Jaarverslag 2019

JONGE
KLIMAATBEWEGING

Jaarverslag 2019

1 november 2018 t/m 31 oktober 2019

Stichting Jonge Klimaatbeweging
Opgesteld door het bestuur 2018-2019 op 16 december 2019
Goedgekeurd door de Raad van Toezicht op 16 januari 2019

Helling 150
3522CC Utrecht
info@jongeklimaatbeweging.nl
jongeklimaatbeweging.nl

Inhoudsopgave

1. Voorwoord 4
2. Het jaar in een notendop 5
3. Aangesloten Jongerenorganisaties 6
4. Samenvatting 2019 7
5. Beleidsdoelen 11
   a. Overheid en Politiek 11
   b. Jonge Klimaatagenda 14
   c. Jongerenorganisaties 17
   d. Merkstrategie 19
   e. Campagnes 21
   f. De JKB als organisatie 24
   g. Financiën 27
6. Toekomst 28
7. Colofon 29

Voorwoord

Het was een bewogen jaar. Meer dan ooit lieten jongeren van zich horen dat onze toekomst op het spel staat. Met honderdduizenden tegelijk gingen ze in tientallen landen wereldwijd de straat op om actie te vragen van overheden, politici en bedrijven. Zo laat onze generatie zien dat er meer moet worden gedaan om de klimaatcrisis te stoppen, die voor veel mensen al aan de orde van de dag is. Dat systeemverandering broodnodig is. De Jonge Klimaatbeweging heeft in Nederland geprobeerd deze roep om actie om te zetten in een visie voor 2050. Met de Jonge Klimaatagenda verenigt het ruim zeventig jongerenorganisatie rondom één idee: een duurzame, veilige, inclusieve en klimaatrechtvaardige toekomst.

Het afgelopen jaar hebben we met deze agenda onder de arm uitvoering proberen te geven aan alle plannen, ideeën en idealen waar jongeren en Nederland achter staan. Of het nu ging om de onderhandelingen voor het Klimaatakkoord, het project de OnderWijzer of de campagne #ikreisanders, de frisse en vernieuwende blik van onze generatie was continu het uitgangspunt. Terwijl onze Jonge Klimaatagenda in de praktijk werd uitgevoerd, lag de Jonge Klimaatagenda 2.0 alweer op de tekentafel. De wereld verandert in rap tempo, onze beweging wordt groter en dus beweegt de Jonge Klimaatagenda mee. Een blauwdruk voor de toekomst is immers nooit af.

Op 12 oktober presenteerden we de Jonge Klimaatagenda 2.0, waaraan opnieuw tientallen jongerenorganisaties mee schreven, tijdens ons klimaatfestival We Are Tomorrow. Een naam die veelzeggend is: wij zijn de toekomst en willen die mede vormgeven. Zes maanden lang werkten een grote groep vrijwilligers waanzinnig hard aan het eerste klimaatfestival dat volledig door en voor jongeren is georganiseerd. Met ruim 1000 bezoekers, volle zalen, inspirerende sessies en een prachtige campagne was We Are Tomorrow een groot succes. De energie die samenkwam in de Westergas die 12e oktober, dat is de positiviteit en het lef die nodig zijn voor verandering. Dat zet onze beweging in gang richting de toekomstvisie van onze Jonge Klimaatagenda.

Met veel vertrouwen dragen we nu het stokje over aan een nieuw bestuur dat klaar staat om de beweging en de Jonge Klimaatagenda weer een stap verder te brengen. Het bestuur wil iedereen bedanken die zich afgelopen jaar met volle overgave voor de Jonge Klimaatbeweging heeft ingezet. We kijken terug op een onvergetelijk jaar, dat zonder jullie vanzelfsprekend nooit gelukt was. De toekomst kleur groen, want We Are Tomorrow!

Namens het bestuur 2018/19
Maarten Labots
Voorzitter

Het jaar in een notendop

November en December: Hackathon Arbeidsmarkt en Scholing bij de SER / Deelname aan COPop! en Klimaatconferentie in Katowice

Januari: Aanstelling nieuwe werkgroep Public Affairs /Nieuwjaarsborrel

Februari: Lancering nieuwe huisstijl Jonge Klimaatbeweging / Aanstelling nieuwe werkgroepen Events, Campagnes en JKA / Kick-off participatietraject gemeente Amsterdam (Routekaart Amsterdam Klimaatneutraal)

Maart: Klimaatdialoog in de Metaalkathedraal / Nationale klimaatmars (Amsterdam)

April: Start internationaal project WAT Global Partnership / Presentatie 'Koers op CO2-taks'

Mei: Aanstelling Internationaal Projectmanager / Presentatie SDG Rapportage bij Nieuwspoort

Juni: Rondetafelgesprek in de Tweede Kamer / Tweede Kamer neemt motie 'Jonge Klimaatbeweging in borging en uitvoering Klimaatakkoord' aan

Juli: Start traject Nationale Omgevingsvisie

Augustus: Start campagne We Are Tomorrow / Start SPRINT bij de Jonge Klimaatbeweging (maatschappelijke diensttijd)

September: Overhandiging manifest Coalitie-Y aan minister-president Rutte / Bezoek aan minister van Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking Kaag /Ondertekening Alternatieve Luchtvaartnota / Nationale klimaatmars (Den Haag) / Deelname aan Springtij / Aanstelling bestuur 2019/20

Oktober: / We Are Tomorrow festival / Lancering WAT Global Partnership / Presentatie Jonge Klimaatagenda 2.0 / Lancering JKA-game

Onze impact in cijfers

Campagnes: 2
Aangesloten jongerenorganisaties: 72

Bezoekers We Are Tomorrow:

1001

Partners WAT Global Partnership:

9 organisaties in 9 landen

Klimaatdialogen: 1
Betrokken vrijwilligers: 42
Mediaoptredens: 25

Jongeren bereikt:

600.000

Aangesloten jongerenorganisaties in 2019

NIVON JONG
BoKS
SESYA
DWARS
GU
NACHT VAN DE FOO!
NDJ
N.J.N.
njr
enactus Utrecht
EXPRESZO
FAWAKA
FNV JONG
FOSSIL FREE .NL
OPPOSITIE
PINK! JONGEREN PARTIJ DIEREN
ROOD
ROVER JONG
SAMEEN
FOSSIL FREE
UvA GREEN OFFICE
HU
HOW
YOUTH NETWORK SLOW FOOD SFYN
SMAACK MAKERS
STORM
TU Delft | Energy Club
SIB-Utrecht
IFMSA-NL
INTEGRAND
JASON
JONGE ENERGIE COALITIE
MORGEN
JONG NS
WEP
WoesteLand
yes DC
J·N·M
JONG aedes
JONG RABO
Jonge Democraten
LKvV
YMCA
Young Fair Hoe fair ga jij?
Wageningen GAN
bij zonder huis
JONG &JE WIL WAT.
Jonge Socialisten
LSVb
THUIS
GREEN OFFICE
ERASMUS CHANGE
Green Office
JOB
l2l local2local
STARTERS4 COMMUNITIES
Uni Partners Utrecht
DeKleineConsultant
Life Is On
Schneider Electric
AIESEC
YOUNG ProRail
Leiden University Green Office
JONGEREN VERTEGENWOORDIGERS
MashriQ SV

Samenvatting van onze impact in 2019

Klimaatakkoord
De Jonge Klimaatbeweging nam deel aan het Klimaatberaad en de taakgroep Arbeidsmarkt en Scholing. Hier hebben we ons onder meer hard gemaakt voor een eerlijke verdeling van de lusten en lasten van klimaatmaatregelen *over* generaties heen, een ambitieuzere doelstelling, CO2-heffing en de verankering van duurzaamheid in het onderwijs. Hoewel er verschillende goede stappen zijn gezet, hebben we besloten het Klimaatakkoord niet te kunnen ondertekenen. Het totale pakket aan maatregelen is onvoldoende om de noodzakelijk systeemtransitie in gang te zetten om de doelen van de Klimaatwet te behalen.

Overheid en Politiek
De lobby vond dit jaar via verschillende wegen plaats. Zo spraken we met de Tweede Kamer tijdens het rondetafelgesprek, hadden we diverse afspraken met Tweede Kamerleden, beleidsmakers, ministers en de SER of zochten we de samenwerking op met partnerorganisaties. Goede voorbeelden daarvan zijn de samenwerkingen met de milieuorganisaties, vakbonden, Coalitie-Y en andere jongerenorganisaties. Via media en evenementen werkten we verder aan ons netwerk en het verspreiden van de Jonge Klimaatagenda.

Jonge Klimaatagenda & We Are Tomorrow
De lancering van de Jonge Klimaatagenda 2.0 tijdens We Are Tomorrow betekende de afsluiting van een bijzonder jaar voor de Jonge Klimaatbeweging. Voor de eerste keer werd op grote schaal een klimaatfestival volledig voor en door jongeren georganiseerd, waar jongere(organisaties) uit heel Nederland samenkwamen. Met meer dan duizend bezoekers was dit event een groot succes. Maar er gebeurde veel meer rondom de Jonge Klimaatagenda, dat tijdens het klimaatfestival samenkwam. Zo werd ons advies aan de ASN Bank en de financiële sector gepresenteerd, lanceerden we ons WAT Global Partnership en kon de JKA-game (ontwikkeld met Nivon Jong) voor het eerst gespeeld worden.

Jongerenorganisaties
Het aantal jongerenorganisaties dat de eerste Jonge Klimaatagenda heeft getekend, is afgelopen jaar gestaag toegenomen tot 72. De nieuwe Jonge Klimaatagenda heeft op het moment van lancering 33 ondertekeningen. Het contact met de jongerenorganisaties is verbeterd en versterkt. Dit had ten doel om het relatiebeheersysteem te vernieuwen en een platform op te zetten. Dit bleek te ambitieus, maar de eerste stappen zijn gezet!

Merkstrategie
Met een nieuwe marketing en communicatiestrategie op zak is de Jonge Klimaatbeweging dit jaar gaan vlammen. Professionele content, een nieuw logo, prachtige evenementen en mooie persmomenten hebben ervoor gezorgd dat het merk weer sterker op de kaart is gezet. Met eigen Jonge Klimaatbeweging merchandise zijn (oud-) JKB'ers nu echt ambassadeurs van de beweging. 2019 was een jaar van professionalisering en consolidatie, samen met hoge ambities. Het We Are Tomorrow festival heeft voor een hoogtepunt in betrokkenheid en bekendheid van het merk gezorgd, waarin de professionaliteit van de organisatie is aangetoond.

Campagnes
De campagnes van de Jonge Klimaatbeweging zijn onze stem naar de buitenwereld. Dit jaar zijn de campagnes #ikreisanders en de Jonge Klimaatagenda campagne gelanceerd. Daarnaast is een stap gezet in het standaardiseren en continueren van de campagnes. Het campagnebeleid: Richtlijnen strategische campagnevoering is geïntroduceerd als leidraad voor het ontwikkelen van de verschillende campagnes. Dit document helpt ook de campagnewerkgroep richting te geven aan zowel de ontwikkeling, uitvoering als evaluatie van

de campagnes, zonder afbreuk te doen aan hun eigen inbreng en creativiteit.

HR

Op intern gebied stond afgelopen jaar in het teken van professionalisering en het versterken van de communicatie en de samenwerking tussen het bestuur en de werkgroepleden. Dit was noodzakelijk gezien de organisatie het afgelopen jaar gegroeid was van circa 20 naar 45 vrijwilligers. Teambuildingsdagen en verschillende borrels werden georganiseerd om de interne band op informele wijze te versterken. Met de komst van een extra HR Manager konden verschillende trainingen voor de werkgroepen georganiseerd worden naast dat elke werkgroep een inhoudelijke training kreeg. Naast dat structurele JKB-brede vergaderingen tot bevordering van de interne communicatie hebben geleid, blijft de interne samenwerking, communicatie en persoonlijke ontwikkeling een werkpunt voor aankomend jaar.

Financiën

Op financieel vlak was afgelopen jaar de doelstelling om de stichting een gezonde en stabiele financiële fundering te geven. Op die manier moest worden verzekerd dat de beschikbare middelen meegroeien met de groei en ambities. Dankzij een positieve balans aan het einde van het jaar zijn de continuïteitsreserve verder aangevuld. Daarnaast zijn er twee bestemmingsreserves in het leven geroepen om toekomstige vaststaande kosten te dekken. Slechts een klein deel van de inkomsten van de organisatie is van structurele aard. Dit blijft een aandachtspunt voor de komende jaren.

Beleidsdoelen

Overheid en Politiek

Klimaatakkoord

Met betrekking tot de lobby stond het grootste deel van afgelopen jaar in het teken van het Klimaatakkoord, waar de Jonge Klimaatbeweging deelnam aan het Klimaatberaad en de taakgroep Arbeidsmarkt en Scholing. Hier hebben we ons onder meer hard gemaakt voor een eerlijke verdeling van de lusten en lasten van klimaatmaatregelen *over* generaties heen. Daarnaast zijn er verschillende punten uit de Jonge Klimaatagenda met betrekking tot onderwijs overgenomen in de teksten. In december 2018, aan het einde van het onderhandelingsproces, hebben we echter de balans opgemaakt: het Klimaatakkoord werd door ons als onvoldoende beoordeeld. Samen met de milieubeweging en de vakbond brachten we dit nieuws naar buiten. Na deze stellingname hebben we samen met de milieubeweging opgetrokken om het Klimaatakkoord in de 'tweede ronde' aan te scherpen. Ook de klimaatprotesten waren onderdeel van deze strategie. Dit heeft geleid tot een verbetering van het definitieve akkoord in de zomer van 2019, waar bijvoorbeeld een voorzichtige CO2-heffing nu wel onderdeel uitmaakt van de afspraken. Uiteindelijk heeft de Jonge Klimaatbeweging besloten het Klimaat-

akkoord niet te kunnen ondertekenen. Hoewel er verschillende goede stappen zijn gezet, is het totale pakket aan maatregelen onvoldoende om de noodzakelijk systeemtransitie in gang te zetten om de doelen van de Klimaatwet te behalen. Als Jonge Klimaatbeweging vinden we het belangrijk om continu lessen te trekken uit ons lobbywerk. Het Klimaatakkoord was voor onze organisatie volledig nieuw, waardoor er nog veel ruimte voor verbetering is om meer impact te maken op dit soort processen. Een interne evaluatie met de betrokken bestuursleden en hun opvolgers zal daarom inzicht geven hoe we de stem van jongeren in het vervolg nog beter kunnen vertegenwoordigen in dit soort trajecten. Alleen zo kunnen we onze impact vergroten.

Lobby

Naast het proces aan tafel van het Klimaatakkoord hebben we ons ook via andere wegen hard gemaakt voor de stem van jongeren aan tafel. Zo zijn we tijdens een rondetafelgesprek gesprek in de Tweede Kamer in gesprek gegaan met (bijna) alle politieke partijen om het o.a. te hebben over het Klimaatakkoord, duurzaam onderwijs en jongerenparticipatie. Dit heeft onder meer geleid tot een Kamerbreed aangenomen motie over het betrekken van de Jonge Klimaatbeweging bij de Regionale Energiestrategiën en Kamervragen over de mogelijkheid tot structurele financiële ondersteuning van de JKB door het ministerie. Daarna is er in navolging hierop gesproken met de Kamerleden van de PvdA, PvdD, CDA en D66, waarbij de focus lag op de verankering van jongerenparticipatie in klimaatbeleid en de integrale rol van duurzaamheid in het onderwijs (met het oog op Curriculum.nu). Tijdens het klimaatfestival We Are Tomorrow is tot slot de Jonge Klimaatagenda 2.0 uitgereikt aan verschillende Tweede Kamerleden (zie hoofdstuk *Jonge Klimaatagenda*).

Langetermijnstrategie

Na de afronding van het Klimaatakkoord richt de Nederlandse overheid zich ook op de langetermijnstrategie voor 2050, waarbij het doel van een klimaatneutrale samenleving centraal staat. Als onderdeel van dit proces is de Jonge Klimaatbeweging betrokken geweest bij de aftrap van dit traject afgelopen najaar. De opvolging hiervan zal een belangrijke rol spelen in het volgende bestuursjaar. Daarnaast zijn we in gesprek gegaan met de SER over deelname aan de Commissie Duurzame Ontwikkeling. Een permanente zetel in deze commissie hebben we helaas nog niet kunnen realiseren in dit jaar. De eerste vergadering van deze commissie is inmiddels al wel bijgewoond, waarna er nu in overleg wordt gekeken welke rol er voor de Jonge Klimaatbeweging is weggelegd.

Samenwerkingsverbanden
De Jonge Klimaatbeweging doet haar werk natuurlijk niet alleen. Daarom hebben we dit jaar extra hard ons best gedaan om samenwerkingsverbanden aan te gaan en coalities te vormen met andere organisaties. Zo hebben we nauw samengewerkt met diverse milieuorganisaties en vakbonden rondom het Klimaatakkoord. Ook hebben we verschillende initiatieven van andere milieuorganisaties ondersteund, zoals de presentatie van de alternatieve luchtvaartnota aan minister Cora van Nieuwenhuizen (Infrastructuur en Waterstaat). Samenwerken met lokale overheden behoort ook tot de mogelijkheden om jongeren nauwer te betrekken bij het vormgeven van klimaatbeleid. Het participatietraject met de gemeente Amsterdam was hiervan de eerste pilot. Projecten om lokale jongerenparticiaptie ook in andere steden vorm te geven zijn tot nu toe helaas nog niet van de grond gekomen.

Verder zoeken jongerenorganisaties elkaar ook veelvuldig op om een krachtiger geluid te presenteren. Een goed voorbeeld hiervan is Coalitie-Y, met wie we een tienpuntenplan hebben gepresenteerd aan minister-president Mark Rutte. Meerdere van deze punten zijn inmiddels al door de Tweede Kamer omarmd, waaronder de generatietoets. Ook organiseerden we samen met KEK een hackathon voor de SER omtrent de taakgroep Arbeidsmarkt en Scholing van het Klimaatakkoord. Tot slot drukten de stakende scholieren dit jaar een stevige stempel op het klimaatdebat in Nederland én wereldwijd. In ons eigen land hebben we daarom nauw contact onderhouden met dit netwerk. Verder kun je in het hoofdstuk *Jonge Klimaatagenda* meer lezen over het Global Partnership dat we zijn aangegaan met jongerenorganisaties wereldwijd.

Media en events
Als Jonge Klimaatbeweging is het belangrijk dat we onze stem niet alleen aan tafel, maar ook daarbuiten laten horen. Afgelopen jaar is het ons verschillende keren gelukt om de visie van de Jonge Klimaatagenda in de media uit te dragen. Meest in het oog springend is de live persconferentie rondom het ontwerp-Klimaatakkoord (20 december 2018), maar ook met items in Nieuwsuur, NOS Stories en de Telegraaf bereikten we een groot publiek. Met interviews in vakbladen bereikten we bovendien een nieuwe doelgroep. Daarnaast hebben we gesproken op veel evenementen, van de SDG Actio Day en het Changemakers Debat tot een filmavond van VICE en debatten rondom de waterschapsverkiezingen. Learning voor volgend jaar is om ook in mediabereik en het bezoeken van events rekening te blijven houden met een zo divers en inclusief mogelijk publiek.

Jonge Klimaatagenda

De lancering van de Jonge Klimaatagenda 2.0 tijdens We Are Tomorrow betekende de afsluiting van een bijzonder jaar voor de Jonge Klimaatbeweging. Voor de eerste keer werd op grote schaal een klimaatfestival volledig voor en door jongeren georganiseerd, waar jongere(organisaties) uit heel Nederland samenkwamen. Met meer dan duizend bezoekers was dit event een groot succes. Maar er gebeurde veel meer rondom de Jonge Klimaatagenda, dat tijdens het klimaatfestival samenkwam. Zo werd ons advies aan de ASN Bank en de financiële sector gepresenteerd, lanceerden we ons WAT Global Partnership en kon de JKA-game (ontwikkeld met Nivon Jong) voor het eerst gespeeld worden.

Klimaatdialogen en JKA 2.0

Voor het schrijven van de Jonge Klimaatagenda 2.0 versie zijn drie Klimaatdialogen georganiseerd. Na twee dialogen vorig jaar vond de derde in deze reeks plaats in maart in de Metaal Kathedraal. Het doel van de bijeenkomst was om de resultaten uit de eerste twee dialogen te stroomlijnen en de door de themamanagers geschreven teksten te finaliseren. Uiteindelijk hebben aan de geüpdate versie nog meer jongerenorganisaties meegeschreven, waardoor onze blauwdruk voor 2050 een inclusiever en breder jongerengeluid vertegenwoordigd. De JKA 2.0 is daarnaast ook een nieuwe manier vormgegeven op onze website. Door middel van vijf video's (voor elk thema één) en verdiepende uitleg bij de teksten komt de Jonge Klimaatagenda meer tot leven.

ASN Traject

De Jonge Klimaatbeweging is continu bezig om de visie van jongeren mee te geven aan beleidsmakers. Dit gebeurt niet alleen met de Jonge Klimaatagenda, maar bijvoorbeeld ook door het organiseren van lokale participatietrajecten (Amsterdam) en hackathons. In opdracht van de ASN Bank hebben we ook de ideeën van jongeren verzameld om een advies te schrijven voor de ASN Bank - en de financiële sector als geheel. Door middel van een ASN Dialoog, een online enquête onder jongeren en een stand op het ASN-festival ACT. werd zoveel mogelijk input opgehaald. Het resultaat is het document *Zo maakt geld jongeren gelukkig* en werd tijdens We Are Tomorrow overhandigd aan de ASN Bank, Achmea, ABN Amro en Rabobank, gevolgd door een gelofte van deze financiële instellingen om hier samen met de Jonge Klimaatbeweging een vervolg aan te geven.

We Are Tomorrow

Hoe ziet de wereld van de JKA 2.0 er eigenlijk uit? Deze vraag was het uitgangspunt van het klimaatfestival We Are Tomorrow op 12 oktober 2019. Het festival moest een brede en inclusieve groep jongeren betrekken bij ons toekomstbeeld voor 2050. Door middel van inspirerende sprekers, workshops, diverse stands en acties hebben we geprobeerd de thema's klimaat en duurzaamheid concreet te maken voor jongeren proberen. Het programma varieerde dan ook van sessies over het beginnen van je eigen duurzame onderneming of het kopen van slow fashion mode tot een talk van Tim Hofman over hoe je als jongere een eigen initiatief start. Ondertussen zorgden DJ's, een kledingruil en duurzame foodtrucks voor een echte festivalvibe. Het festival valt daarnaast binnen een bredere, vier maanden durende campagne rondom de JKA 2.0. Met meer dan duizend bezoekers was We Are Tomorrow een groot succes. De afsluitende presentatie van de JKA 2.0 betekende bovendien een nieuw momentum voor de Jonge Klimaatagenda. Nadat deze als eerste werd overhandigd aan verschillende Tweede Kamerleden, zal het nieuwe bestuur vanaf november ervoor zorgen dat het visiedocument door overheid, politiek en bedrijfsleven wordt meegenomen bij het maken van beleid. Lessen voor volgende edities van WAT zijn hoe we de doelgroep die ons festival bezoekt diverser en inclusiever kunnen maken. Daarnaast is het een uitdaging om evenement van dergelijke proporties met beperkt budget en menskracht te organiseren, zonder dat dit een te zware impact heeft op vrijwilligers (zowel bestuur als werkgroepen) of de duurzaamheid en stabiliteit van onze organisatie.

WAT Global Partnership

Tot slot vond op We Are Tomorrow ook de lancering van ons WAT Global Partnership plaats. Minister van Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking Sigrid Kaag had de eer om het startsein te geven van deze samenwerking tussen de Jonge Klimaatbeweging en jongerenorganisaties in acht andere landen wereldwijd. Onder de noemer We Are Tomorrow werken we samen met jongeren in Chili, Mexico, Oeganda, Bangladesh, Nigeria, Burkina Faso, Nederland en Egypte om ervoor te zorgen dat onze generatie betrokken wordt bij het vormgeven van klimaatbeleid. Door middel van peer-to-peer sessies en het uitwisselen van best practices en netwerken wordt in elk land een toekomstvisie ontwikkeld en gesprekken hierover met nationale beslissers opgezet. Het ministerie van Buitenlandse Zaken en de ambassades in deze landen bieden daarbij ondersteuning. Dit alles met het idee dat jongeren wereldwijd de aanjagers zijn van ambitieuzer klimaatbeleid en zo overheden kunnen overtuigen hun bijdragen aan het Klimaatakkoord van Parijs te verhogen.

Werkgroep

In februari van dit jaar is een nieuwe werkgroep Events aangesteld om zowel de Klimaatdialoog als het festival te organiseren. In dezelfde periode trad ook de nieuwe werkgroep JKA aan, die zich gefocust heeft op het finaliseren van de JKA 2.0 en het ASN Traject.

Jongerenorganisaties

Het afgelopen jaar is het aantal jongerenorganisaties dat de Jonge Klimaatagenda heeft ondertekend gestaag toegenomen tot 72. In aanloop naar de lancering van de nieuwe Jonge Klimaatagenda is er voornamelijk aandacht besteed aan de herondertekening van de huidige ondertekenaars en in mindere mate aan het aantrekken van nieuwe jongerenorganisaties. Op het moment van de lancering hadden 33 jongerenorganisaties de nieuwe Jonge Klimaatagenda ondertekend.

Professionalisering

Het zijn mooie aantallen die overeenkomen met de duurzame groei waar de Jonge Klimaatbeweging organisatorisch naar streeft. Nu de Jonge Klimaatbeweging een aanzienlijke en vaste achterban aan jongerenorganisaties heeft, heeft de kwaliteit van het contact met de betrokken jongerenorganisaties het afgelopen jaar meer aandacht gekregen. Goed werkende systemen voor relatiebeheer en duidelijke afspraken voor samenwerkingsverbanden vormen de basis voor kwalitatief contact. Binnen deze **professionalisering** waren er twee speerpunten: verbeteren van de relatiebeheersystemen en het formuleren van het bestaansrecht van samenwerkingsverbanden.

Relatiebeheer

Er zijn stappen gemaakt om de verschillende manieren waarop de relaties beheerd worden te verbeteren en hierin meer inzicht te krijgen in de relaties. Er is niet meer afgesproken met andere jongerenorganisaties om van elkaar te leren - zoals het doel aan het begin van dit jaar aanvankelijk was - maar er is wel een eerste evaluatie van de samenhang van de relatiebeheersystemen gemaakt met potentiële alternatieve systemen op basis van deze evaluatie.

Bestaansrecht samenwerkingsverbanden

Het bestaansrecht van de huidige samenwerkingsverbanden is niet concreet omschreven. Hiertoe is besloten vanwege de drukte rondom de projecten waarmee de J4 en DOPJ zich bezighielden in combinatie met de afweging over de noodzaak van een formulering. Met de Grootouders voor het Klimaat is er een wederzijdse goede relatie tot stand gebracht welke in mailcontact is geconcretiseerd. Aan de SDG Charter hebben door tijdgebrek geen aandacht meer kunnen besteden. De SDG Charter is nu de SDG Community en heeft ook in deze vorm nog steeds potentie. Andere mogelijke samenwerkingen met organisaties die aan zouden sluiten om bijvoorbeeld thema's uit de Jonge Klimaatagenda verder uit te werken, zijn niet meer geëxploreerd. De reden daarvoor is dat de themamanagers hier logischerwijs geen tijd meer voor hadden

naast het schrijven van de nieuwe Jonge Klimaatagenda en de visie voor de ASN Bank.

Versteviging relaties

Binnen de tweede pijler, **versteviging**, heeft de enquête die tussen december en februari door aangesloten jongerenorganisaties is ingevuld een belangrijke rol gespeeld. Deze enquête heeft ons onder andere meer inzicht gegeven in het beeld en de verwachtingen die jongerenorganisaties van de Jonge Klimaatbeweging hebben. De uitkomsten hebben afgelopen jaar nog niet kunnen leiden tot een ander beleid ten opzichte van de jongerenorganisaties. Dit was een consequentie van de actuelere prioritering van de herondertekening van de Jonge Klimaatagenda. Wel wordt er al direct beter gecommuniceerd over de wederzijdse verwachtingen bij nieuwe ondertekeningen. Bovendien blijft het nuttige input voor het volgende bestuur. Het platform waar aangesloten organisaties elkaar kunnen vinden en welke tot synergie zou kunnen leiden is niet meer tot stand gekomen. Een dergelijk platform is te ambitieus om binnen een jaar tot stand te laten komen. De eerste stappen die in de verbetering van het relatiebeheersysteem zijn gezet kunnen uiteindelijk, over een aantal jaar, wel aanleiding tot een platform geven.

Uitbreiding

Tot slot was de enquête ook van toepassing op de laatste pijler: **uitbreiding.** De enquête heeft getracht de diversiteit van onze achterban inzichtelijk te maken. Nu de nieuwe Jonge Klimaatagenda gelanceerd is, is er meer ruimte om te definieren wat de diversiteit aan jongerenorganisaties voor de Jonge Klimaatbeweging betekent.

Merkstrategie

De Jonge Klimaatbeweging heeft haar groei in bekendheid in 2019 voortgezet. De focus heeft het afgelopen jaar gelegen op de professionalisering en consolidatie van de organisatie. Dit heeft ervoor gezorgd dat de organisatie verder gestructureerd en geprofessionaliseerd is, zowel intern als naar de buitenwereld toe.

Strategie

Het afgelopen jaar is de marketing- en communicatiestrategie geconcretiseerd. Er is een plan geschreven waarin de lijnen zijn uitgezet die voortbouwen op hetgeen afgelopen jaren al in gang was gezet. De kern in deze strategie blijft een jonge, scherpe toon, waarbij ook de uitstraling van de communicatie een prominentere rol heeft gekregen. Met visueel mooie content waarin diversiteit een belangrijke rol speelt, is geprobeerd meer bereik te creëren en een sterker merk te bouwen. Toegankelijke kennisdeling is een van de centrale pijlers geweest in de strategie. Dit is echter nog onvoldoende naar voren gekomen in de content die is gemaakt. Daar ligt een mooie uitdaging voor het bestuur van 19-20.

Diversiteit

Een belangrijk doel dit jaar was het vergroten van de (culturele) diversiteit binnen de organisatie en in onze achterban. Hierin is dit bestuur helaas nog niet voldoende geslaagd. Het bleek moeilijker dan gedacht om mensen buiten de zogenaamde 'groene bubbel' aan te spreken en onderdeel te maken van de organisatie. Dit is echter een dusdanig belangrijk doel dat hier door het bestuur '19-'20 onverminderd hard aan gewerkt zal worden.

Huisstijl

In februari is de vernieuwde huisstijl van de Jonge Klimaatbeweging gelanceerd, waarbij het vertrouwde is aangehouden maar dan toekomst*proof* gemaakt. Het herkenbare blaadje is gebleven. Samen met de nieuwe huisstijl is er ook begonnen aan het maken van duurzame merchandise. Dit is in eerste instantie onder (oud-) JKB'ers verspreid, maar tijdens het We Are Tomorrow festival ook verkocht aan mensen buiten de organisatie. De interesse in het merk Jonge Klimaatbeweging is groot en niet alleen JKB'ers dragen met trots het merk uit. Hier mogen wij trots op zijn.

Communicatie

Het afgelopen jaar is het kundige, maar informele karakter van de organisatie naar voren gebracht. Op een informerende, inspirerende manier is het publiek betrokken bij wat de Jonge Klimaatbeweging doet en waar ze voor staat, zowel

off- als online. De Klimaatdialoog in maart en We Are Tomorrow in oktober zijn hier de beste (offline) voorbeelden van. Ook online is de engagement van de achterban en geïnteresseerden enorm gegroeid. Van 364 volgers op Instagram en 3437 op Facebook in april 2018, zijn dat er 2028 op Instagram en 4331 op Facebook in november 2019. Dankzij de inzet van de social content creator is er stabiele, professionele content neergezet wat haar vruchten heeft afgeworpen. Er zijn processen en structuren opgezet, waardoor de content op een gestroomlijnde manier wordt gemaakt, ingepland en geplaatst. Er liggen nu kansen voor het monitoren en evalueren van de social mediastrategie, waardoor opnieuw gekeken kan worden of doelen worden behaald of de strategie moet worden aangepast.

Content

Dit jaar is de vastlegging van evenementen op een professionelere manier gebeurd, door het inhuren van foto- en videografen. Er zijn ook meer video's gemaakt, die op een effectieve manier een samenvatting van de evenementen weergeven. Dit is succesvolle content gebleken. Het maken van een documentaire, wat in het jaarplan was beschreven als een van de doelen, is losgelaten. Dit leek te weinig toegevoegde waarde te hebben voor de activiteiten van de Jonge Klimaatbeweging.

Pers

Afgelopen jaar is er weinig tijd besteed aan het versterken van de contacten met de pers. Alleen rondom We Are Tomorrow zijn er veel contacten gelegd, wat tot positieve samenwerkingen heeft gezorgd. Er is echter nog veel te behalen in het actief aanschrijven van pers en inspelen op actualiteit. Dit betekent dat er mooie kansen zijn op dit vlak voor het bestuur van 19-20.

Campagnes

Alles wat omtrent campagnes wordt gedaan, sluit aan op (een van) de onderwerpen uit de Jonge Klimaatagenda. Afgelopen jaar zijn er twee grote campagnes gelanceerd. In december de #ikreisanders campagne, in augustus de campagne rondom de lancering van de Jonge Klimaatagenda 2.0.

Om onze campagnes en boodschap over te kunnen brengen aan een divers publiek, was afgelopen jaar meer aandacht voor **diversiteit**. Dit was geen doel op zich, maar een middel om de Nederlandse jongeren beter te kunnen bereiken en vertegenwoordigen. Om die reden is het afgelopen jaar bij zowel het opzetten als de uitvoering van de verschillende campagnes gelet op taalgebruik, vormgeving en de manier waarop jongeren bereikt werden. Ook is er voor het eerst gebruik gemaakt van Empathy mapping. Dit is een hulpmiddel om je als organisatie te verplaatsen in de belevingswereld van je doelgroep.

Voor het ontwikkelen voor elke toekomstige campagne van de Jonge Klimaatbeweging is afgelopen jaar **Campagnebeleid: richtlijnen strategische campagnevoering**, geschreven. Dit document dient als leidraad voor het ontwikkelen van campagnes binnen de Jonge Klimaatbeweging en draagt bij aan meer standaardisatie en eenheid tussen de verschillende

campagnes. Daarnaast helpt het de campagnewerkgroep richting te geven aan (de ontwikkeling) van de campagne, zonder dat dit afbreuk doet aan de ruimte voor creativiteit en eigen inbreng.

Campagne #ikreisanders

Deze online bewustwordingscampagne startte begin december 2018. Het doel van de campagne was jongeren inzicht te geven in de impact van luchtvaart op het milieu en hun te inspireren door alternatieve vervoersmiddelen en bestemmingen kenbaar te maken. De aftrap van de campagne was gelijk met de #ikreisanders reis naar de COP24 in Katowice, Polen. Hier hebben wij in samenwerking met DWARS GroenLinkse jongeren, GreenTickets en Jongeren Milieu Actief met meer dan 30 jongeren onze stem laten horen. Hieruit voortvloeiend zijn wij uitgenodigd bij staatssecretaris Stientje van Veldhoven om te spreken over het internationaal spoor.

Het **momentum** van de campagne was goed. Er was veel politieke aandacht voor de luchtvaart. Zo stond de btw-heffing op vliegtickets en kerosine ter discussie. Ook werd het woord vliegschaamte veelal in de media gebruikt. Met de positievere variant #ikreisanders hebben wij veel bereik gehad. Zo hebben meerdere invloedrijke personen zoals staatssecretaris Stientje van Veldhoven en verschillende organisaties (NOS, WNF, Milieudefensie) onze hashtag #ikreisanders gebruikt.

Campagne Jonge Klimaatagenda

De tweede campagne stond geheel in het teken van de lancering van de JKA 2.0. Deze campagne startte in augustus en had als doel jongeren binnen en buiten de groene bubbel te enthousiasmeren over het toekomstbeeld dat wordt geschetst in de vernieuwde agenda en hen te inspireren om zelf met duurzaamheid aan de slag te gaan. Daarnaast was een onderdeel van de campagne, het kenbaar maken van het WEARETMRW festival. De campagne vond zowel on- als offline plaats en heeft jongerenorganisaties die mee hebben geschreven aan de vernieuwde Jonge Klimaatagenda ook betrokken bij deze campagne.
Hoewel de campagne nog loopt op het moment dat de het nieuwe bestuur aantrad, zijn de **kwantitatieve doelstellingen gehaald.**

Externe evenementen en campagnes

Afgelopen jaar is de Jonge Klimaatbeweging niet proactief op zoek gegaan naar mogelijkheden om campagnes samen met bijvoorbeeld jongerenorganisaties of grote milieuorganisatie te lanceren. Er was geen ruimte om hier initiatief in te nemen en tijd in te investeren zonder dat dit afbreuk zou doen aan

de kwaliteit van lopende projecten. Wel is er intern nog een mini-campagne opgezet tijdens de klimaatmars.

Werkgroep

De campagnes zijn afgelopen jaar wederom vormgegeven door de werkgroep Campagnes. Half februari ging een nieuwe werkgroep van start. Het inwerken bestond uit een presentatie met zowel algemene introductie over de Jonge Klimaatbeweging als campagne-specifieke informatie. Verder waren enkele oud werkgroepleden aanwezig bij de eerste vergadering en werden tips & tricks gedeeld. De werkgroep is door middel van de Campaigners Academy van Milieudefensie geïntroduceerd in het voeren van campagne. Tijdens dit intensieve weekend met terugkomdagen zijn verschillende trainingen gegeven, onder andere over strategisch campagnevoeren en inclusief campagnevoeren. Ook had het weekend als doel om als nieuwe werkgroep elkaar op een laagdrempelige manier te leren kennen.

De werkgroep bestond uit een voorzitter en zes inhoudelijke leden van de werkgroep die specifieke verantwoordelijkheden zoals financiën en communicatie onderverdeeld hadden. Voor het eerst werd de rol van voorzitter niet door een bestuurslid bekleed. Dit om ervoor te zorgen dat het bestuurslid zich meer kon richten op de bestuurlijke taken en de overkoepelende strategische doelen van de campagnes.

Het afgelopen jaar heeft de werkgroep nauw samengewerkt met de content creator om de communicatiestrategie goed te kunnen implementeren en de online planning met te kunnen stroomlijnen.

De JKB als Organisatie

Op HR-gebied stond het afgelopen jaar in het teken van professionalisering en het versterken van de communicatie en de samenwerking tussen het bestuur en de werkgroepleden.

Feedbackmeetings

Feedback meetings met het bestuur hebben vier keer plaatsgevonden. Ook bij de werkgroepen is dit gestimuleerd. Eerst in de vorm van een feedbacksessie met het verantwoordelijke bestuurslid. Later zijn de werkgroepen gestimuleerd om zelf de verantwoordelijkheid te nemen om een tijdsframe per vergadering in te gelasten voor een feedbackmoment. Afgelopen jaar was het bestuurslid HR de facilitator van deze meetings. Voor aankomend jaar wordt geadviseerd om een externe facilitator in te zetten, zodat het bestuurslid HR zelf ook kan deelnemen aan deze meetings in plaats van het bewaken van het proces.

JKBreed

Om de communicatie tussen bestuur en werkgroepen en de algehele interne organisatie te versterken is het JKBreed in het leven geroepen. Het JKBreed is een Jonge Klimaatbeweging-brede vergadering met alle betrokkenen van de organisatie. Deze wordt één keer in de zes weken gehouden. Afgelopen jaar hebben een aantal van deze vergaderingen plaatsgevonden en deze zijn positief ervaren. Werkgroepen kregen de mogelijkheid om de laatste updates te geven en feedback te geven aan het bestuur. Tevens kreeg op deze wijze het bestuur de mogelijkheid om belangrijke besluiten met een grote groep mondeling te delen en toe te lichten. Vaak was er direct een borrel na de vergadering.

Alumni netwerk

Er is nog geen werkend alumni netwerk voor de JKB, maar om het netwerk actief te houden en mensen betrokken te houden is het wel een aanbeveling om dat aankomend jaar op te zetten.

Het Borrelt

Het Borrelt zijn de borrels die we organiseren voor de JKB. We hebben afgelopen jaar in het begin dit elke vier weken gedaan, daarna is het er bij ingeschoten en werden de borrels in afnemende mate bezocht. Er hebben ook twee teamuitjes plaatsgevonden met de hele organisatie. Voor aankomend jaar is het een aanbeveling om na te denken over alternatieve events en hierbij ook de alumni te betrekken.

Conflictmanagement
Afgelopen jaar is aan conflictmanagement bij de werkgroepen gedaan. Dit is nodig geweest bij de werkgroep Campagnes & Events, in de vorm van een uitgebreide feedbackmeeting en training over communicatie.

Trainingen
Een bestuursjaar of werkgroepjaar bij de JKB doen is vrijwillig, maar om toch nog wat terug te geven in kennis en ervaring zijn trainingen een mooie manier om dit te doen.

Afgelopen jaar zijn er teambuildingstrainingen gegeven aan het begin van het jaar om een mooie start te maken met elkaar en de manier waarop je samenwerkt te leren kennen. Daarnaast zijn er een aantal communicatietrainingen gegeven om de onderlinge communicatie en openheid te verbeteren. Er zijn ook functiespecifieke trainingen georganiseerd. Zo heeft de Campagne werkgroep de campainers acadamy van JMA gedaan. Voor de bestuursleden is een storytelling training gegeven door NJR.

Werving en selectie
Afgelopen jaar is het aantal vrijwilligers aanzienlijk gegroeid. Er kwamen een aparte Event Manager werkgroep, een Acquisitie Manager, Content Creator en Project Manager Global Partnership bij. Er zijn op verschillende momenten in het jaar vacatures open geweest waardoor het soms leek alsof de JKB altijd op zoek was naar mensen. Voor aankomend jaar is het zaak dat de werkgroepen allemaal tegelijk wisselen in januari 2020 om de continuïteit te waarborgen. Met een groeiende organisatie groeit de werkdruk rondom werving en selectie ook mee. Het is van belang om de verantwoordelijkheden goed te verdelen onder de bestuursleden gezien het afnemen van alle sollicitaties erg veel werk vergt. Via Homerun werden de sollicitaties gemanaged.

HR bestuur
Het bestuurslid HR was ook verantwoordelijk voor het goed functioneren van de bestuursleden. Afgelopen jaren was hierin vooral werkdruk een belangrijk onderwerp van gesprek en hierin kan nog veel verbeterd worden. Het is zaak om een framework met prioriteiten te stellen, eveneens als een monitoringssysteem voor het jaarplan en vaste momenten om de werkdruk te evalueren tijdens vergaderingen. Idealiter is een extern persoon betrokken bij dit proces. Ook dienen meer leuke uitjes met elkaar georganiseerd te worden en successen gevierd. De drie verplichte recessen zijn en blijven van belang om de werkdruk in toom te houden. Het is ook belangrijk om meer aandacht te gaan besteden aan de ontwikkeling van de bestuursleden. Hiervoor komt er een

nieuw coachsysteem waarin ieder bestuurslid een coach van buiten de organisatie neemt waarmee hij/zij één keer in de zes weken afspreekt om het te hebben over hoe het gaat.

Financiën

Op financieel vlak was afgelopen jaar de doelstelling om de stichting een gezonde en stabiele financiële fundering te geven. Op die manier moest worden verzekerd dat de beschikbare middelen meegroeien met de groei en ambities.

Financiële structuur

Met het positieve resultaat is de continuïteitsreserve aangevuld. Daarnaast zijn er twee bestemmingsreserves in het leven geroepen en gevuld met een totaalbedrag van €12.000,- om toekomstige vaststaande kosten te dekken. Slechts een klein deel van de inkomsten van de organisatie is van structurele aard. Veel van de huidige financiering is gegenereerd op basis van projecten van bepaalde tijd. Dit blijft een aandachtspunt voor de komende jaren.

Inkomsten

De totale inkomsten bedroegen dit jaar *€142.660,20.* Voor een specificering: zie de financiële bijlage. Onderdeel van de strategie om meer structurele inkomsten te verwezenlijken was de inzet op duurzame partnerschappen, met samenwerkingen over langere termijn. Ondanks dat er geen meerjarige contracten zijn afgesloten zijn er wel een aantal samenwerkingsverbanden aangegaan (zoals met de ASN Foundation)

die vanuit beide kanten goed beoordeeld zijn en potentie voor verlenging hebben.

Uitgaven
De vaste kosten dit jaar zijn flink gestegen ten opzichte van vorige boekjaren. Redenen hiervoor zijn een continue bezetting van het kantoor, meer trainingen voor vrijwilligers, meer sociale activiteiten voor vrijwilligers en de vrijwilligersvergoeding voor het bestuur.

Naast een algehele groei van de vaste uitgaven dit boekjaar ten opzichte van de voorgaande jaren, is het project We Are Tomorrow een van de grote kostenposten van dit jaar. Dat is begrijpelijk omdat het project een grote verzameling van verschillende beleidsdoelen bevatte. Ondanks dat dit een hoge kostenpost was, bleek het eigenlijk te weinig voor een evenement en campagne van dit formaat. Door het harde werk van vele vrijwilligers is er alsnog een goed en gedegen evenement geweest en is er een succesvolle campagne gevoerd. Echter is dit helaas ten koste gegaan van enkele van onze vrijwilligers die te veel hooi op hun vork hebben genomen. Voor volgend evenement van deze omvang zouden de geschatte kosten daarom ten minste 2,5 keer zo hoog moeten liggen.

Tot slot vormden afgelopen jaar de reiskosten een van de grootste vaste kostenposten van de organisatie. Met de groei van onze activiteiten én het aantal vrijwilligers is het belangrijk hiervoor een blijvende oplossing te vinden.
Financiële cijfers
In figuur 1 is te lezen wat we doen met elke gedoneerde euro. In de bijlage bij het jaarverslag zijn de overige financiële cijfers van het jaar 2018-2019 terug te vinden.

Toekomst

De toekomst kleurt groen! valt er te lezen in het voorwoord van de JKA 2.0. Om als Jonge Klimaatbeweging een blijvende impact te kunnen hebben in het klimaatdebat, zullen wij ook kritische naar onze eigen organisatie moeten blijven kijken. Afgelopen jaar hebben we veel belangrijke lessen geleerd die we graag willen doorgeven aan het nieuwe bestuur.

Inclusiviteit en diversiteit
Inclusiviteit en diversiteit blijft een belangrijk aandachtspunt voor de klimaatbeweging. Zo ook voor de Jonge Klimaatbeweging. Dit geldt niet alleen voor onze interne organisaties (bestuursleden en werkgroepen), maar ook voor onze achterban (jongerenorganisaties) en het bereiken van nieuwe groepen jongeren. Het komende jaar is het daarom belangrijk dat er een sterke HR-strategie wordt ontwikkeld die zich richt op een diverse samenstelling van onze organisatie. Met We Are Tomorrow zijn er al belangrijke stappen gezet om een bredere groep jongeren aan te spreken. Onze content, uitstraling, activiteiten en berichtgeving zal continu moeten worden geëvalueerd. Daarnaast zijn samenwerkingsverbanden met jongerenorganisaties en initiatieven buiten het voor ons bekende domein mogelijkheden om te groeien in diversiteit.

Professionalisering en duurzame groei
Naast inclusiviteit is de professionalisering en duurzame groei een uitdaging voor onze organisatie. Afgelopen jaar zijn we hard gegroeid in vrijwilligers, aangesloten organisaties, lobbykracht en evenementen. Deze snelle groei kan alleen worden doorgezet als deze gepaard gaat met voldoende structurele financiering en een professioneel HR-beleid. Het eerste is voornamelijk van belang om de (toenemende) vaste lasten te kunnen blijven dekken, waarvoor we niet afhankelijk kunnen zijn van afgebakende projectfinanciering. Het tweede is essentieel voor een gezonde organisatie, waarin het uitvallen van vrijwilligers en structurele hoge werkdruk voorkomen wordt. Hierover zijn al diverse gesprekken gevoerd met het nieuwe bestuur en de Raad van Toezicht, zodat de lessen van het afgelopen jaar zo snel mogelijk toegepast kunnen worden.

Het aftredend bestuur heeft er veel vertrouwen in dat het nieuwe bestuur succesvol zal verder bouwen aan de beweging. We kijken ernaar uit hoe zij onze learnings en hun eigen ideeën en plannen zullen samenvoegen om bovenstaande uitdagingen aan te gaan. Het vijfjarenplan dat dit jaar is afgerond zal daarbij de richtlijnen geven.

Colofon

Jonge Klimaatbeweging 2019
Helling 150, 3522 CC Utrecht

info@jongeklimaatbeweging.nl
KVK 67178995

Vormgeving door
Nick van Bree