nieuwsbrief waarin zowel terug- als vooruitblik wordt.

5.4 Fondsenwerving

Voorgaande punten komen uiteindelijk samen in fondsenwerving. Om zoveel mogelijk jongeren te kunnen bereiken en een mogelijkheid te bieden om te komen, ook wanneer de financiële middelen van de ouders dat niet zouden toelaten, zijn natuurlijk fondsen nodig.

Momenteel is er geen sprake van structurele overheidssubsidies. YMCA krijgt vooral giften en donaties, maar dit is geen vaste inkomstenbron. Kansen liggen hier bij de SDG implementatie, wanneer YMCA zich hierin beter profileert.

5.4.1 Aanbevelingen fondsenwerving

- **Jaarverslag**

Een jaarverslag is natuurlijk een belangrijk middel om intern te kunnen meten waar jullie staan. Maar een jaarverslag kan nog op veel meer manieren worden ingezet als het goed inricht wordt.

Wees transparant in de doelstellingen, zet de lat net iets hoger en toon aan dat er ook echt aan gewerkt wordt en dat er vooruitgang is geweest in het afgelopen jaar.

Doordat de duurzaamheidskoffer is ingedeeld in fases kan er gemakkelijk worden bijgehouden in welke fase de clubs zitten, of de jaardoelen zijn bereikt en waar de focus gelegd moet worden om nog een stapje verder te gaan in het komende jaar. Deze informatie wordt verkregen uit het jaarlijkse feedbackformulier dat elke club moet invullen. Met een vooruitstrevend, goed onderbouwd en eerlijk jaarverslag kunnen vervolgens nieuwe fondsen worden aangetrokken.

- **Efficiënt omgaan met gebouwen**

Een deel van de clubs maakt gebruik van eigen gebouwen. Aangezien het activiteiten seizoen niet het hele jaar doorloopt staan deze deels leeg wat zonde is. Kunnen deze gebouwen buiten het seizoen ingezet worden voor andere doeleinden? Dit kan bijvoorbeeld door te zoeken naar partnerschappen met organisaties die de ruimtes buiten het seizoen goed kunnen gebruiken. Dit kan zorgen voor een (gedeeltelijke) financiële dekking voor het daaropvolgende seizoen.

- **Subsidies**

Er zijn niet veel fondsen die expliciet refereren naar de SDG's. Wel zijn er verschillende duurzaamheidsfondsen. Voor [Pure Energie Fonds](#) is het belangrijk dat het project ook bijdraagt aan het sociaal-maatschappelijke component. Aanvragen van steun kan via info@pure-energiefonds.nl. [Stichting DOEN](#) van de Goede Doelen Loterijen ontvangt ieder jaar een bepaald bedrag wat wordt besteed aan initiatieven van organisaties binnen een drietal thema's: groen, sociaal en creatief. Ieder thema bestaat uit een aantal programma's.

Om hiervoor in aanmerking te komen zal externe communicatie over de duurzaamheidsinitiatieven van YMCA Nederland helpen. Deze subsidies zijn echter veelal gekoppeld aan specifieke projecten en betreffen geen langdurige samenwerkingen. Op termijn kan de volgende stap voor YMCA zijn om te onderzoeken hoe een specifieke duurzaamheidsuitdaging in een projectvorm gegoten kan worden en daarmee gekoppeld kan worden aan een een van de genoemde stichtingen. Het thema energietransitie sluit hierbij mogelijk het meeste aan bij de duurzaamheidsfondsen en de actiepunten van YMCA. Dit kan een mooie aanvulling zijn wanneer de clubs aan fase 4 van het duurzaamheidskoffertje moeten beginnen (groene stroom en het jaar daarop energie-neutrale locaties).

Mogelijk kan YMCA ook gebruik maken van andere subsidies. Subsidiebureau Nederland biedt op hun [website](#) een quickscan fondsen en subsidies aan voor non-profit organisaties. Door deze in te vullen zal er een inschatting gemaakt worden voor welke subsidies YMCA in aanraking kan komen.

- **Partnerschappen**

Voordat er andere organisaties benaderd kunnen worden voor strategische relaties is het belangrijk om een aantal punten duidelijk uit te werken. Namelijk waarom nemen we contact op met deze organisatie, welke boodschap willen we overbrengen en hoe kan deze organisatie ons hierbij helpen, wat heeft YMCA Nederland te bieden aan deze organisatie (what is in it for them?) en komen de kernwaarden van beide organisaties overeen?

Om het meeste uit een partnerschap te halen zal gekozen moeten worden voor een organisatie met een groter bereik maar met dezelfde kernwaarden. Denk bijvoorbeeld aan de volgende organisaties:

- Linda Foundation: zij zetten zich in voor gezinnen met kinderen die zich in een financieel benarde positie bevinden, wat eveneens een van de doelgroepen is van YMCA Nederland. Deze partnership zal kunnen gaan om het verkrijgen van meer naamsbekendheid, bijvoorbeeld wanneer zij een post plaatsen over YMCA Nederland. Mogelijk kan het partnerschap nog wat verder gaan wanneer er mogelijkheden zijn om via Linda Foundation jongeren uit te kunnen nodigen voor de jongerenkampen of activiteiten.
- Oranje Fonds: Het Oranje Fonds steunt het hele jaar door sociale projecten die mensen stap voor stap uit de armoede helpen. Daarnaast verstrekken zij financiële middelen aan stichtingen en verenigingen ter versterking van de sociale kant van de samenleving.
- Tenslotte zijn er de scholen. Scholen organiseren geregeld uitjes of kampen voor hun leerlingen. Is hier mogelijk een rol weggelegd voor YMCA? Het promoten van de organisatie via scholen biedt de mogelijkheid om nieuwe jongeren te werven om ook buiten school een activiteit of jongerenkamp van de YMCA bij te wonen. Partnerschappen met scholen kan ook onder ouders leiden tot meer naamsbekendheid. Naamsbekendheid is de eerste stap die vervolgens kan leiden tot meer fondsen.

6. Bonuskoffer

Om de vrijwilligers nog enthousiaster te maken voor het halen van de duurzaamheidsdoelen hebben we een speciale bonuskoffer ontworpen die hen hierbij kan helpen. De koffer zal in een beperkte oplage van 5 stuks beschikbaar gemaakt worden voor alle 34 aangesloten clubs van YMCA, bemiddeld door een aantal jeugdwerk coördinatoren die langsgaan bij de verschillende locaties. In de koffer zit een variëteit aan originele en interactieve middelen die gaan over de SDG's en over YMCA. De eerste twee onderdelen die te vinden zijn in deze koffer is de poster met de actiepunten en de bijbehorende folder zoals uitgewerkt onder Pijler 1. Op deze manier kunnen de vrijwilligers deze nog eens bekijken. Vervolgens zitten er in de koffer ook een aantal nieuwe dingen, zoals kaartjes met de vier SDG's waar YMCA Nederland zich op zal focussen. Daarbij staat een uitleg op de achterkant van elk kaartje over wat deze SDG betekent voor YMCA. Daarnaast zit er in de koffer een pakketje met leuke quizvragen die gaan over duurzaamheid, de SDG's en over YMCA zelf. Dit is een leuke en leerzame manier om meer te weten te komen over duurzaamheid. Verder zit er een leuke kwartet in de koffer. Op deze kwartet staan een aantal actiepunten voor YMCA uit de poster onderverdeeld

over de vier SDG's. Als laatste zal de koffer ook nog een doosje met makkelijke en lekkere recepten bevatten. Deze recepten zijn eenvoudig en goedkoop om te maken en daarom zeer geschikt voor grote groepen.

Het doel deze fysieke koffer is om de vrijwilligers op spelenderwijs in aanraking te laten komen met verschillende onderwerpen over duurzaamheid en om het gesprek hierover aan te wakkeren binnen de clubs en organisaties tussen de vrijwilligers en de jongeren. Omdat er slechts een beperkt budget beschikbaar is zullen er in totaal vijf koffers gemaakt worden. Deze koffers zullen verdeeld worden over verschillende regio's en zullen dus door meerdere clubs gedeeld worden. Wij adviseren om de koffers mee te geven aan de jeugdwerkadviseurs van YMCA Nederland, zodat zij de koffer mee kunnen nemen wanneer ze langs de clubs gaan.

7. Conclusie

Het doel van dit project was om een antwoord te krijgen op de vraag hoe YMCA Nederland duurzamer kan worden met behulp van de SDG's. Om een oplossing te vinden die aan zal slaan bij de clubs is het belangrijkste dat de oplossing praktisch en laagdrempelig is. De duurzaamheidsinitiatieven zullen ook opgenomen worden in het meerjarenbeleidsplan van de organisatie.

Vier SDG's passen het beste bij YMCA, namelijk SDG's 3, 10, 12 en 17 (respectievelijk “Goede gezondheid en welzijn”, “Ongelijkheid verminderen”, “Verantwoorde consumptie en productie” en “Partnerschappen om doelen te bereiken”). Om de SDG's te kunnen implementeren binnen de organisatie hebben we het vraagstuk onderverdeeld in 3 pijlers:

1. Actiepunten voor de locaties
2. Training voor de vrijwilligers
3. Communicatie binnen en buiten de organisatie

Pijler 1 richt zich erop om het voor de clubs en vrijwilligers laagdrempelig te maken om mee te doen aan duurzaamheid. Er is een duidelijke vertaalslag nodig van deze vier SDG's naar YMCA Nederland. Uiteraard om het nut van de SDG's over te brengen aan de vrijwilligers, maar ook zodat voor stakeholders de connectie zien tussen de organisatie en duurzaamheid.

Pijler 2 richt zich op het overbrengen van kennis en inzichten om duurzaamheid in de praktijk toe te kunnen passen en daarmee tegelijkertijd het draagvlak hiervoor binnen de organisatie te vergroten. Doordat er veel ruimte is voor de discussie kunnen de vrijwilligers van elkaar leren over hoe andere clubs duurzaamheid implementeren. De trainingen zijn een belangrijk onderdeel van de activiteiten en jongerenkampen, doordat het de vrijwilligers helpt om zich voor te bereiden. Door een duurzaamheidsstraining op te nemen in het trainingsaanbod kunnen zoveel mogelijk vrijwilligers bereikt worden. Daarnaast is het, misschien wel meer, van belang dat de besturen van de clubs deze training volgen. Het bestuur maakt uiteindelijk de beslissingen. Door de training aan zowel het bestuur als de vrijwilligers aan te bieden wordt draagvlak gecreëerd door de gehele organisatie.

Pijler 3 is een overkoepelende pijler die werkt aan het verbeteren van de verbinding tussen de clubs en het bestuur en het vergroten van het wij-gevoel. Binnen communicatie hebben we onderscheid gemaakt tussen drie onderdelen; interne communicatie, externe communicatie en fondsenwerving en voor elk onderdeel zijn aanbevelingen gedaan. Met interne communicatie willen we tot een punt komen waar elke club zich verbonden voelt met YMCA Nederland en zich samen wilt inzetten voor duurzaamheid. We willen zorgen voor een sterke basis - *walk the talk!* - voordat er overgegaan wordt tot externe communicatie en de fondsenwerving. Wanneer de clubs gezamenlijk werken aan een duurzame jongerenorganisatie kan dit vervolgens ook naar buiten toe worden gecommuniceerd. Door aan de naamsbekendheid te werken weten meer mensen van YMCA af waardoor meer kinderen naar de kampen komen. Daarnaast biedt een sterke basis de mogelijkheid om in aanmerking te komen voor bepaalde fondsen die YMCA nog verder kunnen helpen om aan duurzaamheid te blijven werken.

Daarnaast is een goede communicatie nodig om men bewust te maken van het doel van de duurzaamheidskoffer (pijler 1) en duurzaamheidsstraining (pijler 2) en het feit dat beiden een essentieel onderdeel uitmaken van de toekomst van YMCA Nederland. De manier waarop hierover gecommuniceerd wordt is bepalend voor hoe open men hiervoor zal staan.

Hoewel het de clubs en vrijwilligers tijd zal kosten om aan duurzaamheid te werken, krijgt iedereen er nog veel meer voor terug. Door beter om te gaan met elkaar en met de natuur werken we aan een betere wereld voor de jongeren en leren we hen tegelijkertijd belangrijke lessen. Daarbij kan het helpen om financieel meer steun te krijgen door YMCA neer te zetten als een duurzame jongerenorganisatie. Hier plukken ook de clubs de vruchten van.

8. Discussie

Voordat dit project is gestart is er al een onderzoeksrapport geschreven over de SDG's binnen YMCA Nederland. Hier waren 3 SDG's uitgekomen, namelijk SDG 3, 10 en 17. Deze SDG's sluiten zeer goed aan bij de normen en waarden van YMCA Nederland. Daarnaast concludeerden we dat ook dat SDG 12, Verantwoorde consumptie en productie, een essentieel bouwblok is voor duurzaamheid en dat dit relevant is voor YMCA. Na gesprekken met verschillende YMCA'ers bleek dit een welkome aanvulling.

Hoewel het bestuur de interesse heeft uitgesproken om duurzaamheid te implementeren, kwam ook naar voren dat het lastig zal zijn om alle clubs aan boord te krijgen. De oplossing moet praktijkgericht zijn zodat deze gemakkelijk te implementeren is door de clubs en vrijwilligers. Om dit voor elkaar te krijgen was de opzet om een *bottom-up* approach te hanteren. Dit heeft twee grote voordelen:

1. Op deze manier verkrijgen wij de nodige input om praktijkgerichte oplossingen te bedenken en opzetten;
2. Door samen met andere YMCA'ers hierover na te denken betrek je hen gelijk in het project wat draagvlak creëert wanneer de plannen later gepresenteerd worden.

Door het speelse karakter van de organisatie zijn de oplossingen ook op deze manier ingericht. Een duurzaamheidskoffertje met actiepunten die afgestreept kunnen worden en een bijbehorende folder met een aantal spelregels. Daarnaast bestaat de koffer uit vijf fasen die doorlopen tot en met 2030. Hoewel deze koffer en folder klaar liggen voor gebruik, is het nog niet eerder getest in de praktijk. Voor het bestuur is het van belang om in de gaten te blijven houden hoe er gereageerd wordt op de actiepunten uit de koffer en hoe haalbaar het is. Ook hiervoor is het cruciaal dat het feedback formulier jaarlijks wordt ingevuld door alle clubs en wordt geëvalueerd door het bestuur. Als over een paar jaar blijkt dat de punten in de koffer te ambitieus of juist niet ambitieus genoeg zijn dan zal de duurzaamheidskoffer bijgewerkt moeten worden. YMCA staat op het punt om een verandering in te voeren om een duurzame jongerenorganisatie te worden. Op dit moment valt nog niet in te schatten hoe dit initiatief wordt opgepakt door de verschillende clubs. Uiteindelijk is het belangrijk dat deze uitdaging passend blijft bij hoe de organisatie ervoor staat.

De laatste pijler, communicatie, is een pijler die door het hele project doorloopt en de twee eerdere pijlers verbindt. Dit maakt het ook gelijk de lastigste pijler om aan te werken in zo'n korte tijd. Het feit dat de basis communicatie in de organisatie nog niet zover is om nieuwe initiatieven gemakkelijk te communiceren maakt dat het belangrijk is om bij het begin te beginnen. Het gaat hierin niet alleen meer om het communiceren over duurzaamheid, maar ook over het verbinden van de clubs in het algemeen.

Het interne communicatieplan was in eerste instantie gebaseerd op een *bottom-up* approach. We willen iets veranderen in de cultuur van de YMCA clubs, waar we draagvlak voor nodig hebben. Dit krijg je niet als je topdown nieuwe initiatieven opgelegd zonder deze te bespreken met de clubs zelf. We wilden met zoveel mogelijk clubs en vrijwilligers spreken om een beeld te krijgen van hoe men er momenteel in staat en om onze ideeën voor te leggen en te toetsen in de praktijk. We hebben een focusgroep voorbereid met stellingen om te bespreken met de clubs en vrijwilligers. Een belangrijke output van een focusgroep is daarnaast dat er een gesprek geïnitieerd kan worden tussen de vrijwilligers zelf zodat we kunnen zien waar de onderliggende drempels en de kansen liggen. Denken vrijwilligers van verschillende clubs er hetzelfde over of niet en waarin zit het verschil? Dit zijn allemaal interessante inzichten om mee te nemen in de uitwerking van het duurzaamheidskoffertje en de andere oplossingen. In verband met de korte looptijd van dit project hebben we de focusgroep op relatief korte termijn moeten plannen. Door een te lage opkomst kon de focusgroep echter niet de gewenste input opleveren en hebben deze dan ook moeten cancellen. De grootste reden van de lage opkomst is dat men te weinig tijd heeft en al druk is met de eigen club. Om toch iets van input te verzamelen is er vervolgens gekozen om een survey uit te zetten met de focusgroep vragen. Deze heeft echter eveneens niet de gewenste input geleverd.

Hoewel we voor het project geringe *bottom-up* input hebben kunnen verzamelen gaf dit ook juist weer extra inzichten. Men gaf aan al druk te zijn met eigen projecten, daarnaast was het lastig om mensen te bereiken. Dit benadrukte nogmaals dat de oplossingen laagdrempelig moeten zijn en heeft ons opnieuw tot denken gezet of dit ook nog het geval was. Daarnaast blijkt ook dat het communicatieve gedeelte anders aangepakt moet worden; we hebben de mensen nog niet nieuwsgierig genoeg kunnen maken om mee te willen werken en denken aan duurzaamheid. Hierdoor hebben wij het project over een andere boeg gegooid. We konden het niet af laten hangen van het ontvangen van input, dus in plaats daarvan is de eerste stap het zenden van informatie.

Aanbevelingen bestuur

Om jaarlijks voldoende vooruit te boeken op het gebied van duurzaamheid is het belangrijk dat het bestuur betrokken blijft bij de duurzaamheids koffer, de duurzaamheids training en de communicatie. Houdt de lijntjes tussen de clubs open om er gedurende het jaar achter te komen waar men staat met het behalen van de actiepunten en evalueer het verloop van de trainingen. Als blijkt dat men niet zo ver is als gepland, dan kan er van bovenaf op tijd worden bijgestuurd. Ondanks het speelse karakter van de koffer blijft het ook een serieus onderwerp en een doel wat is opgenomen in het meerjarenbeleidsplan; we willen dus wel de beoogde doelen halen. Duurzaamheid is daarnaast niet meer een "nice to have" maar een "need to have". Alles wat in eerdere fases blijft liggen zal in de latere fases alsnog moeten worden opgepakt om mee te gaan met de rest van de organisaties.

Een sterke communicatie is van belang om samen te werken aan de missie van YMCA Nederland om de YMCA neer te zetten als een duurzame jongerenorganisatie. Dit is een overkoepelende pijler die zal helpen om de andere 2 pijlers te laten slagen. Om met communicatie aan de slag te gaan raden wij aan op in het begin de grootste focus te plaatsen op de interne communicatie. Goede interne communicatie legt de basis, pas als deze basis goed is kun je naar buiten toe communiceren waar jullie mee bezig zijn. Raadpleeg vooral de aanbevelingen die in dit rapport staan omschreven onder pijler 3.

Bijlage 1 SWOT Analyse

Strengths (Sterke kanten van de organisatie):

Welzijn van kinderen en grotere omgeving ligt in de kern, duidelijke missie/visie van de organisatie, veel ervaring in educatie en spelenderwijs trainen, eerste draagkracht is aanwezig (Robèrt), inclusief voor iedereen, vaak worden sociale en milieu-acties al ondernomen, sterke normen en waarden

Weaknesses (zwakkere kanten van de organisatie):

Gelimiteerd budget voor duurzaamheid, trainingen voor vrijwilligers zijn niet helemaal gelijk voor iedereen, gezien deze vrijblijvend zijn en niet door iedereen worden bijgewoond, rode draad ontbreekt doorheen alle locaties omdat iedereen op eigen koers vaart, onzeker over hoe de SDG's invulling te geven, gebrek aan verbinding tussen hoofd-instelling en clubs/partners, ineffectieve communicatie onderling tussen zowel interne links (b.v. tussen hoofdbestuur en vrijwilligers of tussen verschillende regiolocaties) en extern (b.v. met externe partners voor extra fondsen)

Opportunities (kansen binnen de organisatie):

Netwerk uitbreiden, veel potentieel voor partnerships, groter bereik voor SDG's en duurzaamheid in het algemeen opzetten, leerzame ervaringen en activiteiten kunnen worden meegenomen in kampen en activiteiten, organisatie en kampen kunnen beter aansluiten bij de sociale/duurzame thema's van vandaag omdat ze worden georganiseerd vanuit de hedendaagse tijdsgeest, het imago van YMCA kan verbeterd worden en naamsbekendheid kan groeien doorheen Nederland.

Threats (potentiële valkuilen voor de organisatie):

Niet iedereen binnen YMCA Nederland wilt meedoen aan meer duurzaamheid of de SDG's, Gebrek aan interne communicatie en naar buiten toe, vasthouden aan oude manier van werken

Fase 1 2022/2023	Fase 2 2023/2024	Fase 3 2025/2026	Fase 4 2027/2028	Fase 5 2029/2030
<input type="checkbox"/> Geen wegwerp plastic <input type="checkbox"/> Afval scheiden <input type="checkbox"/> Gezonde snacks <input type="checkbox"/> Water in plaats van frisdrank <input type="checkbox"/> Samenwerkingsactiviteiten <input type="checkbox"/> Jaarlijkse bijeenkomst YMCA Nederland <input type="checkbox"/> Jaarlijkse feed-back moment	<input type="checkbox"/> Hergebruik regenwater <input type="checkbox"/> Activiteiten in de natuur <input type="checkbox"/> Groente bij de maaltijd <input type="checkbox"/> Vegetarische maaltijden <input type="checkbox"/> Geen voedselverspilling <input type="checkbox"/> Multiculturele activiteit <input type="checkbox"/> Ideeën uitwisseling	<input type="checkbox"/> Isolatie clubgebouw <input type="checkbox"/> Duurzame verlichting <input type="checkbox"/> Project mentale gezondheid <input type="checkbox"/> Les gezonde voeding en gezond koken <input type="checkbox"/> Samen koken <input type="checkbox"/> Jaarlijkse uitwisseling	<input type="checkbox"/> Groene stroom <input type="checkbox"/> Eigen moestuin <input type="checkbox"/> Biologische en vegetarische maaltijden <input type="checkbox"/> Jongeren als vrijwilliger <input type="checkbox"/> Jaarlijkse lokale samenwerking	<input type="checkbox"/> Energie-neutrale locatie <input type="checkbox"/> Jaarlijkse bo-menplantdag <input type="checkbox"/> Week van de gezondheid <input type="checkbox"/> Buitenlandse uitwisseling <input type="checkbox"/> Internationaal vrijwilligersbezoek

Duurzaamheidskoffer

Fase 1 (2022/2023)

1. Wij gebruiken geen wergwerpplastic meer. Alle bekerrijes, bordjes, bestek en andere gebruikvoorwerpen van wergwerpplastic kunnen vervangen worden door afwasbare of recyclebare alternatieven.
2. Wij scheiden ons plastic-, papier- en restafval. Dit afval wordt in verschillende afvalbakken weggegoed.
3. Wij bieden gezonde snacks aan. Er wordt niet alleen maar koek, sroep en chips aangeboden, maar ook gezonde snacks zoals fruit, noten of groente.
4. Wij drinken water in plaats van frisdrank bij de maaltijden. Tijdens het middag- en avondbeten wordt er water gedronken.
5. Wij organiseren activiteiten waarbij samenwerking centraal staat. Door kinderen samen te laten werken tijdens activiteiten leren ze van elkaar en leren ze omgaan met elkaars verschillen.
6. Onze vrijwilligers bezoeken de jaarlijkse bijeenkomst van YMCA Nederland. Om zo het contact te onderhouden tussen de lokale club en het landelijk bestuur.
7. Wij geven jaarlijks feedback over de bereikte doelen. Het formulier kan worden ingevuld zodat de organisatie een beeld heeft bij het verduurzamingsproces op de locatie.

Fase 2 (2023/2024)

1. Wij vangten regenwater op voor hergebruik. Dit kan met behulp van een regenton. Het water kan gebruikt worden voor afwassen, planten water geven of andere activiteiten met water.
2. Wij organiseren activiteiten in de natuur. Zo leren kinderen en jongeren de waarde van dieren en planten en van het behoud van de planeet.
3. Wij serveren minimaal één stuk groente bij elke maaltijd.
4. Wij bereiden minimaal twee keer per week een vegetarische maaltijd. Vies kan vervangen worden door bijvoorbeeld eieren, zaden/pitten of peulvruchten.
5. Wij verspillen geen voedsel. Door verantwoord om te gaan met voedsel is er weinig tot geen verspilling mogelijk.
6. Wij organiseren één keer per jaar een multiculturele activiteit. Om kinderen en jongeren bewust te maken van de andere culturen op deze wereld.
7. Wij wisselen minimaal één keer per jaar ideeën uit met andere YMCA-locaties. Dit bevordert samenwerking tussen verschillende locaties en leidt tot creatieve ideeën. Dit kan o.a. door middel van een digitaal overleg, via mail of het versturen van een nieuwsbrief.

Fase 3 (2025/2026)

1. Wij zorgen voor een betere isolatie van ons clubgebouw. Gaan eigen locatie? Ga eens in gesprek met de beheerder van het clubgebouw en zoek naar de mogelijkheden om energieverspilling te voorkomen.
2. Wij zorgen voor duurzame verlichting. Lampen die veel stroom verbruiken kunnen vervangen worden door duurzamere alternatieven, zoals Ledverlichting.
3. Wij organiseren jaarlijks een project over mentale gezondheid. Om zo bewustwording te creëren over de mentale problemen bij jongeren en kinderen. Bijvoorbeeld #elbenopen.
4. Wij geven les over gezonde voeding en gezond koken. Zo leren kinderen en jongeren het nut van gezond eten. Dit is iets wat niet elk kind vanuit huis meekrijgt.
5. Wij koken samen met kinderen en/of jongeren. Door samen met kinderen en jongeren zelf een taak te geven in het koken zullen ze sneller bereid zijn de gezonde maaltijd op te eten.
6. Onze vrijwilligers gaan minimaal één keer per jaar op uitwisseling naar een andere locatie in het land. Dit bevordert de samenwerking en geeft vrijwilligers de kans om te kijken hoe andere YMCA locaties omgaan met de duurzame actiepunten.

Fase 4 (2027/2028)

1. Wij zijn voorzien van groene stroom. Dit kan worden gewonnen uit bijvoorbeeld zonnepanelen of groene energie aanbidders.
2. Wij hebben en onderhouden onze eigen moestuin. Is er geen ruimte voor een echte moestuin dan kan er gebruikt worden gemaakt van kleine potjes of plantentubakken.
3. Wij bereiden alleen nog maar biologische en vegetarische maaltijden. Dit kan met groente uit de eigen moestuin of van een lokale boer.
4. Wij laten onze jongeren één dag als vrijwilliger meehelpen. Jongeren kunnen meehelpen bij activiteiten voor kinderen of ergens anders binnen de club.
5. Wij organiseren één keer per jaar een samenwerking met een lokale organisatie. Dit kan een andere lokale club zijn, de gemeente, een (basis-)middelbare school, de kerk of een andere organisatie.

Fase 5 (2029/2030)

1. Wij hebben een energie-neutrale locatie. Volgens onze energiegereguleerder verbruikt onze locatie evenveel energie als dat het opwekt. Bij gehuurd locaties werken wij samen met de eigenaar aan energie-neutraliteit.
2. Wij doen mee aan de jaarlijkse bomenplantdag.
3. Wij organiseren één keer per jaar een week van de gezondheid. In deze week wordt er aandacht geschonken aan mentale en/of fysieke gezondheid van kinderen en jongeren.
4. Wij houden een jaarlijkse uitwisseling met een buitenlandse YMCA organisatie. Zo leren kinderen en jongeren meer over andere landen en culturen en ontstaat er betere internationale samenwerking. Dit kan online of offline.
5. Een van onze vrijwilligers bezoekt een internationale YMCA locatie. Zo kunnen we als vrijwilligers ook leren van andere clubs in andere landen.

Bijlage 4 Social media posts

[Post week 1]

SDG... doe je mee? Verduurzaming binnen de YMCA.

YMCA Nederland biedt een plek aan jongeren waar zij zich thuisvoelen en zich kunnen ontwikkelen. Met een blik op de toekomst willen we een bijdrage leveren aan een samenleving waarin ruimte en aandacht is voor iedereen én voor duurzaamheid.

Hoewel het begrip duurzaamheid voor velen niet helemaal nieuw zal zijn, horen anderen hier misschien voor het eerst over. Daar zullen we de komende tijd in ieder geval verandering in brengen!

Een groep van 4 trainees is in het vraagstuk “Duurzaamheid binnen de YMCA” gedoken. In totaal hebben zij 15 weken elke vrijdag aan dit vraagstuk gewerkt, waarbij ze ons helpen om spelenderwijs duurzame initiatieven in het activiteitenprogramma te fietsen.

Duurzaamheid in het kort is omgaan met de planeet op zo'n manier dat toekomstige generaties er op dezelfde wijze van kunnen genieten. Het gaat hierbij om economische, sociale en milieu thema's.

Waar we nu mee bezig zijn kan daarnaast ook terug gelinkt worden aan de duurzaamheidsdoelstellingen van de Verenigde Naties (Sustainable Development Goals, oftewel SDGs). De focus voor YMCA Nederland zal voornamelijk liggen op sociale duurzaamheid, maar ook op verantwoorde consumptie en productie. Vertaald naar de SDGs zullen wij ons richten op de volgende 4:

- SDG 3: Goede gezondheid en welzijn;
- SDG 10: Ongelijkheid verminderen;
- SDG 12: Verantwoorde consumptie en productie;
- SDG 17: Partnerschap om doelstellingen te bereiken.

Houd onze pagina goed in de gaten! We zullen de komende weken meer vertellen over deze vier SDGs en wat dit inhoudt voor de YMCA.



--einde--

[Post week 2]

YMCA & SDG 3 - Goede gezondheid & welzijn

Vorige week hebben we in een eerste post kort iets verteld over de zogenaamde duurzaamheidsdoelstellingen van de Verenigde Naties, oftewel de SDG's. Hopelijk hebben we jullie hiermee nieuwsgierig gemaakt naar wat dit betekent voor de YMCA!

Zoals beloofd zouden we in de komende weken meer vertellen over de 4 belangrijkste SDG's voor YMCA Nederland. Vandaag zullen we kort vertellen over YMCA & SDG 3 - Goede gezondheid & Welzijn.

Naast dat we willen dat de jongeren een leuke tijd hebben bij YMCA Nederland, zetten wij ons ook in voor hun gezondheid & welzijn. Tijdens de jongerenkampen en activiteiten vinden wij het belangrijk dat alle kinderen zich lekker in hun vel voelen, gezond te eten krijgen en actief meedoen met de activiteiten.

Een goede gezondheid is essentieel voor de duurzame ontwikkeling van elk kind. Dat heeft betrekking op zowel de mentale als fysieke gezondheid. Initiatieven als de #ikbenopen-campagne, samen buiten spelen en gezonde maaltijden spelen hierin een grote rol. Zo helpt YMCA mee aan de goede gezondheid en het welzijn van elk kind.

Wat is jouw favoriete buitenactiviteit bij de YMCA?



---einde---

[Post week 3]

YMCA & SDG 10 - Ongelijkheid verminderen

De volgende duurzaamheidsdoelstelling die we gaan belichten is SDG 10 - Ongelijkheid verminderen. Deze SDG sluit eigenlijk erg goed aan bij een van de bekendste uitspraken binnen de YMCA, namelijk "elk kind is welkom"!

Binnen YMCA Nederland staat gelijkheid centraal, elk kind mag op kamp en moet evenveel kunnen genieten van de activiteiten.

Dat betekent dat er geen plaats is voor discriminatie en dat we ervoor zorgen dat iedereen zich welkom voelt, ongeacht religie, afkomst of handicap.

Zo zijn de kampen en club inclusief ingericht en wordt mentale en sociale groei voor iedereen gestimuleerd door middel van spelen, samenwerken en plezier hebben.

We willen ongelijkheid tegengaan en dat betekent dat onze jeugdactiviteiten inclusief zijn ingericht.

Hoe zorg jij ervoor dat iedereen zich welkom voelt?



---einde---

[Post week 4]

YMCA & SDG 12 - Verantwoorde Consumptie en Productie

De volgende duurzaamheidsdoelstelling die we gaan belichten is SDG 12 - Verantwoorde Consumptie en Productie

Als organisatie vinden wij het belangrijk dat iedereen bewust omgaat met wat de planeet ons geeft. We hebben er tenslotte maar één! Daarom willen we de locaties en activiteiten gaan inrichten op zo'n manier dat het milieu een grotere rol gaat spelen, waarbij iedereen al spelenderwijs leert waarom het zo belangrijk is dat we zuinig met onze planeet en met elkaar omgaan.

Ook zal er een koffertje in elkaar geknutseld worden voor elke YMCA-locatie, waarin handvatten zitten om duurzamer te functioneren, om zo de CO2-voetafdruk te verlagen en elk kind te inspireren om de natuurlijk hulpbronnen efficiënter en zuiniger te gebruiken. In de praktijk komt dat neer op bijvoorbeeld minder voedselverspilling, lokale ingrediënten, meer recyclen, en meer duurzame energie. Hierbij motiveren we de jeugdbegeleiders, jongeren en kinderen met een groen hart anderen om ook verantwoorde keuzes te maken.

Wat doe jij al om de natuur een handje te helpen?



---einde---

[Post week 5]

YMCA & SDG 17 - Partnerschappen om doelstellingen te bereiken

Als laatste in de rij focussen we op samenwerking, wat valt onder SDG 17 - Partnerschappen om doelstellingen te bereiken.

Bij YMCA Nederland vinden we sterke relaties met elkaar belangrijk, aan de ene kant tussen de locaties en vrijwilligers onderling, aan de andere kant tussen YMCA als organisatie en de externe partners. Denk bij dat laatste aan de locatie-eigenaren, donateurs, gemeenten en anderen waarmee wij samenwerken. Daarom gaan wij ons in de komende jaren richten op het versterken van deze banden.

We willen samenwerking tussen de locaties stimuleren door middel van het uitwisselen van ideeën en het delen van activiteiten en doelstellingen. Ook met onze externe partners gaan we ons richten op standvastige samenwerkingen, zodat zij YMCA Nederland kunnen bijstaan in het vervullen van de missie en visie met het oog op duurzaamheid. De ambitie is dat we elkaar versterken en zo de allerleukste kampen en activiteiten kunnen organiseren voor elk kind!

Welke partner of vrijwilliger zou jij graag in het zonnetje willen zetten?



—einde—

Bijlage 5 Artikel Nieuwsbrief

YMCA en SDG... DOE MEE!

“De afgelopen tijd hebben we allemaal met veel veranderingen te maken gehad. Maar zoals we hebben gemerkt staat verandering ons zeker niet in de weg! Ook in het afgelopen jaar hebben we weer mooie activiteiten georganiseerd en veel kinderen kunnen bereiken. Dit bewijst maar weer hoe flexibel en inventief we als organisatie zijn.

In onze visie zeggen we “als je maar in beweging komt, als je maar aanpakt”. Met dat in ons achterhoofd willen we de YMCA samen naar een hoger niveau tillen. Zoals altijd houden we ook een blik op de toekomst, om onze continuïteit te waarborgen. Hierin kwam een duidelijk punt naar voren wat niet alleen belangrijk is voor ons als organisatie maar ook voor de jongeren die bij ons komen; **duurzaamheid**.

Hoewel dit begrip voor velen niet helemaal nieuw zal zijn, horen anderen hier misschien voor het eerst over. Duurzaamheid is door de Verenigde Naties gedefinieerd als “omgaan met de planeet op zo’n manier dat toekomstige generaties er op dezelfde wijze van kunnen genieten”. Het gaat hierbij om economische, sociale en milieu thema’s. Door als organisatie met elkaar bezig te zijn met duurzaamheid zorgen we ervoor dat we een mooie wereld door kunnen geven aan de nieuwe generatie jongeren.

In dat kader gaan we aan de slag met de duurzaamheidsdoelstellingen van de Verenigde Naties (Sustainable Development Goals of SDGs). De focus zal liggen op sociale duurzaamheid, maar ook op verantwoorde consumptie en productie. Het is heel goed mogelijk dat je al raakvlakken tegenkomt met hoe het er nu aan toe gaat binnen jouw club. Het leuke is namelijk dat wij als YMCA Nederland impliciet al goed op weg zijn op deze gebieden. Het wordt alleen lang niet altijd benoemd als duurzaam.

De gedachte is er, nu nog de uitvoering! In de afgelopen maanden hebben wij ons, samen met twee masterstudenten en een team van 4 SDG trainees, over het vraagstuk gebogen hoe we YMCA Nederland kunnen verduurzamen, en ook vooral hoe dit er in de praktijk uit zal zien. De SDG trainees hebben in de afgelopen maanden elke vrijdag aan dit project gewerkt, om ons te helpen bij het spelenderwijs implementeren van duurzame initiatieven in het activiteitenprogramma.

Zoals eerder aangegeven doen we al best veel aan duurzaamheid en daarmee indirect ook met de SDGs, maar wordt het lang niet altijd als zodanig benoemd. We zijn tot de conclusie gekomen dat van de in totaal 17 duurzaamheidsdoelen, de volgende 4 SDGs het beste bij de YMCA passen:



Naast dat we willen dat de jongeren een leuke tijd hebben bij YMCA Nederland, zetten wij ons ook in voor hun gezondheid & welzijn (SDG 3). Tijdens de jongerenkampen en activiteiten willen wij dat alle kinderen zich lekker in hun vel voelen, gezond te eten krijgen en actief meedoen. Een goede gezondheid is essentieel voor de duurzame ontwikkeling van elk kind, zowel mentaal als fysiek. Initiatieven als de #ikbenopen-campagne, samen buiten spelen en gezonde maaltijden spelen hierin een grote rol. Zo helpt YMCA mee aan de goede gezondheid en het welzijn van elk kind.

Ongelijkheid verminderen (SDG 10) sluit weer erg goed aan bij een van de bekendste uitspraken binnen de YMCA: "elk kind is welkom"! Dat betekent dat er geen plaats is voor discriminatie en dat we ervoor zorgen dat iedereen zich welkom voelt, ongeacht religie, afkomst of handicap. Zo zijn de kampen en club inclusief ingericht en wordt mentale en sociale groei voor iedereen gestimuleerd door middel van spelen, samenwerken en plezier hebben.

Als organisatie vinden wij het verder belangrijk dat iedereen bewust omgaat met wat de planeet ons geeft. We hebben er tenslotte maar één! Verantwoorde Consumptie en Productie (SDG12) reiken handvatten aan over hoe we duurzamer kunnen worden. Zo kunnen we de CO2-voetafdruk verlagen en daarbij de jongeren inspireren om de natuurlijke hulpbronnen efficiënter en zuiniger te gebruiken. In de praktijk komt dat bijvoorbeeld neer op minder voedselverspilling, het gebruiken van lokale ingrediënten, meer recycleren, en duurzamere energiebronnen gebruiken.

Als laatste richten we ons op Partnerschappen (SDG 17). Sterke relaties zijn belangrijk om echt impact te kunnen maken op de lange termijn. Aan de ene kant gaat dit om sterke relaties tussen de locaties en vrijwilligers onderling, aan de andere kant tussen YMCA als organisatie en de externe partners. Denk bij dat laatste aan o.a. locatie-eigenaren, donateurs en gemeenten. Wij gaan ons in de komende jaren richten op het versterken van deze banden.

Samenwerking tussen de locaties willen we stimuleren door ideeën uit te wisselen en activiteiten en doelstellingen te delen. Ook met onze externe partners gaan we ons richten op standvastige samenwerkingen, zodat zij YMCA Nederland kunnen bijstaan in het vervullen van de missie en visie, uiteraard ook met het oog op duurzaamheid. De ambitie is dat we elkaar versterken en zo de allerleukste (wekelijkse) activiteiten en kampen kunnen organiseren voor elk kind!

Met hulp van de trainees hebben we deze SDGs in een YMCA-jasje gestoken, in de vorm van een papieren “duurzaamheidskoffertje”. Hierop staan tastbare en praktische actiepunten die gemakkelijk overgenomen kunnen worden door elke club tijdens de (wekelijkse) activiteiten of jongerenkampen. Andere actiepunten zullen worden geformuleerd op organisatieniveau. Denk hierbij aan het scheiden van afval of vervangen van wegwerp plastic. Hierbij wordt rekening gehouden met het feit dat elke locatie anders is en er dus niet één oplossing is voor alle clubs. Elke club ontvangt in januari een exemplaar van dit koffertje en kan daarmee aan de slag.

Om duurzaamheid te laten slagen hebben we jou hard nodig. Elke club, elke partner en elke vrijwilliger maakt namelijk een belangrijk deel uit van het grotere plaatje: YMCA voor duurzame jongerenkampen. Door hier samen aan te werken kunnen we met z'n allen veel invloed hebben op grotere schaal. Ieders inzet kan eraan bijdragen dat we misschien wel de grootste duurzame jongerenorganisatie van Nederland kunnen worden!

De komende tijd zullen we duurzaamheid meer belichten. Heb je hier vragen over, of over het project van de trainees? Of heb je suggesties, tips of voorbeelden van wat jouw club al doet aan duurzaamheid? Stuur dan een mailtje naar duurzaam@ymca.nl!





---einde---

YMCA Nederland

EVENT KALENDER 2022

Biilage 6 Event Kalender Template

	JANUARI	FEBRUARI	MAART	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AUGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DECEMBER
Bijeenkomsten			? : Online Openingsessie voor het Nieuwe Seizoen								14-18: Bespreken Feedback Formulier	? : Jaarafsluiting Borrel 
Vrijwilligers Trainingen		? : Duurzaamheids training								? : Pesten en Plagen		
Dagen om bij stil te staan	16: Wereldreligie dag	6: Zero Tolerance Day	16: Nationale Boomfeesdag	7: Wereld Gezondheidsdag	9: Europadag	1: Internationale Dag van het Kind	3: Internationale Plastic Zakjes-vrije Dag	12: Internationale Dag van de Jeugd	6: Duurzame Dinsdag	10: Internationale Dag van de Mentale Gezondheid	1: Wereld veganismedag	5: Internationale Dag Vrijwilligerswerk
	29: Begin Week van het Vergeten Kind	11: Maak Vriendendag 	21: Internationale Dag tegen Racisme en Discriminatie 26: Earth Hour	19: Landelijke Dag tegen Pesten	22: Internationale Dag van de Biodiversiteit	20: Wereld vluchtelingen dag	7: Werelddag van Vergeving		10: Internationale Dag van de Eerste Hulp	24: Dag van de Verenigde Naties	13: Wereld vriendelijkheids dag	18: Internationale Migrantendag
				22: Dag van de Aarde			30: Internationale Vriendschapsdag		17: Internationale Eet een Appel Dag			

Bijlage 7
Feedback formulier



Feedback-formulier YMCA locatie

Deze feedback template is in eerste instantie bedoeld voor jullie zelf. Het geeft inzicht in waar jullie staan als club en geeft weer of/waar er extra focus nodig is. Daarnaast is dit feedback formulier ook belangrijk voor de rapportering aan YMCA Nederland, zodat we een overzicht hebben van de voortgang van de individuele clubs. Met deze informatie kunnen we ook hulp bieden waar nodig.

Graag de voor- en achterkant invullen en terugsturen voor 15 november aan robèrt@ymca.nl

Naam club:
Locatie club:
Naam voorzitter:
Aantal vrijwilligers:
Datum (dd/mm/jjjj):

Welk cijfer geven jullie het afgelopen seizoen?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Hoeveel kampen/activiteiten hebben jullie in het afgelopen seizoen georganiseerd?

Hoeveel kinderen/jongeren hebben jullie in totaal mogen ontvangen?

Waar zijn jullie het meest trots op wat jullie het afgelopen jaar hebben bereikt/gedaan?

Wat waren de grootste uitdagingen van het afgelopen jaar?

Waar willen jullie het komende jaar graag meer aan werken?

Hadden jullie genoeg steun vanuit YMCA Nederland? Waar zouden jullie meer steun bij kunnen gebruiken?

Hoe duurzaam vinden jullie je club? (omcirkel)

Helemaal niet duurzaam niet een beetje wel heel erg

Vonden jullie het makkelijk om duurzaamheid in het activiteitenprogramma te verwerken? (omcirkel)

Helemaal niet niet een beetje wel heel erg makkelijk

Hebben jullie veel gehad aan het duurzaamheidskoffertje en de tips & tricks folder? Verdere opmerkingen indien van toepassing.

Ja Nee

In welke fase van duurzaamheid zitten jullie nu? (omcirkel)

0 1 2 3 4 5

Hoe groot schatten jullie de kans in dat jullie volgend jaar de volgende fase halen?

Hebben jullie nog verdere opmerkingen over duurzaamheid of andere zaken binnen YMCA?
