JAARVERSLAG 2022

JONGE KLIMAAT-BEWEGING

Voorwoord

Hoe omschrijven we 2022 in een paar zinnen? Met een hoopvolle glinster in de ogen kwamen wij, samen met veel andere jongeren in Nederland, het nieuwe jaar in. Was de coronacrisis nu toch echt voorbij en kon ‘het normale leven’ dus eindelijk weer beginnen? Konden wij, en de politiek, ons eindelijk weer gaan focussen op die grote, dreigende klimaatcrisis?

Het antwoord: nee en… misschien. Na 55 dagen, op 24 februari 2022, viel Rusland Oekraïne binnen. Voor experts geen verrassing, voor de rest van Nederland wel. De oorlog die volgde zorgde niet alleen voor angst en medeleven, maar had ook directe gevolgen voor de leefbaarheid van de rest van Europa. We belandden op korte termijn in een gas-, grondstoffen- en voedselcrisis, die de meest kwetsbaren het hardst raakten. Net als vrede, waren energie en warmte opeens niet meer vanzelfsprekend.

Waarom dan toch die ‘misschien’? De energiecrisis was en is verschrikkelijk, maar het verhoogde wel de urgentie om zo snel mogelijk over te stappen naar een schoon, hernieuwbaar en minder import-onafhankelijk energiesysteem. Het verduurzamingstempo, zowel in Nederland als de rest van de EU, ging rap omhoog. In 2022 werd er zelfs een kwart meer elektriciteit opgewekt door zonne- en windenergie!

Maar we zijn er nog niet. Er moet nog veel gedaan worden om ervoor te zorgen dat we een daadwerkelijke overstap kunnen maken van fossiele brandstoffen naar hernieuwbare brandstoffen. Om ervoor te zorgen dat we in tijden van crisis zoeken naar geschikte, toekomstbestendige langetermijnoplossingen, in plaats van ons in onzekerheid verder ingraven in een fossiel systeem.

De Jonge Klimaatbeweging heeft zich in 2022 gericht op die lange termijn. Met onze kersverse Jonge Klimaatagenda 3.0 bieden we perspectief voor Nederland in 2040, namens meer dan één miljoen Nederlandse jongeren. Een toekomst die niet alleen leefbaar is, maar ook groener, schoner en socialer. Dat is het Nederland waar jongeren in willen wonen en waar we in *kunnen* wonen, als we bereid zijn er hard voor te werken.

Gelukkig zijn jongeren niet vies van hard werken. In 2023 is ons doel helder: de Jonge Klimaatagenda 3.0 werkelijkheid maken!

Namens iedereen bij de Jonge Klimaatbeweging,

Aniek, Irthe, Laura, Marlou, Max, Sandra, Tiffanie en Youri

Afkortingen of termen die we vaak gebruiken

JKA	Jonge Klimaatagenda
JKB	Jonge Klimaatbeweging
JO	Jongerenorganisatie
JKP	Jonge Klimaatpanel
PA	Public Affairs
WAT-GP	We Are Tomorrow - Global Partnership
WG	Werkgroep

Inhoudsopgave

Voorwoord **2**

Inhoudsopgave **4**

Dit is de Jonge Klimaatbeweging **6**
Onze visie 6
Onze missie 6
Wat we doen 6

’22 in beeld **7**

Impact in cijfers **8**

Logo’s van alle aangesloten JO’s in 2022 **8**

1. Eigenaarschap over onze toekomst **9**
1.1 Public Affairs 9
1.1.1 Successen 9
1.1.2 Wat hebben we geleerd? 9
1.1.3 Toekomstplannen 10
1.2 Jonge Klimaatagenda 11
1.2.1 Successen 12
1.2.2 Wat hebben we geleerd? 12
1.2.3 Toekomstplannen 12
1.3 Jongerenorganisaties 13
1.3.1 Successen 13
1.3.2 Wat hebben we geleerd? 13
1.3.3 Toekomstplannen 14
1.4 Jonge Klimaatpanel 15
1.4.1 Successen 15
1.4.2 Wat hebben we geleerd? 15
1.4.3 Toekomstplannen 16
1.5 We Are Tomorrow - Global Partnership 17
1.5.1 Successen 17
1.5.2 Wat hebben we geleerd? 17
1.5.3 Toekomstplannen 18

2. Inspireren en Activeren **19**
2.1 JKB on Tour 19
2.1.1 Successen 19
2.1.2 Wat hebben we geleerd? 19
2.1.3 Toekomstplannen 19

2.2 Communicatie werkgroep 20
2.2.1 Campagne werkgroep 20
2.2.1.1 Successen 20
2.2.1.2 Wat hebben we geleerd? 20
2.2.1.3 Toekomstplannen 21
2.2.2 Social Media Team 21
2.2.2.1 Successen 21
2.2.2.2 Wat hebben we geleerd? 22
2.2.2.3 Toekomstplannen 22
2.2.3 Marketing & Communicatie werkgroep 23
2.2.3.1 Successen 23
2.2.3.2 Wat hebben we geleerd? 23
2.2.3.3 Toekomstplannen 24
2.3 Persteam 25
2.3.1 Successen 25
2.3.2 Wat hebben we geleerd? 25
2.3.3 Toekomstplannen 26
2.4 GROW 27
2.4.1 Successen 27
2.4.2 Wat hebben we geleerd? 27
2.4.3 Toekomstplannen 27
2.5 Events 28
2.5.1 Successen 28
2.5.2 Wat hebben we geleerd? 28
2.5.3 Toekomstplannen 28

3. Organisatie 29
3.1. Zij maken de JKB 29
3.2. Community Team 31
2.2.1 Successen 31
2.2.2 Wat hebben we geleerd? 31
2.2.3 Toekomstplannen 32
3.3 Financiën en acquisitie 33
3.3.2 Successen 33
3.3.3 Wat hebben we geleerd? 33
3.3.4 Toekomstplannen 34

4. Financiële verantwoording 35

Colofon 36

Dit is de Jonge Klimaatbeweging

Onze visie

De Jonge Klimaatbeweging (JKB) heeft sinds haar oprichting het doel om klimaatverandering terug te dringen en het welzijn van mens en natuur te beschermen. Voor nu en voor de toekomst. Samen bouwen we aan een 1,5-graadsamenleving[1] met **klimaatrechtvaardigheid**, **toekomstbestendigheid**, **empathie** en **participatie van jongerenorganisaties** als centrale uitgangspunten.

Onze missie

De JKB verenigt en vertegenwoordigt de stem van meer dan 1.000.000 jongeren, verspreid over meer dan 60 jongerenorganisaties, in politiek en bedrijfsleven voor een duurzame toekomst. Zo stellen we een leefbare toekomst veilig voor alle jongeren in Nederland.

Wat we doen

- **We verenigen jongeren!** Meer dan 60 jongerenorganisaties scharen zich achter de Jonge Klimaatagenda, onze gedeelde visie voor 2050. Tijdens Klimaatdialogen, die we regelmatig organiseren, halen we de ideeën en voorkeuren van onze groeiende achterban op. In onze transitieplannen en position papers hebben we deze nog verder uitgediept.
- **We laten onze duurzame stem horen!** Via de tafels van het Klimaatakkoord, het Sociaal Economische Raad (SER) Jongerenplatform, Coalitie-Y, ministeries en de Tweede Kamer laten wij de duurzame stem van jonge generaties horen. Zo zorgen wij ervoor dat deze organisaties de ideeën van jongeren meenemen in klimaatbeleid.
- **We doen mee!** We zorgen ervoor dat jongeren meepraten over nieuw beleid. Zo verzekeren we met JongRES dat in alle 30 regio's van de Regionale Energiestrategie een jongere aan tafel zit;
- **We inspireren en activeren jongeren!** Met geweldige campagnes en evenementen brengen we klimaat en duurzaamheid onder de aandacht bij jongeren. Zo was onze verkiezingscampagne Kies voor Klimaat en ons Klimaatkandidatendebat een groot succes met een bereik van meer dan 500.000 mensen;
- **We zijn internationaal!** Ons We Are Tomorrow Global Partnership (WAT-GP) mobiliseert jongeren in 11 landen om ook daar ambitieuzer klimaatbeleid af te dwingen. Dit doen we samen met het ministerie van Buitenlandse Zaken.
- **We zijn zichtbaar!** We laten van ons horen in de media om ervoor te zorgen dat iedereen de zorgen, kansen en ideeën van jongeren kent!

[1] Een samenleving die leeft op een planeet die niet meer dan 1,5 graden is opgewarmd vergeleken met vóór de Industriële Revolutie en er alles aan doet om de opwarming ook niet verder te laten stijgen.

’22 in beeld




MSV
NIJMEGEN
NIVO
JO
JONGE
KLIMAATAGENDA
3.0


JONGE
KLIMAATAGENDA
3.0

Impact in cijfers

Campagnes: 9
Aangesloten jongerenorganisaties: 51
Klimaatdialogen: 2
Eén lancering van de Jonge Klimaatagenda met 350 aanwezigen.
Ludieke acties: 2
Gesprekken met ministers en Tweede Kamerleden: 26
Meeste jongeren bereikt met organische post op Instagram: 6 678
Meeste jongeren bereikt met organische post op LinkedIn: 53,667
Meeste jongeren bereikt met gebooste post op Facebook/Instagram: 98,900
Betrokken vrijwilligers: 136 vrijwilligers verspreid over 14 werkgroepen.
Mediaoptredens: 38
SPRINTers: 5 (1 Sprint traject)

Logo's van alle aangesloten JO's in 2022



1. Eigenaarschap over onze toekomst

1.1 Public Affairs

De werkgroep Public Affairs vertegenwoordigt jongeren op basis van de Jonge Klimaatagenda (JKA) bij de overheid en de politiek.

We hebben het afgelopen jaar heel veel bereikt. We hebben twee van onze voorstellen in het coalitieakkoord gekregen, zijn een stevige partner van het Ministerie van EZK en IenW, we worden steeds beter gevonden en zijn bekend bij relevante politici. Ook zijn we bezig gegaan met het beter georganiseerd krijgen van onze interne structuur.

1.1.1 Successen

1. We hebben de Zilveren Vos gewonnen! Dat is de prijs voor beste belangenbehartiging vanuit de Beroepsvereniging voor Public Affairs (BVPA).
2. Onze voorstellen, de generatietoets en klimaatautoriteit, staan in het coalitieakkoord en worden uitgewerkt in samenwerking met ons.
3. Het Ministerie van EZK en IenW weten ons ontzettend goed te vinden. We worden structureel betrokken bij verschillende onderwerpen en worden gezien als een goede samenwerkingspartner.
4. Politici op Klimaat en Energie kennen ons en gaan graag met ons in gesprek.
5. We werken samen met andere werkgroepen zoals Campagnes en Pers voor een nog sterkere jongerenvertegenwoordiging.
6. We participeren bij ministeries op de JKA-thema’s economie, energie, mobiliteit, wonen en onderwijs.
7. We zijn met de hele organisatie bezig met het opzetten van belangenbehartiging op het nieuwe thema: water.
8. Er is een langtermijnvisiedocument en inwerkdocument opgesteld.
9. We hebben meerdere samenwerkingen gehad met organisaties uit onze achterban.

1.1.2 Wat hebben we geleerd?

1. Een duidelijke focus is heel belangrijk, anders loop je het risico geleefd te worden door enkel in te spelen op actualiteiten. Dat resulteert in een minder sterke lobby op de belangrijke thema's en dat we te veel hooi op onze vork nemen waardoor de kwaliteit afneemt.
2. De Public Affairs werkgroep werkt het beste wanneer de werkgroepleden weten waar ze verantwoordelijk voor zijn, eigenaarschap ervaren en energie halen uit de dingen die ze doen.
3. Er zit veel kennis over public affairs bij de werkgroepleden die al lang in de werkgroep zitten. We moeten er goed over na gaan denken hoe we die kennis behouden als deze mensen gaan uitstromen. Denk daarbij aan een PA-adviesraad, een senior-junior constructie of iets dergelijks.

4. Het hebben van thema-specifieke taskforces met een aanvoerder per taskforce lijkt goed te werken.
5. De Jonge Klimaatbeweging wordt een steeds belangrijkere speler in het politieke debat. Onze adviezen worden van links tot rechts heel serieus meegenomen en we worden zelfs gevraagd voor ideeën. Dat is heel bijzonder en ontzettend waardevol. Daar komt bij kijken dat we door de politiek ook meer verantwoordelijk worden gehouden voor wat we doen. Dat heeft een effect op onze politieke relaties. Dat betekent dat we altijd goed moeten nadenken over de politieke effecten van dingen die we doen. Daarbij is belangrijk dat we onze PA-expertises waarborgen, maar ook als organisatiebreed het PA-team actief om advies wordt gevraagd als het gaat om zaken die een effect kunnen hebben op de belangenbehartiging.
6. Het samenwerken met andere werkgroepen voor belangenbehartiging (zoals een ludieke actie) levert enorm veel op. Door bijvoorbeeld de creativiteit van Campagnes, de organisatie skills van Events en de politieke antenne van PA samen te brengen krijg je super effectieve belangenbehartiging.

1.1.3 Toekomstplannen

De komende maanden zal Public Affairs zich voornamelijk focussen op uitrollen van de JKA 3.0 en de eindversie van de watervisie. Daarnaast zal Public Affairs zich politiek bezighouden met de onderwerpen Circulaire Economie, Duurzaam Wonen, Duurzaam Onderwijs, Generatietoets en Klimaatraad. Deze onderwerpen zullen ondersteund worden door het introduceren van een systematische manier om gesprekken voor te bereiden én te verslagen in het programma Notion. Later in het jaar zal Public Affairs een manier zoeken om monitoring professioneler te maken. Intern zal Public Affairs zich inzetten om samenwerking in de belangenbehartiging en interne kennisdeling te bevorderen met andere werkgroepen zoals Campagnes, Events, Pers en de Jonge Klimaatagenda.

1.2 Jonge Klimaatagenda

De werkgroep Jonge Klimaatagenda haalt input op bij jongerenorganisaties uit onze achterban en combineert de verschillende meningen vervolgens in ons visiedocument: de Jonge Klimaatagenda (JKA). Dit visiedocument is het mandaat voor onze jongerenvertegenwoordiging bij beleidsmakers en de politiek.

Sinds de zomer 2021 is de werkgroep aan de slag gegaan met het schrijven van een nieuwe versie van de JKA: de JKA 3.0, die gelanceerd is op 29 september 2022 in Pakhuis de Zwijger en daar is overhandigd aan Minister voor Klimaat en Energie Rob Jetten. Dit nieuwe document is ambitieuzer dan ooit en vormt de routekaart voor een duurzamer, socialer, en fijner Nederland in 2040.
De lancering van de JKA 3.0 was een groot succes: de eerste paar handtekeningen van jongerenorganisaties, en met meer dan 300 aanwezigen hebben we de visie van de JKA 3.0 breed kunnen presenteren. In de maanden na de lancering is de JKA 3.0 uitgerold, onder andere door deze in samenwerking met PA te overhandigen aan ministers en beleidsmakers andere door de Minister voor Volkshuisvesting en Ruimtelijke Ordening Hugo de Jonge en het Kabinet van de Koning.
Sinds de lancering is het aantal handtekeningen van jongerenorganisaties gegroeid naar meer dan 30 handtekeningen. Dat is onder andere te danken aan het nauwe contact dat we hebben gehouden met de jongerenorganisaties in onze achterban tijdens het schrijven van de JKA 3.0. We hebben twee Klimaatdialogen (één online en één fysiek) georganiseerd om in gesprek te gaan met jongeren over hoe zij Nederland in 2040 willen zien. Deze input vormt de basis van de JKA 3.0. Daarnaast hebben de themamanagers regelmatig contact gehad met de jongerenorganisaties in onze achterban die relevant zijn voor hun thema, en zijn er meerdere feedbackrondes geweest, waarin jongerenorganisaties hun visie op de conceptversies van de JKA 3.0 konden geven. In samenwerking met de werkgroep JKPanel hebben we stellingen voorgelegd aan individuele jongeren, wiens input ook verwerkt is in de JKA 3.0.

Nadat de JKA 3.0 af was, is de werkgroep aan een nieuw doel begonnen, namelijk het uitdragen van de JKA 3.0 bij een breder publiek. De themamanagers traden op als jongerenexpert voor hun thema, zowel binnen als buiten de JKB. In dat kader heeft de themamanager Biodiversiteit bijvoorbeeld meegewerkt aan het organiseren van een evenement over biodiversiteit in het Rijksmuseum, zijn themamanagers te gast geweest bij podcasts en hebben zij opiniestukken geschreven. Hiervoor heeft de werkgroep nauw samengewerkt met de werkgroepen PA en Events. Er is een kennisgroep tussen PA en JKA opgericht op de thema's biodiversiteit en water.

De JKA 3.0 schetst de toekomstvisie, maar legt nog niet altijd even concreet uit hoe we nu moeten handelen om dat toekomstbeeld te bereiken. Daarom zijn we in de twee laatste maanden aan de slag gegaan met het voorbereiden van een uitbreiding van de JKA 3.0, die het toekomstbeeld nog meer vertaalt naar het heden op het thema van water: de Jonge Watervisie.

1.2.1 Successen

1. De JKA werkgroep heeft de JKA 3.0 geschreven en deze nieuwste versie van ons visiedocument is uitgebreider, concreter en ambitieuzer dan ooit!
2. De JKA werkgroep heeft voor de twee nieuwe thema's energie & industrie en biodiversiteit & natuur binnen een jaar alle input opgehaald en op papier gezet.
3. We hebben twee succesvolle Klimaatdialogen georganiseerd, één online in januari en één fysiek in april, met veel deelnemers en goede ideeën.
4. We hebben veel contact gehad met jongerenorganisaties via Klimaatdialogen, een vragenlijst over de thema's van de JKA 3.0 en via een gloednieuwe JKA nieuwsbrief.
5. De JKA werkgroep is nauwer gaan samenwerken met de werkgroep PA door in groepjes met JKA-leden en PA-leden samen te werken aan thema's, zoals biodiversiteit en water.

1.2.2 Wat hebben we geleerd?

1. De JKA werkgroep heeft via de Klimaatdialogen veel jongeren kunnen spreken, maar we zouden graag nog meer concrete input ophalen vanuit verschillende jongerenorganisaties via vragenlijsten, wellicht een panel en directe gesprekken met vertegenwoordigers van jongerenorganisaties. Zo kunnen we nog beter uitleggen wat jongeren precies willen.
2. Binnen de werkgroep zijn er dit jaar een paar wisselingen van thema managers geweest, waarbij er kennis verloren gaat op dat thema. We zouden graag willen dat de thema managers in de toekomst langer dan een maand echt samenwerken om de nieuwe themamanager goed in te werken op het thema.
3. Het schrijven van een JKA kost veel tijd en er zijn veel verschillende fasen in het schrijfproces: onderzoek, schrijven, feedback en herschrijven (vaak), editing, akkoord, opmaak, druk. Allereerst moeten de thema managers expert worden op hun thema, dus is er een onderzoeksfase, waarin de thema managers nog geen teksten aanleveren. Achteraf is deze fase, die bij ons ongeveer 5 maanden was, te lang geweest. In de praktijk blijkt dat thema managers deadlines nodig hebben om actief aan de slag te gaan met hun teksten en in de toekomst zou een onderzoeksfase van 2 maanden genoeg zijn om een eerste fase op papier te zetten. Dan is er meer tijd voor het herschrijven en editen, wat vaak meer vragen en werk oplevert dan het onderzoeksdeel.

1.2.3 Toekomstplannen

In 2023 gaat de JKA-werkgroep zich richten op het verder uitwerken van de JKA 3.0 in concrete, toepasbare beleidsvoorstellen. Het eerste deel van het jaar doet de JKA-werkgroep dat rondom het onderwerp water. De werkgroep gaat aan de slag met een JKA-addendum over water, de Jonge Watervisie, die in maart gelanceerd wordt. Naderhand gaat de werkgroep aan de slag met een praktisch document waarin we beleidsvoorstellen beschrijven die de politiek nu zou kunnen overnemen om het 2040 van de JKA 3.0 waar te maken.

1.3 Jongerenorganisaties

De werkgroep jongerenorganisaties onderhoudt het contact met de achterban, zorgt ervoor dat de achterban gericht wordt uitgebreid, brengt de achterban in kaart en brengt andere werkgroepen met organisaties in contact. De werkgroep is de schakel tussen de jongeren die de JKB vertegenwoordigt en de JKB zelf.

In 2022 hebben we jongerenorganisaties weer fysiek kunnen uitnodigen en ontmoeten. De bijeenkomsten stonden in het teken van het vormen van de nieuwe Jonge Klimaatagenda, die in september is gelanceerd. De aangesloten jongerenorganisaties van afgelopen jaar zijn daarbij meteen erg betrokken geweest. Het nieuwe visiedocument is inmiddels door 51 jongerenorganisaties ondertekend.

Afgelopen jaar is de basis voor beter contact met jongerenorganisaties afgerond (middels het CRM-systeem) en beter up-to-date gemaakt. De wisselmomenten van het bestuur van aangesloten JO's zijn toegevoegd om meer uit één bestuursjaar te kunnen halen.

1.3.1 Successen

1. De JKA 3.0 is ondertekend door 51 jongerenorganisaties!
2. Een groot aantal jongerenorganisaties was aanwezig bij de Klimaatdialogen en bij de lancering van de nieuwe Jonge Klimaatagenda.
3. De aangesloten jongerenorganisaties zijn diverser geworden, waardoor we een brede achterban vertegenwoordigen.
4. Communicatie met jongerenorganisaties verder gestructureerd door een CRM systeem op te zetten en een opzet voor een werkgroep Jongerenorganisaties opgezet om het contact in 2023 met jongerenorganisaties te verbeteren.

1.3.2 Wat hebben we geleerd?

1. Jongerenorganisaties werken graag met ons samen, maar de activiteiten van de Jonge Klimaatbeweging zijn vaak niet hun prioriteit. Met meer doortastendheid en herinneringen kunnen we (zonder opdringerig te zijn) meer uit de samenwerkingen halen.
2. Het contact met jongerenorganisaties was op een minimaal basisniveau. Om meer samen te werken en betere contacten te onderhouden met de achterban kan het bestuurslid Jongerenorganisaties structureel interne hulp gebruiken.
3. Het blijft lastig om te zorgen dat alle contacten in het systeem up-to-date zijn. Het is aan te raden om in de toekomst hier proactiever op te checken, zodat alle mailadressen en telefoonnummers altijd de juiste zijn.

1.3.3 Toekomstplannen

In 2023 zal het bestuurslid Jongerenorganisaties ondersteund worden door de werkgroep Jongerenorganisaties. Samen gaan we ons richten op het ontwikkelen van een lange termijn strategie zodat er per thema in de Jonge Klimaatagenda genoeg relevante jongerenorganisaties zijn. Hierdoor kunnen we een beter plan maken om onze achterban nog diverser en representatiever te maken. Daarnaast zullen we een handleiding ontwerpen zodat we organisaties kunnen ondersteunen om een jongerenorganisatie op te zetten. Op deze manier kunnen we jongeren helpen om hun stem harder te laten klinken in hun eigen organisatie.

1.4 Jonge Klimaatpanel

Het JKPanel geeft jongeren de kans om hun stem te laten horen over klimaatvraagstukken. Dit doen we door elke twee maanden een vragenlijst te sturen naar de deelnemers van het JKPanel. Via deze vragenlijst kunnen jongeren hun mening geven over verschillende onderwerpen. Van hun mening over Nederlands klimaatbeleid tot biodiversiteit, de stem van jongeren doet ertoe. De uitkomsten van het JKPanel gebruiken we voor onze belangenbehartiging, in onze JKA, en laten we zien op social media. Op deze manier versterkt het JKPanel jongerenvertegenwoordiging op het gebied van klimaat.

Het afgelopen jaar is het gelukt om het totale aantal leden van het JKPanel te laten groeien. Een belangrijk doel hebben we hiermee behaald! Ook hebben we succesvol samengewerkt met andere werkgroepen om de impact en zichtbaarheid van het JKPanel te vergroten, zoals het Social Media Team. Bovendien hebben we met het JKPanel bijgedragen aan de nieuwe JKA. Dit hebben we gedaan door panels samen te stellen over de nieuwe thema's van de JKA. Er zijn ook een heleboel nieuwe ideeën over de professionalisering en de toekomst van het JKPanel!

1.4.1 Successen

1. Het totaal aantal leden van het JKPanel is gegroeid tot meer dan 1500.
2. Er is meer aandacht gegeven aan de resultaten van het JKPanel op onze website en social media. Op de website zijn de resultaten per panel op een nieuwe manier vormgegeven. Daarnaast zijn op social media de resultaten van drie panels weergegeven.
3. Als JKPanel hebben we met onze panels bijgedragen aan het schrijven van de nieuwe JKA. De resultaten van de panels vormden een belangrijke bijdrage aan de nieuwe thema's.

1.4.2 Wat hebben we geleerd?

1. Het afgelopen jaar waren er veel ideeën om het JKPanel te laten groeien. Ook waren er nieuwe kansen om het JKPanel bij nieuwe projecten te betrekken. Door tijdsgebrek is dit niet gelukt. Het is belangrijk om hier prioriteiten te stellen, en andere werkgroepen bij te betrekken.
2. Het is een uitdaging om het aantal respondenten van het JKP te vergroten. Omdat het totale aantal leden groeit, is het voor de vertegenwoordiging belangrijk om het aantal respondenten te laten groeien. Er moet gekeken worden naar manieren om dit te realiseren.
3. Het betrekken van meer werkgroepen bij het JKPanel is een uitdaging. Sommige onderwerpen zijn minder geschikt voor elke werkgroep. Daarom is het goed om naar de kansen of onderwerpen te kijken die geschikt zijn per werkgroep.

1.4.3 Toekomstplannen

Komend jaar zal de JKPanel de groei in aantal leden en respondenten voortzetten. Hierin is de samenwerking met andere werkgroepen noodzakelijk en zal daarom ook een punt van aandacht blijven. Daarnaast zullen de resultaten van de panels ook in rapportvorm worden verwerkt, zodat deze in onderzoeken van studenten en professoren kunnen worden meegenomen.

1.5 We Are Tomorrow - Global Partnership

Het We Are Tomorrow - Global Partnership (WAT-GP) is het internationale partnerschap van de JKB, opgericht in 2019 in samenwerking met het Ministerie van Buitenlandse Zaken. WAT-GP brengt klimaatjongerenorganisaties zoals de JKB vanuit allerlei landen samen en stimuleert kennisdeling en ondersteunt de partners in hun werk. WAT-GP is opgericht met de intentie om de JKA ook in andere landen te introduceren als een goed middel om jongerenvertegenwoordiging op te zetten binnen een land.

De werkgroep WAT-GP is opgericht als onderdeel van de JKB met het uiteindelijke doel om een onafhankelijke organisatie te worden waar de JKB partner van zou zijn. Dit is op 30 augustus 2022 gelukt, toen de Stichting We Are Tomorrow - Global Partnership is opgericht. De JKB is nu de Nederlandse partner en WAT-GP en de JKB zullen de komende jaren nog nauw samenwerken, maar de JKB is niet langer faciliterend voor WAT-GP.

1.5.1 Successen

1. WAT-GP is een onafhankelijke stichting geworden op 30 augustus 2022.
2. WAT-GP team is in 2022 enorm gegroeid met nieuwe vrijwilligers.
3. WAT-GP heeft de Global Youth Climate Agenda (GYCA) gelanceerd op 5 november 2022, een internationaal visiedocument.
4. WAT-GP is met 10 partners naar de COP27 in Sharm El-Sheikh geweest en heeft hier de GYCA overhandigd aan verschillende Nederlandse en internationale bewindspersonen, waaronder Mark Rutte.

1.5.2 Wat hebben we geleerd?

1. Het zelfstandig worden van een organisatie kost tijd en moet niet gehaast gebeuren. Om WAT-GP op 30 augustus 2022 een onafhankelijke organisatie te laten worden, moesten op het laatste moment veel stappen worden gezet. Daardoor was er bijvoorbeeld geen tijd om tot een beslissing te komen of WAT-GP een Raad van Toezicht moet krijgen. Dit soort discussies moeten nu nog gevoerd worden, maar kunnen beter nog voor de onafhankelijkheid afgewikkeld worden.
2. Mede door de snelheid waarmee WAT-GP onafhankelijk is geworden, was er onduidelijkheid over de verdeling tussen het werkgebied van WAT-GP en de JKB, met name op het gebied van contact met de Nederlandse overheid. Dit leidde tot onnodige spanningen. In het vervolg is het aan te raden om na het tekenen van een Memorandum of Understanding op korte termijn ten minste één gesprek te laten plaatsvinden om ervoor te zorgen dat iedereen de Memorandum of Understanding op dezelfde manier interpreteert.
3. De samenwerking met partnerlanden d.m.v. WAT-GP is in het bijzonder waardevol op internationale conferenties zoals de COP. Dit soort evenementen en belangenbehartiging momenten zijn bij uitstek geschikt om samen met partnerlanden de

stem van jongeren in het klimaatdebat sterk te laten horen, maar ook om elkaar organisatorisch en mentaal te ondersteunen. In het vervolg kunnen we daar meer op inzetten.

1.5.3 Toekomstplannen

WAT-GP zal in de komende jaren uitgroeien tot een professionele en zelfstandige stichting. De JKB zal WAT-GP hierin tot 2025 ondersteunen als faciliterend partner, tot WAT-GP volledig onafhankelijk kan opereren. Denk bij het ondersteunen aan het overhandigen van een deel van onze accreditatie voor de klimaattop en andere internationale conferenties, totdat WAT-GP dit zelf kan regelen.

2. Inspireren en Activeren

2.1 JKB on Tour

JKB on Tour geeft lessen en workshops over klimaat. Dit doen we voornamelijk op mbo-scholen. We zagen dat MBO-studenten te weinig betrokken werden bij klimaat onderwerpen. Daarom hebben we onze lessen gericht op deze studenten. Deze lessen maken het mogelijk een nog groter en breder aantal jongeren te bereiken. In de lessen geven we de studenten informatie over duurzaamheid, en laten we zien hoe klimaatverandering verbonden is met hun dagelijks leven. Ook zetten we de studenten aan het denken door interactieve oefeningen te gebruiken. Het afgelopen jaar hebben we gewerkt aan de ontwikkeling van een nieuwe les. We zijn ook aan de slag gegaan met het vergroten van het aantal gastdocenten. Daarnaast hebben we lessen gegeven over de gemeenteraadsverkiezingen.

2.1.1 Successen

1. We hebben een succesvolle lessenreeks over de gemeenteraadsverkiezingen gegeven! Met deze lessen Klimaat en Politiek hebben we via 11 verschillende lessen 159 studenten bereikt.
2. Er is veel tijd geïnvesteerd in het zoeken naar samenwerkingen. Op deze manier kunnen we ons bereik vergroten. Een mooi voorbeeld is de samenwerking met Grootouders voor Klimaat. Samen met hen hebben we de lessen Klimaat en Politiek voorbereid, en gegeven aan MBO-studenten.

2.1.2 Wat hebben we geleerd?

1. Het actief betrekken van mbo-studenten is een uitdaging, met name in de vorm van gastdocent. Het krijgen van feedback en input op onze lessen vinden we erg waardevol. Daarom moet er gekeken worden naar een makkelijke manier waarop we mbo-studenten kunnen motiveren om dit te doen.
2. Het uitbreiden van de poule van gastdocenten kost veel tijd en energie. Daarom is het belangrijk voor dit doel een goede strategie te verzinnen. Op deze manier kunnen we op de lange termijn meer gastdocenten aantrekken.

2.1.3 Toekomstplannen

Komend jaar zal de samenwerking met andere organisaties worden voortgezet. Zo zal er met name met meer leraren burgerschap contact worden gezocht. Daarnaast blijven we de klimaatles updaten en willen we meer MBO-studenten uit alle regio’s motiveren om zich als gastdocent aan te sluiten bij JKB on Tour.

2.2 Communicatie werkgroep

2.2.1 Campagne werkgroep

De campagne werkgroep is de duizendpoot van de JKB die ervoor zorgt dat er gave acties en publieke campagnes komen.De werkgroep bedenkt bedenken ludieke acties rondom een event, project of de belangenbehartiging van de Jonge Klimaatbeweging om de impact van de boodschap te versterken en de aandacht van politici en beleidsmakers te krijgen. Dit doen ze samen met alle andere werkgroepen van de JKB zodat veel handen licht werk maken! De vijf grootste campagnes waar we in 2022 jaar aan gewerkt hebben zijn: Young Impact campagne, de gemeenteraadsverkiezingen, de JKA lancering, de Vochtig & Tochtig campagne en de COP 27 campagne.

2.2.1.1 Successen

1. De Young Impact en de campagne heeft meer dan 40.000 jongeren bereikt
2. De ‘Vochtig & Tochtig’ Campagne heeft ervoor gezorgd dat de Enkel glas motie aangenomen is door de Tweede Kamer.
3. De JKA Campagne heeft ervoor gezorgd dat meer jongeren en beleidsmakers over de lancering en inhoud van de JKA wisten en dit heeft een sterkere basis gelegd voor samenwerking met partnerorganisaties.
4. De Campagnes rond de COP 27 hebben onze invloed bij politici versterkt. We hebben bijvoorbeeld onze COP 27 snoepzakjes aan Mark Rutte en Sigrid Kaag overhandigd en zo de boodschap van de JKB en JKA 3.0 verspreid.

2.2.1.2 Wat hebben we geleerd?

1. Alleen aan de slag gaan werkt niet, er moet structureel samengewerkt worden om een doel te bereiken. Een strakke samenwerking met de Public Affairs werkgroep en de JKA werkgroepen zijn belangrijk om goed de lobby punten te behartigen in onze campagnes. Zo gaat niet alleen de kwaliteit omhoog maar ook voor de motivatie van de werkgroep.
2. Het is belangrijk om op een gestructureerde manier te werken en een duidelijke taakverdeling te hebben binnen de werkgroep en met externe partijen. Er moet een duidelijk stappenplan bestaan om alles overzichtelijker te maken en miscommunicaties te vermijden.
3. Externe partijen en andere milieu organisaties werken graag met ons samen aan campagnes. We kunnen door deze samenwerkingen onze impact vergroten en meer jongeren buiten ons netwerk bereiken.

2.2.1.3 Toekomstplannen

In 2023 gaat de Campagnes werkgroep zich op de volgende drie doelen focussen. Ten eerste, het professionaliseren van het ontwikkelings- en uitvoeringsproces van campagnes. Door een concrete stappenplan te ontwikkelen willen we ervoor zorgen dat er meer op de inhoud van campagnes gefocust kan worden en zo de samenwerking met externe partners makkelijker wordt. Ten tweede, willen we ervoor zorgen dat de campagnes beter aansluiten op onderwerpen die worden besproken in de Jonge Klimaatagenda 3.0 . Zo faciliteren we het verspreiden van de boodschap en zorgen we ervoor dat de Jonge Klimaatagenda zo veel mogelijk externe aandacht krijgt. Ten derde, we willen sterker gaan samenwerken . Er ontstaan samenwerkingen met de Public Affairs en Jonge Klimaatagenda werkgroepen om de campagnes beter te focussen rondom de belangenbehartiging van de JKA.

2.2.2 Social Media Team

Het Social Media Team is de werkgroep die ervoor zorgt dat we voor jong & oud goed te vinden zijn op alle populaire social media platforms! Ze zijn verantwoordelijk voor de online communicatiekanalen van de JKB. Zo beheren ze de online aanwezigheid van de JKB en helpen de activiteiten van de klimaatbeweging toegankelijker te maken door klimaat- en JKB-nieuws te delen op onze socials. Dit jaar heeft het Social Media Team gezorgd voor ongekende groei op alle platforms, en zijn ze reeds begonnen op TikTok.

2.2.2.1 Successen

1. Door onze communicatiestrategie is onze volgers aantal gegroeid op al onze communicatiekanalen:
    a. In 2022 is ons volgersaantal op LinkedIn met 50,1% toegenomen tot een geweldige 7603
    b. In 2022, is ons volgersaantal op Instagram toegenomen met 27% naar 5167
    c. We hebben onze TikTok pagina gelanceerd en 988 volgers opgebouwd.
2. We hebben een diverse achterban die we bereiken via onze communicatiekanalen:
    a. Onze volgers zijn beter verspreid over Nederland, waarbij 4 van de 10 regio's met de meeste volgers buiten de Randstad liggen.
    b. De leeftijd van onze volgers is gedaald en ligt nu tussen de 18 - 34 ipv de 34+ van vorige jaren
3. We hebben een communicatieplan geschreven voor aankomend jaar om onze content op de social media kanalen efficiënter te kunnen delen en zo beter onze target groepen te bereiken (eg: politici, beleidsmakers, JOs, algemene jongeren)
4. We hebben diverse content gepost, variërend van goed klimaatnieuws tot de JKB maandelijkse update tot persberichten, en zo meer volgers getrokken.

2.2.2.2 Wat hebben we geleerd?

1. De werkgroep is erg enthousiast en wil graag het meeste doen voor iedereen. Helaas is er maar een gelimiteerde hoeveelheid tijd en moet er van tevoren gewerkt worden. Het is dus belangrijk dat de content van andere werkgroepen van tevoren ingeleverd worden. Zo kunnen alle posts op tijd in elkaar gezet worden en vermijden we het laat posten van content.
2. Sommige communicatiekanalen, zoals TikTok, nemen meer tijd dan andere. Er moet dus goed uitgedacht worden welke doelgroep we willen bereiken en op welke trends we wel of niet willen inhaken.
3. Het is soms moeilijk om aan iedereen direct duidelijk te maken wat de JKB doet, dit ook omdat er zoveel gedaan wordt. We moeten meer focus leggen op onze impact en vaker een spotlight zetten op onze activiteiten.

2.2.2.3 Toekomstplannen

De Social Media werkgroep richt zich het komende jaar op de volgende drie doelen. Ten eerste, willen we onze social media strategie per communicatiekanaal verder ontwikkelen. Zo willen we onze uitstraling naar de buitenwereld meer stroomlijnen om dat element van jong, fris en goed geïnformeerd over het klimaatdebat te behouden en onze branding strategie verder uit te breiden. Ten tweede, willen we onze online aanwezigheid inclusiever en representatiever maken door de taal en design van onze posts makkelijk verstaanbaar te maken voor jong en oud. Zo zorgen we ervoor dat content van onze socials toegankelijk is voor iedereen en verlagen we de drempel voor jongeren om betrokken te worden in het klimaatdebat. Ten derde, willen we onze online aanwezigheid verder uitbreiden. De vrijwilligers van de Jonge Klimaatbeweging doen veel, maar vaak gebeurt het allemaal achter de schermen en dat is een gemist communicatiemoment. We willen ervoor zorgen dat dit meer op de socials komt zodat jongeren een beter beeld hebben van wie we zijn, wat we doen en hoe ze zich ook kunnen inzetten.

2.2.3 Marketing & Communicatie werkgroep

De Marketing & Communicatie werkgroep is de werkgroep die verantwoordelijk is voor de marketing van en communicatie over de Jonge Klimaatbeweging. Ze ontwerpen de interne en externe branding van de Jonge Klimaatbeweging en overzien de marketing en merchandising strategie van de organisatie. Dit jaar hebben ze bijvoorbeeld gezorgd dat de externe communicatie zoals de nieuwsbrief en website up to date waren en hebben ze andere werkgroepen ondersteunt in het uitdenken van een communicatieplan om beter in de JKB branding te passen.

2.2.3.1 Successen

1. De JKB branding verder gestroomlijnd door communicatie material voor verschillende JKB events, projecten en partners te ontwerpen.
2. De externe communicatie van de JKB met partners te versterken door de nieuwsbrief te herstarten en de website te updaten.
3. Verschillende werkgroepen ondersteunen in het uitdenken van een strategische communicatieplan om het bereik van de JKB te vergroten

2.2.3.2 Wat hebben we geleerd?

1. Om zichtbaarder te worden moet de Jonge Klimaatbeweging een herkenbare identiteit hebben die gestroomlijnd wordt door al onze communicatiekanalen, events en projecten. De Marketing en Communicatie werkgroep speelt een belangrijke rol hierin en moet werkgroepen meer ondersteunen in het ontwerpen van communicatiematerialen en strategieën van hun events. Zo zorgen we ervoor dat de uitstraling van de JKB jong, fris en professionele blijft.
2. De naamsbekendheid van de JKB is belangrijk om te zorgen dat de Jonge Klimaatbeweging groeit als politieke lobby maar ook om nieuwe vrijwilligers en sponsors te trekken. Het ontwerpen van merchandising is een efficiënte manier om de naamsbekendheid van de JKB te vergroten. Zo kunnen niet alleen JKB vrijwilligers onze brand ambassadors worden maar ook algemene JKB fans en creëren we een vaste stroom van inkomsten.

2.2.3.3 Toekomstplannen

Aankomend jaar wil de Marketing en Communicatie werkgroep zich focussen op de interne positie van MarCom binnen de Jonge Klimaatbeweging versterken om andere werkgroepen beter te kunnen ondersteunen in het ontwerpen van communicatiestrategieën. Zo zorgt de werkgroep ervoor dat de gehele organisatie op dezelfde manier de Jonge Klimaatbeweging vertegenwoordigt en dat de JKB uitstraling gestroomlijnd wordt. Daarnaast wil de werkgroep de employer branding van de Jonge Klimaatbeweging uitbreiden. We willen verschillende merchandise ontwerpen om de naamsbekendheid van de Jonge Klimaatbeweging te versterken op een laagdrempelige manier. Zo creëren we een vaste stroom van inkomen en kunnen mensen ons steunen door onze merchandise te kopen.

2.3 Persteam

Het Persteam van de Jonge Klimaatbeweging zorgt ervoor dat we flink van ons laten horen in de media! Zo schrijft het Persteam persberichten als we een bijzonder evenement organiseren, schrijven ze opiniestukken om kritisch te reflecteren op het nieuws en denken ze mee over hoe we onze activiteiten zo veel mogelijk op papier, tv en radio kunnen promoten. Dit jaar heeft het Persteam ervoor gezorgd dat onze organisatie veel zichtbaarder is geworden in de media, door een recordaantal aan stukken te laten publiceren.

2.3.1 Successen

- In 2022 werden er maar liefst **zeven verschillende opiniestukken** gepubliceerd!
- Voor onze publicaties zochten we een diverse groep kranten uit, van de Volkskrant, tot de Trouw en het NRC. Zo zorgden we ervoor dat onze stem zoveel mogelijk mensen bereikte!
- Onze reacties op het nieuws werden **negen keer overgenomen** door online media.
- Het Persteam schreef in 2022 niet alleen… Vier van de gepubliceerde opiniestukken werden geschreven met andere organisaties of vrijwilligers uit andere werkgroepen van de Jonge Klimaatbeweging.
- We spraken Nederland **vier keer** toe op televisie: één keer bij talkshow Khalid en Sophie om te praten over de COP 26 in Glasgow, één keer in een rapportage van EditieNL, één keer in het NOS-journaal en één keer in een klimaat-speciaal van de NOS.

2.3.2 Wat hebben we geleerd?

- Afgelopen jaar hebben we geleerd dat veel vrijwilligers van de JKB graag meeschrijven aan opiniestukken. Dat is goed nieuws! Om ervoor te zorgen dat het Persteam de extra werkdruk kan bijhouden, hebben we een stappenplan ontwikkeld die andere werkgroepen moeten volgen.
- Om vaker bij TV en radio te worden uitgenodigd, zullen we een aparte woordvoerder moeten aannemen die de voorzitter ondersteunt in het verspreiden van diens boodschap. Deze woordvoerder kan proactief op zoek naar media die onze boodschap willen helpen verspreiden.
- Het is belangrijk om individuele contacten met journalisten, zowel bij krant als radio en TV, goed te onderhouden. Tegelijkertijd moeten we ervoor zorgen dat als individuele contacten wegvallen, we zo snel mogelijk weer een band opbouwen met hun opvolgers. Dit helpt bij het vergroten van onze zichtbaarheid.

2.3.3 Toekomstplannen

Het komende jaar staat in het teken van de uitwerking van de Jonge Klimaatagenda 3.0. Het persteam zal in 2023 een agenderende rol op zich nemen en zo verschillende thema's uit de Jonge Klimaatagenda in het zonnetje zetten in de media. Zij zullen op dit vlak nauw samenwerking met andere werkgroepen, zoals Public Affairs en Marketing & Campagnes, zodat we onze superkrachten zoveel mogelijk bundelen om maximale impact te maken.

2.4 GROW

GROW is ons trainingsprogramma voor jongeren. Dit trainingsprogramma is een samenwerking met Oxfam Novib. Met deze trainingen geven we jongeren de mogelijkheid om te leren over klimaatonderwerpen. Er komen verschillende onderwerpen aan bod, van voedsel tot circulaire economie. Naast kennis opdoen, kunnen jongeren ook vaardigheden leren. Op deze manier zorgen we voor meer bewustwording. Ook planten we een zaadje voor klimaatactie, want wij geloven dat deze kennis en vaardigheden zorgen voor actie. Het afgelopen jaar hebben we verschillende trainingen gegeven over klimaatonderwerpen. Dit hebben we gedaan met een nieuw concept, een nieuwe huisstijl, en de hulp van onze partner Oxfam Novib.

2.4.1 Successen

1. We hebben fysieke trainingen gegeven over drie verschillende thema's. Dit waren leerzame trainingen over de thema's voedsel, macht & politiek, en individu. Hier hebben we 71 jongeren mee bereikt!
2. Om toffe trainingen te organiseren hebben we samengewerkt met andere werkgroepen. Zo hebben we samengewerkt met PA om de Nederlandse klimaatgezant als spreker uit te nodigen voor het thema Macht & Politiek. Een ander voorbeeld is de samenwerking met JKPanel om de mening van jongeren te horen over thema's voor trainingen.
3. Is de nieuwe structuur van 3 trainingen per thema ingevoerd en zijn hier veel positieve reacties op gekomen van de bezoekende jongeren.

2.4.2 Wat hebben we geleerd?

1. Promotie van de trainingen is erg belangrijk om een groot aantal jongeren te bereiken. Hiervoor is het belangrijk de juiste kanalen te vinden, en een programma te hebben staan. Ook de ervaring en kennis van Oxfam Novib kan helpen in het verbeteren van de promotie.
2. Het is belangrijk om een divers aanbod van trainingen te organiseren. Over de verschillende thema's valt veel te vertellen. Tegelijkertijd is het net zo belangrijk om over deze thema's te leren door te doen. Op deze manier houden we de trainingen toegankelijk voor veel jongeren, en zorgen we voor variatie.
3. Er zijn kansen om trainingen van GROW te combineren met andere evenementen van JKB. Op deze manier kunnen we tijdens een evenement veel jongeren bereiken met de trainingen. Ook kan dit meer samenwerking met andere werkgroepen mogelijk maken.

2.4.3 Toekomstplannen

De succesvolle nieuwe structuur van GROW zal ik 2023 worden voortgezet. De thema's van de verschillende blokken zullen afkomstig zijn van de JKA, waardoor we verbinding houden met de rest van de organisatie. Hierbij willen we ook meer klimaatnieuwsgierige jongeren naar de trainingen laten komen en hen langer betrokken houden. Tot slot blijft de promotie van GROW een aandachtspunt in het komende jaar.

2.5 Events

De werkgroep Events is verantwoordelijk voor het organiseren van interne en externe evenementen en ludieke acties van de Jonge Klimaatbeweging. Met deze evenementen weten we onze vrijwilligers, de jongerenorganisaties en natuurlijk politici en beleidsmakers enthousiast te maken voor de verschillende thema's van de Jonge Klimaatagenda! Dit jaar heeft Events zich keihard ingezet voor de lancering van de Jonge Klimaat agenda 3.0, waarbij de Jonge Klimaatagenda 3.0 werd overhandigd aan Rob Jetten, minister voor Klimaat en Energie.

2.5.1 Successen

- De lancering van de Jonge Klimaatagenda 3.0 was een groot succes! Er waren super interessante sprekers en workshops, er was een prachtige opkomst van 350 mensen en hoorden vele enthousiaste reacties!
- We worden steeds vaker gevraagd door grote organisaties om samen een evenement te organiseren. Een groot succes dit jaar was een samenwerking met het Rijksmuseum over de tentoonstelling 'Clara en Onderkruipsels'.
- Na de corona konden we eindelijk weer de jongerenorganisaties uitnodigen voor de klimaatdialogen. Bij de Klimaat dialoog waren maar liefst 29 verschillende jongerenorganisaties aanwezig!

2.5.2 Wat hebben we geleerd?

- Doordat we een groeiende organisatie zijn en steeds grotere evenementen organiseren is het belangrijk dat de verdeling van verantwoordelijkheden extra duidelijk te hebben zodat de werkgroepen goed met elkaar kunnen samenwerken.Er is veel belang bij meer
- Met grote evenementen moet goed gekeken worden naar de verdeling van de werkdruk. Een goede planning en afspraken kunnen veel stress voorkomen.
- sociale activiteiten voor vrijwilligers om elkaar beter te leren kennen en de sociale cohesie binnen de Jonge Klimaatbeweging te vergroten.

2.5.3 Toekomstplannen

In 2023 zullen we de eerste maanden focussen op het thema water. Na het schrijven van een jonge watervisie zal er een waterevenement georganiseerd worden om deze visie te lanceren. Uiteindelijk zal de jonge watervisie meegenomen worden naar de UN Waterconference. Daarna is het streven om een kleine festival te organiseren vlak voor de zomer samen met JongRES en KEK. Hier staat alleen de plannen nog voor open. Naast de grote evenementen is het doel om een aantal ludieke acties te organiseren en meer focus te leggen op sociale activiteiten voor de vrijwilligers.

3. Organisatie

3.1. Zij maken de Jonge Klimaatbeweging

De Jonge Klimaatbeweging wordt gemaakt door de inzet van haar vrijwilligers. Dat wij ons als klimaatbeweging kunnen onderscheiden door onze positieve uitstraling en constructief kritische houding is iets wat onze vrijwilligers in stand houden. Wekelijks zetten meer dan 80 vrijwilligers zich bij ons in voor een meer duurzame en rechtvaardige toekomst. Dit doen zij ondanks de zwaarte van het onderwerp, de tegenvallers en hindernissen op de weg. We prijzen ons als organisatie gelukkig dat we gevuld zijn met zo veel enthousiaste, harde werkers vol motivatie om een betere wereld te bouwen.

We hebben veel kunnen doen: de successen van het afgelopen jaar zijn niet op één hand te tellen. Het was een jaar vol met klimaatlessen, succesvolle klimaatdialogen en nog meer bereikte jongeren. Het was het jaar waarin we de Jonge Klimaatagenda 3.0 lanceerden, de wandellobby organiseerden en onze mascotte (de JKBeer!) tot leven kwam. Het feit dat we dit voor elkaar hebben gekregen, ondanks een zeer onrustig politiek klimaat en de nasleep van de corona crisis, is echt iets waar jullie uiterst trots op mogen zijn. Als bestuur zijn we dit jaar, net als voorgaande jaren, super trots op jullie allemaal en bedanken we jullie voor alles wat jullie doen.

Lieve JKB'ers, bedankt!

Aleande Ehrencron, Alex Panhuizen, Ali-Hamza Sariaslan, Amber van Druten, Aniek Moonen, Anne Dekker, Anne van Oers, Annejet Lont, Annelou Snippe, Anouk Daams, Arend van Berkel, Babke Spronk, Boris Pulskens, Busingye Nurudin, Caroline Verduijn, Chanel Stokje, Charlotte Hofstee, Dian van der Deure, Dieuwertje Wallaart, Djaricson Betrian, Elianne Wijnands, Elieska Lensink, Erah Vermeer, Erika van der Linden, Esin Erdogan, Esther Diebels, Eva Aarts, Eva Ernst, Eva Ferket, Eva Spreeuw, Eva van Genuchten, Fee Kirsch, Fieke Beckers, Ginevra Lapi, Guus Boeren, Irthe de Jong, Ivo de Haan, Jai Tjin-a-Ton, James Nijman, Jan Groenhuis, Jan Haak, Jana Elbrecht, Jasper Ewals, Jens van der Duim, Jessica Tax, Jessie Harms, Jessie Verhoeven, Jet Herman, Jikke Voerman, Jill Pellikaan, Jona Boeijink, Joppe Vleer, Joris Overmeer, Jorit Hajema, Jorn van Essen, Josephine Bosch, Joshua Nooij, Juanita Hernández González, Julia Hoornman, Katharina Elshorst, Kees Gillesse, Kiki Ritmeier, Kim ten Bras, Koen Schrier, Kris Antonisse, Laura de Vries, Laura Higuera Sánchez, Laurie van der Burg, Leila Jaspers, Lianne Suijten, Linda Barry, Lisa Kluis, Lisa van der Geer, Lisanne Bos, Lise de Groen, Loes Verdonk, Luce van Kempen, Mariana Anacleto, Marie Frenay, Marlou Duchâteau, Maró Prins, Maryse Carbo, Max Doedens, Maxime van Hoeve, Megan Chalcraft, Merel Groot, Nick van Bree, Niek van Limbergen, Noor Evers, Olivier Roekens, Olivier Vlot, Pelle van Dam, Pieter Lossie, Priti Sakha, Relebohile Mosala, Robbin de Jong, Robert Peeters, Roman Lenders, Roy Seignette, Ruben Bruin, Ruben Rosen Jacobson, Sabrina Zwetsloot, Sander Brouwers, Sander Mulders, Sandra van der Meer, Sara Langeveld, Sarah van Buren, Sena Korbee, Sofie van Putten, Sophie van der Vis, Susanna Liang, Susanne Euser, Tara Roos, Tatum van der Voort, Teie van der Hoek, Tess Beukema, Tessa Dool, Tessa van der Horst Jansen, Thomas

Baselmans, Thyrza Zoons, Tiffanie Septier, Tim Dedel, Tjalling Meinsma, Tjeerd Nijdam, Toon Zegers, Toos Töben, Urscha Fajdiga, Valérie Mendes de Leon, Wadner van den Heuvel, Wendy van Zwol, Wilmine van den Bosch, Yasmin Broere, Youri de Koomen, Zaïda Floren, Zoë de Jonge, Zomer van Noord

3.2. Community Team

In 2022 is het Community Team opgericht. Dit is een nieuwe werkgroep die de HR-manager & secretaris ondersteunt bij het professionaliseren van de interne organisatie en secretariële taken. Deze werkgroep heeft als doel om (oud-)vrijwilligers te verbinden, de interne communicatie te verbeteren en secretariële taken te vervullen.

2.2.1 Successen

1. Dit jaar is het Community Team opgericht door een nieuwe interne communicatie manager, community manager en secretarieel medewerker aan te nemen.
2. De server van de JKB is dit jaar geprofessionaliseerd door elke werkgroep een eigen schijf te geven en toegang te beperken. Zo beschermen we onze documenten beter.
3. Het vrijwilligersbestand is dit jaar geprofessionaliseerd. We hebben nu een duidelijk overzicht van onze actieve vrijwilligers en hun status. We hebben ook aan iedereen gevraagd een vrijwilligersovereenkomst te tekenen, die voor elke werkgroep is opgesteld.
    a. Ook zijn de eerste stappen gezet voor een overzichtelijk alumni bestand. Met behulp van ‘exit-formulieren’ vragen we sinds dit jaar vrijwilligers die ons verlaten of we hun gegevens mogen bewaren en ze mogen toevoegen aan het alumnibestand.
4. We hebben sinds dit jaar een onafhankelijke vertrouwenspersoon buiten de HR-manager & secretaris. Zo wordt de HR-manager ontlast, kan het bestuur ook naar de vertrouwenspersoon zonder vervelende dubbelrollen en is de vertrouwenspersoon onafhankelijker richting vrijwilligers toe.
    a. Er ligt een eerste opzet voor een protocol voor ongewenst gedrag.
5. Het eerste project van het Community Team is dit jaar afgerond en betrof een analyse van de looptijd van een gemiddelde vrijwilliger bij de JKB. Binnen deze vrijwilligersanalyse is gekeken naar bestaande pijnpunten en miscommunicaties.
6. De secretarieel manager heeft sinds diens aanstelling de verantwoordelijkheid over een groeiend aantal mailboxen ontvangen. Hij beheert nu de algemene inbox van de organisatie, en ondersteunt de voorzitter en bestuurslid politiek met hun mail, waardoor de organisatie in de laatste drie maanden nog beter bereikbaar is geworden en externen minder lang op antwoord hoeven te wachten.

2.2.2 Wat hebben we geleerd?

1. De HR-manager & secretaris was dit jaar erg druk met praktische en uitvoerende, vaak secretariële taken. Door deze dagelijkse belasting bleef er weinig tijd over voor besturende taken, zoals protocollen opstellen en langetermijnplannen maken. Nu het Community Team er is, is het belangrijk om voor het komende jaar uitvoerende taken te delegeren zodat er meer tijd is om voor verdere professionalisering van de organisatie te zorgen.

2. De voorzitter en HR-manager hebben dit jaar veel samen opgepakt, waarbij het soms onduidelijk was wie waar verantwoordelijkheid voor draagt. Voor volgende jaren moet dit van tevoren duidelijk worden afgestemd. Hierbij kan de voorzitter verantwoordelijkheid dragen voor het bestuur en de HR-manager voor de werkgroepen.
3. Sollicitaties liepen dit jaar nog niet altijd via het bestuur, wat betekent dat de procedure moeilijker te handhaven was. In de toekomst moeten sollicitaties altijd via het bestuur lopen.

2.2.3 Toekomstplannen

1. De ontwikkeling van een diversiteit & inclusie protocol stond op de planning voor 2022. Helaas moeten we als organisatie toegeven dat deze deadline die we onszelf gesteld hebben niet gehaald is. De grootste reden waarom het niet gelukt is bleek dezelfde les die hierboven staat aangegeven, namelijk de drukte en hoeveelheid van de dagelijkse taken van het bestuurslid HR/secretaris in het afgelopen jaar. Zij gaf aan zo veel van haar werkuren kwijt te zijn aan de dagelijkse administratieve taken dat ze worstelde om de tijd vrij te maken die nodig is voor een goed doordacht diversiteit & inclusie protocol. Komend jaar leren we van het afgelopen jaar. Met het opzetten van het community team wordt het bestuurslid HR ontlast van een groot deel van de dagelijkse administratieve taken. Hierdoor kan in ieder geval binnen de taken van het bestuurslid HR/secretaris wekelijks tijd vrijgemaakt worden om te werken aan het D&I protocol. Daarnaast is in samenspraak met de Raad van Toezicht de oplevering van het D&I protocol voor de komende zes maanden als eerste prioriteit bij het gehele bestuur gelegd. Simpelweg, het protocol moet af zijn voordat het bestuur van de Jonge Klimaatbeweging wisselt. De deadline is dus op 31 juni 2023.
2. Het bestuurslid HR werkt samen met haar voorganger aan een huishoudelijk reglement.
3. Op basis van de pijnpunten die naar voren zijn gekomen uit de vrijwilligersanalyse werkt de interne communicatie manager samen met het bestuurslid HR aan communicatie- en samenwerking richtlijnen.
4. De invulling van de JKBreeds is herzien en wordt dit jaar gebruikt als een middel om de hele organisatie beter geïnformeerd te houden en om binding te verhogen.
5. De vertrouwenspersoon zal elk half jaar een rapport aan het bestuur aanleveren om trends te belichten en adviezen te geven. Als toevoeging voor de vertrouwenspersoon wordt gekeken naar de mogelijkheden rondom een organisatiecoach, die de vrijwilligers te hulp kan schieten bij meer persoonlijke omstandigheden.

3.3 Financiën en acquisitie

De werkgroep acquisitie ondersteunt het bestuur in de zoektocht naar financiële middelen. Om de belangrijke projecten van de Jonge Klimaatbeweging mogelijk te maken verzorgen zij het groene geld dat daarvoor nodig is. Dit doet de werkgroep door het vinden van fondsen, sponsoring, en opdrachten.

3.3.2 Successen

- In 2022 is een eerste, grote stap gezet in het realiseren van algemene, meerjarige financiële ondersteuning. De Turing Foundation heeft een aanvraag hiervoor goedgekeurd, zoals je hieronder kunt lezen. Ook zijn er belangrijke vorderingen gemaakt in de gesprekken met andere partijen.
- Voor de verdere professionalisering van de Jonge Klimaatbeweging zal de Turing Foundation €150.000 bijdragen in de periode 2022-2025, waarvan €60.000 in 2022. Hiermee zorgen zij ervoor dat het vergoeden van reiskosten voor vrijwilligers veiliggesteld is, en hebben we het maandelijkse vacatiegeld voor het bestuur kunnen verhogen naar €150 per maand. Dit is een belangrijke volgende stap in het toegankelijker maken van de rol van bestuurslid. Ook zorgt de bijdrage voor kantoorkosten ervoor dat de Jonge Klimaatbeweging in 2023 een kantoor kan betreden dat samenwerken en vergaderen beter faciliteert.
- Er is uitvoer gegeven aan het resterende, grootste deel van de plannen waarvoor Erasmus+ de Jonge Klimaatbeweging financiële ondersteuning heeft geboden. Het hoogtepunt hiervan was de lancering van de Jonge Klimaatagenda 3.0. Daarnaast heeft een aanvraag specifiek voor dit evenement bij het Wereld Natuur Fonds ertoe geleid dat zij hebben besloten een financiële bijdrage te doen.

3.3.3 Wat hebben we geleerd?

- Het is belangrijk om de werkgroep meer te betrekken bij de activiteiten waarvoor zij aanvragen of rapportages opstelt. Het doel hierbij is meer binding met de rest van de organisatie en het beter kunnen vieren van behaalde successen.
- Met de huidige identiteit en focus van de Jonge Klimaatbeweging is het lastig om samenwerkingen met het bedrijfsleven aan te gaan. Dit is een van de onderdelen waar de werkgroep op is stukgelopen. Bij een nieuwe verkenning van de mogelijkheden kunnen hier belangrijke lessen worden geleerd.

3.3.4 Toekomstplannen

De werkgroep heeft een belangrijke rol te vervullen in het aantrekken van nieuwe fondsen en het opnieuw indienen van aanvragen bij fondsen waar we in het verleden een goede samenwerking hebben gehad. Op de korte termijn zijn er bijvoorbeeld mogelijkheden rondom de United Nations Water Conference 2023 en is een nieuwe ronde voor aanvragen voor jongerenparticipatie projecten bij Erasmus+. Het is belangrijk om een gemotiveerde en inhoudelijk betrokken werkgroep op te bouwen en te behouden, en de geleerde lessen van het afgelopen jaar komen hierbij goed van pas.

4. Financiële verantwoording

Algemeen

Op financieel vlak was het afgelopen jaar de doelstelling om de stichting een gezonde en stabiele financiële fundering te geven, door te zetten. Op die manier moest worden verzekerd dat de beschikbare middelen meegroeien met de groei en ambities. Voor een uitgebreider inzicht in de financiën verwijzen we u door naar de financiële bijlage.

Inkomsten

De totale inkomsten bedroegen dit jaar €142.692,08. Voor een specificering: zie de financiële bijlage. Dit bedrag is lager dan vorig jaar. Dit komt mede doordat de JKB niet meer de penvoerder is voor subsidies van Jong RES, dat onafhankelijk is geworden in dit boekjaar. Dit jaar lag de focus op het vinden van financiering voor algemene kosten of overhead, door middel van (meerjarige) algemene financiering. Dit is gelukt door de steun van de Turing Foundation, die ons voor de periode 2022 tot en met 2025 zal ondersteunen. De opbrengsten uit donaties daalde, aangezien we in tegenstelling tot boekjaar 2021 geen grote donatiecampagnes hebben gedaan. Daarentegen stegen de opbrengsten uit sprekers opdrachten en workshops licht.

Uitgaven

De totale uitgaven van dit jaar bedroegen €107.346,35. Zowel de vaste kosten als de projectkosten zijn licht gestegen. Zo wordt er vanaf 2022 een beoordeling gedaan door een accountant. Voor aankomend jaar zullen hier ook hogere uitgaven voor huisvestingskosten en de bestuursvacaties bijkomen, naar aanleiding van de meerjarige donatie van de Turing Foundation. De projectkosten zijn onder andere gestegen door de ontwikkeling en lancering van de Jonge Klimaatagenda 3.0.

Continuïteitsreserve en bestemmingsreserves

Met het positieve resultaat zijn er vijf bestemmingsreserves toegevoegd of aangevuld, daarnaast is de continuïteitsreserve aangevuld. Met de bestemmingsreserves gaan wij in komend boekjaar bijbehorende projecten (Professionalisering organisatie, Overkoepelende JKB on Tour, GROW, en JKA) financieren.

Colofon

Jonge Klimaatbeweging 2020
Oudegracht 60,
3511 AS, Utrecht

info@jongeklimaatbeweging.nl
KVK 67178995