JONGE KLIMAATBEWEGING
JAARPLAN 2021 /

Naar het Leiderschap van Morgen

JONGE
KLIMAAT
BEWEGING

VOORWOORD /

Onze grootste vijand op dit moment is tijd. We zijn voorbij de fase dat klimaatverandering ons nog boven het hoofd hing: we verkeren ons nu in een klimaatcrisis. De effecten daarvan zijn al merkbaar. Of je nu in een villa in 't Gooi, een boerderij in Drenthe of een appartement in Poelenburg woont, iedereen heeft al last gehad van aanhoudende hittegolven, krachtige stormen en langdurige droogte. Er liggen zelfs al plannen klaar voor waterrantsoen wanneer deze zomer zich weer zulke droogtes voordoen.

We zijn voorbij de fase gekomen waarin we nog de tijd hadden om te discussiëren over de "echtheid" van klimaatverandering. De tijd dringt om onze klimaatdoelen te halen, om de 1,5- graad samenleving waar te maken. Wat we goed moeten begrijpen is dat de aarde wel door blijft spinnen met een 3 graden verwarming, maar dat mens, dier en natuur het gevaarlijk zwaar krijgen. De mens, die zo talrijk over de jaren heen is geworden, dreigt uit te dunnen op gruwelijke wijzen als honger, overstromingen, ziekten en uitdroging.

Maar als er iets is wat de mens over de jaren zó succesvol en zó talrijk heeft gemaakt, is het het vermogen om in grote groepen samen te werken. De mens kan als de beste samen problemen oplossen over ongelooflijk korte tijdsperiodes. En laat dát nou precies zijn wat wij nodig hebben: zoveel mogelijk resultaat in een zo kort mogelijke tijd.

Laten we iedereen in Nederland verenigen om samen te werken aan een groene, zorgeloze en gezonde toekomst. Waar je ook vandaan komt, wie je ouders ook zijn, wat je werk ook is, op welke partij je ook stemt, wie je lief hebt, of welke diploma's je hebt gehaald: iedereen is nodig. Laten we elke dag, uur, minuut en zelfs seconde gebruiken om samen te werken aan dit toekomstbeeld wat wij allemaal het liefst willen.

Voor deze samenwerking is duurzaam leiderschap nodig. Daadkracht, lef, inclusiviteit en verantwoordelijkheid zijn eigenschappen die daarin belangrijk zijn. Met duurzaam leiderschap kunnen we de tijd de baas worden en de weg naar de 1,5-graad samenleving inslaan.

Was getekend,

Aniek, Daan, Inky, Jai, Merel,
Werner, Yasmijn, Yousef

SAMENVATTING DE JKB IN 2021 /

Naar het leiderschap voor morgen
2021 staat in het teken van de weg Naar het leiderschap voor morgen. We weten wat we moeten doen voor een 1,5-graad samenleving, maar het ontbreekt aan lef en daadkracht om ook verantwoordelijkheid voor de toekomst te grijpen. De Jonge Klimaatbeweging (JKB) zet zich daarom in voor het leiderschap voor morgen:

- We maken leiderschap tot dé rode draad rondom de verkiezingen en de Klimaatkandidaten.
- We schrijven een transitieplan over leiderschap en publiceren een barometer waarin we checken of de ministeries in lijn met de Jonge Klimaatagenda (JKA) werken.
- We organiseren een groot event in het teken van het leiderschap voor morgen. Zo bouwen wij in 2021 aan een toekomstgerichte toon aan de top in Nederland!

Verkiezingen
2021 is ook het jaar van groene verkiezingen. Met belangrijke partners als Grootouders voor het Klimaat, Naturalis en Innovatie-Expo maken we klimaat tot een hoofdonderwerp bij de verkiezingen.

- Met #KiesvoorKlimaat roepen we jong en oud op om te kiezen voor het Klimaat door op een Klimaatkandidaat te stemmen.
- We organiseren samen met Naturalis een flitsend debat waarin negen Klimaatkandidaten zich kunnen laten zien.
- We zorgen ervoor dat de stem van jonge generaties goed wordt verankerd bij de formatie en in het regeerakkoord.

What's more!
We are growing! Door de jaren heen is de JKB ontzettend breed actief geworden. De volgende acties zetten we dus komend jaar zeker door:

- Internationaal: het We Are Tomorrow Global Partnership gaat groeien én toewerken naar het belangrijkste moment uit haar bestaan: de Klimaattop in Glasgow.
- Achterban: onze achterban maken we groter en nóg diverser. Door het geven van trainingen en goede communicatie maken we onze partners nog nauwer verbonden.
- Participatie: iedere jongere moet mee kunnen doen! Via Jong RES en nieuwe samenwerkingen versterken we jongerenparticipatie bij de energietransitie.

AFKORTINGEN /

HR	Human Resources
JKA	Jonge Klimaatagenda
JKB	Jonge Klimaatbeweging
JKP	Jong Klimaatpanel
JO	Jongerenorganisatie
KD	Klimaatdialoog
PA	Public Affairs
POP	Persoonlijk ontwikkelingsplan
RLi	Raad voor Leefomgeving en Infra
SER	Sociaal Economische Raad
WATGP	We Are Tomorrow Global Partnership
WG	Werkgroep

01 WAAR STAAN WE?

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-graad samenleving waarbij klimaatrechtvaardigheid, toekomstbestendigheid, empathie en participatie van jongerenorganisaties centrale uitgangspunten zijn.

ONZE MISSIE /

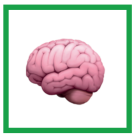
De JKB verenigt en vertegenwoordigt de stem van jongerenorganisaties in de politiek en het bedrijfsleven voor een duurzame toekomst.

WAAR STAAN WE NU? /

Na 4 jaar hard werken voor dit doel door een grote groep bevlogen JKB'ers, is de JKB uitgeroepen tot de nummer 1 in de Trouw Duurzame 100! Een fantastische beloning voor een hele generatie die zich inzet voor een duurzame toekomst en een nog grotere motivatie voor jongeren om van zich te laten horen!
Dit is waar de Jonge Klimaatbeweging nu staat:

- **We verenigen jongeren!** Meer dan 50 jongerenorganisaties scharen zich achter de Jonge Klimaatagenda, onze gedeelde visie voor 2050. Tijdens Klimaat Dialogen, die we regelmatig organiseren, halen we de ideeën en voorkeuren van onze groeiende achterban op. In onze transitieplannen 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 de ideeën van jongeren worden meegenomen in klimaatbeleid.



- **We doen mee!** We zorgen ervoor dat jongeren inspraak hebben op nieuw beleid. Zo verzekeren we dat in alle 30 regio's van de Regionale Energiestrategie een jongere aan tafel zit. Ook werken we samen met onder andere ministeries en de Raad voor Leefomgeving en Infrastructuur (RLi).

- **We inspireren en activeren jongeren!** Met geweldige campagnes en evenementen brengen we klimaat en duurzaamheid onder de aandacht bij jongeren. De JKB on Tour en de Klimaathelden campagne inspireren en activeren jongeren om zelf aan de slag te gaan voor een duurzame toekomst.

- **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!

- **We bouwen aan diversiteit!** We zetten ons in voor álle jongeren. Daarom werken we hard aan diversiteit en inclusie in onze achterban, activiteiten en organisatie. Via het Jonge Klimaat-panel halen we bijvoorbeeld input voor klimaatbeleid op van meer dan 1000 diverse jongeren.

2021 MAKEN WE SAMEN! /

Een organisatie als de Jonge Klimaatbeweging is nergens zonder haar vrijwilligers. 50+ vrijwilligers zetten zich ook in 2021 belangeloos in voor een betere en groene wereld. 2021 wordt misschien wel hét belangrijkste jaar van ons bestaan, met de Tweede Kamerverkiezingen en de Klimaattop in Glasgow. Samen maken we 2021 tot een succes. Dat gaan we doen met de volgende structuur:

Raad van Toezicht

↓

Bestuur

- **Vertegenwoordiging & Participatie**
  - WG Public Affairs
  - WG Jonge Klimaatagenda
  - WG Campagnes
  - WG Jonge Klimaatpanel
- **Inspireren & Activeren**
  - WG Global Partnership
  - WG JKB-on-Tour
  - WG Projecten
- **Organisatie**
  - WG Acquisitie
  - WG Event
  - WG Content managers

THEMA –

02

NAAR HET LEIDERSCHAP VAN MORGEN

Een 1,5-graad samenleving kan, als we het willen. De visie beschreven in de Jonge Klimaatagenda 2.0 is helder. Planbureaus en internationale organisaties laten al jaren zien wat er nodig is om deze visie te realiseren. We weten wat ons te doen staat.

FAILLIET VAN HET HUIDIG LEIDERSCHAP /

Toch halen we keer op keer halen onze klimaatdoelen niet. Zelfs een rechtszaak dwingt de overheid onvoldoende om te verduurzamen. De toekomst biedt dan ook weinig hoop: 83% van de jongeren in het Jonge Klimaatpanel gelooft niet dat we de doelen voor 2030 gaan halen.

De toekomst van jonge generaties wordt te makkelijk ingewisseld voor economische belangen op de korte termijn. Iedereen wil 'Parijs' halen, maar de maatregelen schieten ruimschoots tekort. We bevinden ons in een staat van georganiseerde onverantwoordelijkheid. Leiders beloven te veel, maar leveren te weinig...

NAAR HET LEIDERSCHAP VAN MORGEN /

Daarom bouwt de JKB aan het leiderschap voor morgen]. Een nieuwe toon aan de top voor de 1,5-graad samenleving! In de politiek, het bedrijfsleven én de samenleving.
Samen strijden we voor een nieuwe, duurzame houding van politici, CEOs, managers, bestuurders én individuen. Waardegedreven, toekomstgericht, inclusief en daadkrachtig!

Als jonge, constructieve rebellen spreken we leiders in de politiek en het bedrijfsleven aan op oud denken. We stellen de spelregels voor leiderschap in de 21ste eeuw op en dagen leiders uit om lef te tonen. Met het publiceren van een barometer checken we of de ministeries in lijn met de JKA werken.

Dit alles doen we niet alleen nationaal maar ook internationaal via ons We Are Tomorrow Global Partnership. Bij ons debuut op een internationale Klimaattop gaan de aanwezige leiders en diplomaten het nieuwe leiderschap ervaren!

Tegelijkertijd mobiliseren we de leiders van morgen met onze campagnes en via onze jongerenorganisaties. We activeren jonge Klimaathelden die er al van overtuigd zijn dat een mooiere, slimmere, en vooral ook duurzame wereld wél kan en dat het al gebeurt! Zo ontketenen we een beweging van jonge dwarsdenkers en friskijkers die de deuren openzetten naar de nieuwe wereld en de leiders van vandaag uitdagen om ook de sprong te wagen.

Door ons te zitten voor het leiderschap voor morgen heeft leidend Nederland aan het eind van 2021 het lef om verantwoordelijkheid te nemen voor de toekomst!

03 OPKOMEN VOOR ONZE TOEKOMST

3.1 PUBLIC AFFAIRS

DOELEN /

- **De afstand tussen politiek en de door ons vertegenwoordigen de jongeren te verkleinen middels het opzetten van initiatieven zoals een klimaatdebat;**
- **Zichtbaar zijn bij betrokkenen buiten de JKB**
- **Een mild activistisch geluid laten horen door middel van ludieke acties.**

WAT GAAN WE DOEN? /

Politiek naar de jongeren brengen

De politici in Den Haag zijn de volksvertegenwoordigers die het klimaatbeleid bedenken en vertalen naar wetgeving. Leiderschap is daarbij essentieel. Zij moeten het initiatief nemen om maatregelen te nemen en te stoppen met wankelen in dogmatische discussies. Op dit moment is er nog steeds een te grote kloof tussen politiek Den Haag en jongeren. Die kloof kan de Jonge Klimaatbeweging niet dichten, maar zij kan wel zaken in gang zetten om in ieder geval de politiek dichtbij de jongeren te brengen. Het klimaatdebat dat georganiseerd wordt, is daarvan een voorbeeld. Het doel is om de jongeren inzicht te geven in het klimaatbeleid van de huidige politieke partijen in de Tweede Kamer.

Zichtbaarheid

De Jonge Klimaatbeweging is over het algemeen redelijk zichtbaar. Waar nog aan gewerkt moet worden is dat de werkgroep Public Affairs vaker in contact komt met externe partijen voor bijvoorbeeld de belangenbehartiging. Dit kan in de lijn van het thema Naar het Leiderschap voor Morgen worden uitgevoerd. Daarnaast nemen we een opiniërend schrijver aan die standpunten van de JKB vertaald naar opiniestukken voor de nationale media.

Activisme

De JKB heeft bewezen dat zij een waardige organisatie is waarmee de dialoog aan kan worden gegaan. Zo worden we uitgenodigd voor rondetafelgesprekken, gesprekken met ministeries en een minister. Dat zetten we door. Bij de JKB ontbreekt echter een mild activistisch geluid. Het is wenselijk en passend om soms activistischer te zijn. Dit kan door het organiseren van symbolische acties met een activistisch karakter. Vereist is wel dat het beleefd blijft, zonder anderen tegen de schenen te schoppen.

Jong RES

In 2020 is JongRES enorm gegroeid. Begin 2021 heeft JongRES een kapitaalinjectie vanuit het Nationaal Programma ontvangen. Met deze ondersteuning bouwen we samen met de Klimaat- en Energiekoepel het bereik en de invloed van JongRES verder uit tot aan RES 1.0.
Naast deze nieuwe activiteiten gaat de JKB uiteraard door met het vertegenwoordigen van de jongerenstem bij de ministeries, de Tweede Kamer en via Coalitie-Y , het SER Jongerenplatform en SDG Nederland.

3.2 JONGE KLIMAATAGENDA

De werkgroep Jonge Klimaatagenda (JKA) richt zich de komende jaar op drie doelen:

DOELEN /

- **Nauwere samenwerking tussen JKA (kennis) en Public Affairs (PA; lobby bij de politiek) en jongerenorganisaties (JOs);**
- **Het verdiepen van de JKA door middel van ten minste 5 transitieplannen;**
- **Het vasthouden van de kennis over de verschillende thema's van de JKA binnen de werkgroep en de verspreiding van deze kennis binnen de rest van de organisatie.**

WAT GAAN WE DOEN? /

In lijn met het jaarthema, Naar het Leiderschap voor Morgen, draagt de JKA werkgroep dit jaar bij aan een toekomstgerichte toon aan de top. In samenwerking met de werkgroep PA ontwikkelen we de Ministeriële Barometer. Dit is een systeem waarmee we checken of en in hoeverre een ministerie werkt in lijn met onze visie uit de JKA. Elk ministerie krijgt een score die laat zien of het ministerie lef toont om het klimaatprobleem op te lossen.

De Ministeriële Barometer is slechts één voorbeeld van de samenwerking tussen de werkgroepen JKA en PA. In 2021 zullen deze groepen vaker samenkomen en -werken. Hierin werkt de JKA werkgroep als het ware als het wetenschappelijk bureau van de JKB en bepaalt PA vooral de vorm van de lobby. De twee werkgroepen werken samen aan de transitieplannen, waarin we onderwerpen uit de JKA uitlichten en concrete beleidsvoorstellen doen. Nieuwe onderwerpen worden voortaan samen uitgekozen om zo goed mogelijk aan te sluiten op de actualiteit.

In 2021 draagt de werkgroep bij aan het jaarthema door een transitieplan te schrijven over duurzaam leiderschap en de manier waarop de overheid en het bedrijfsleven dat in de praktijk kunnen brengen. Naast het transitieplan over leiderschap, zal de werkgroep ook nog ten minste vier andere onderwerpen uitdiepen in een transitieplan. Input voor deze transitieplannen wordt opgehaald tijdens onze Klimaatdialogen, die we tenminste drie keer willen organiseren in 2021.

Om als 'wetenschappelijk bureau' van de JKB te kunnen werken, moet er zoveel mogelijk kennis van de thema's uit de JKA zijn. In 2021 zorgen we dat deze kennis niet verloren gaat bij de wisseling van de werkgroep, door een junior-senior systeem op te zetten. Twee maanden voordat de huidige thema managers vertrekken, nemen we junior thema managers aan. Zij worden twee maanden lang klaargestoomd, voordat hun senior collega vertrekt.

Kennisdeling promoten we niet alleen binnen de werkgroep, maar ook binnen de rest van de JKB. In 2021 verbeteren we de verbinding tussen thema managers en jongerenorganisaties uit onze achterban en zorgen we ervoor dat er regelmatig kennissessies worden georganiseerd door de JKA werkgroep voor JKB vrijwilligers en jongerenorganisaties. Zo promoot de JKA werkgroep niet alleen duurzaam leiderschap in de politiek, maar werken we ook continu met de leiders van morgen

3.3 JONGERENORGANISATIES

De doelen voor de jongerenorganisaties (JOs) kunnen onder drie hoofdthema's verdeeld worden:

DOELEN /

- **Meer betrokkenheid van jongerenorganisaties en hun leden**
- **Steun aan de JKB verbreden**
- **Professionaliteit en overzicht over jongerenorganisaties en status**

WAT GAAN WE DOEN? /

Betrokkenheid

Er is betrokkenheid tussen de JKB en de JOs maar met de komst van het coronavirus heeft die een boost nodig. Ook zijn we op zoek naar meer betrokkenheid met de besturen en de leden van de JOs. Komend jaar willen we graag een handreiking maken voor JOs waarmee ze aan de slag kunnen binnen hun organisatie. Hierin kunnen zij bijvoorbeeld duurzame tips vinden die JOs kunnen toepassen binnen hun organisatie en de contactgegevens van de JKB per onderwerp. Er komt beter verwachtingsmanagement en er komen check-ins met organisaties die dat willen om verbinding te verbeteren. Dit kan door middel van persoonlijke gesprekken, of algemene surveys. Daarnaast willen wij JOs trainingen aanbieden die hen en hun leden kunnen helpen de duurzame leider te worden die zij willen zijn.
Vertegenwoordiging

Wij vertegenwoordigen op dit moment 53 JOs en hun leden. Dat is geweldig, maar dit kan nog verder groeien! Dit jaar willen we het momentum van de verkiezingen en de overwinning van de Trouw Duurzame 100 pakken om in oktober 2021 in totaal 80 JOs bereiken en de JKA laten ondertekenen.

Een belangrijk speerpunt onder vertegenwoordiging is inclusiviteit en diversiteit. Dit is een terugkerend discussiepunt. Het is van belang dat we blijven vechten voor meer inclusiviteit en diversiteit, zodat we ook echt álle jongeren kunnen vertegenwoordigen. Hier wordt extra aandacht aan besteed bij het zoeken naar nieuwe JOs. Op deze manier hopen wij de vertegenwoordiging van alle jongeren te waarborgen.

Professionalisering

De voorgaande plannen vergen goede interne administratie en organisatie van alle gegevens. Daarom zal er dit jaar weer gekeken worden of en hoe een CRM systeem ons kan helpen in dit werk, zodat alle gegevens van aangesloten JOs beter up to date gehouden kunnen worden.

3.4 JONGE KLIMAATPANEL

DOELEN /

- **Het vergroten van het aantal deelnemers tot 2500.**
- **Een diverse groep deelnemers: meer jongeren uit dorpen, met verschillende politieke voorkeuren.**
- **Het gebruik van de antwoorden van het Jonge Klimaatpanel (JKP) terug zien in meerdere activiteiten van de JKB.**

WAT GAAN WE DOEN? /

Het JKP is afgelopen jaar gestart om de stem van jongeren meer te laten horen. Het is daarmee een aanvulling op de al 100.000 jongeren die wij vertegenwoordigen. Met het JKP verzamelen wij de mening van jongeren op onderwerpen die op dat moment in het nieuws zijn of die wij aan het onderzoeken zijn. Zo draagt het JKP bij aan de JKA en de lobby. De jongeren geven hun mening door stellingen te beantwoorden. Deze stellingen worden door onze werkgroepen aangeleverd.

Momenteel heeft het JKP al meer dan 1000 leden en worden de enquêtes maandelijksingevuld door meer dan 30% van de jongeren. In de afgelopen maanden hebben wij gezien dat de diversiteit van de jongeren binnen het JKP beter kan. De eerste twee doelen zijn aan elkaar verbonden. Bij het vergroten van het aantal inschrijvingen zal de diversiteit toenemen. Een opmerking bij deze verwachting is wel dat wij op een andere manier nieuwe leden gaan zoeken om het aantal leden te vergroten. Zo kunnen wij groeien en tegelijk het panel representatiever maken. In de huidige groei is te veel eenzijdigheid. Verder zouden wij graag zien dat het JKP meer gebruikt gaat worden in andere activiteiten van de JKB. De reden voor dit doel is dat wij willen dat de stem van onze leden ook écht gehoord en gebruikt wordt. Wij willen de resultaten van het JKP terug laten komen in de transitieplannen die wij schrijven. Ook willen wij de antwoorden meer meenemen naar gesprekken die wij voeren met beleidsmakers van het bedrijfsleven. Alle werkgroepen kunnen gebruik maken van het panel. Zo maken wij samen onze beweging sterker.

3.5 CAMPAGNES

Afgelopen jaren heeft de Jonge Klimaatbeweging mooie campagnes opgezet met bewustwording als hoofddoel. Campagnes kunnen echter niet alleen ingezet worden voor bewustwording, maar ook om de politieke lobby te versterken. Door op een slimme manier gebruik te maken van sociale media en persberichten in lijn met de doelstellingen van de werkgroep Public Affairs, kunnen campagnes bijdragen aan groeiende steun en onderhandelingsmateriaal geven voor de lobby. De doelen voor de campagnes zijn daarom:

DOELEN /

- **Minstens twee campagnes opzetten die de lobby versterken;**
- **Minstens één campagne opzetten met brede bewustwording als doel;**
- **Met minstens één campagne de traditionele media bereiken.**

Politieke Campagnes
Helemaal in lijn met ons thema, Naar het Leiderschap voor Morgen, zet de Campagne Werkgroep richting de Tweede Kamer Verkiezingen de Klimaatkandidaat campagne op, geïnspireerd op de verkiezingscampagne van vier jaar geleden. Met deze campagne activeren we jongeren om te kiezen voor de duurzaamste kandidaat van partijen van links tot rechts: onze Klimaatkandidaat. Zo kunnen jongeren van over het hele politieke spectrum kiezen voor het klimaat en een duidelijk signaal afgeven aan de politiek: Het Leiderschap voor Morgen staat wat ons betreft centraal.

Deze samenwerking tussen politiek en campagnes zal ook na maart 2021 voortgezet worden. Doelen hiervan zullen het informeren en mobiliseren van jongeren zijn, om te laten horen wat zij van het huidige leiderschap vinden, en/of wat voor leiderschap ze zouden willen zien.

Met de politieke campagnes brengen we de politiek dichter bij de jongeren(organisaties) en geven we ze op een laagdrempelige manier de kans op invloed uit te oefenen op de politiek. Het biedt ondersteuning aan dé kernactiviteit van de JKB: de politieke lobby.

Bewustwordingscampagnes

Daarnaast zullen de twee campagnes die aflopen in 2020, Klimaathelden en Theo de klimaatactivist, geëvalueerd en eventueel doorgezet worden als brede bewustwordings-campagnes, met als doel het informeren en inspireren van jongeren over duurzaamheid. Bij klimaathelden zal de nadruk liggen op diverse jongeren aan het woord laten, vanuit allerlei verschillende opleidingsniveaus en beroepsgroepen. De klimaathelden zullen gepresenteerd worden als de leiders voor morgen die zich ieder op hun eigen manier inzetten voor een duurzame toekomst.

Om jongeren tevens te informeren over het brede verhaal van de Jonge Klimaatbeweging en klimaatverandering, gaat de ontwikkeling van een VR Experience en een online tool om de gevolgen van de opwarming van de aarde inzichtelijk te maken door. Met deze bewustwordingscampagne informeren, betrekken en activeren van jongeren om bij te dragen aan de duurzaamheidstransitie. Door Klimaathelden interessant te maken voor een breder publiek, draagt het tevens bij aan het bereiken van jongeren buiten de groene bubbel. Zowel bij de bewustwordingscampagnes als bij de politiek, staan de waarden duurzaamheid, jongerenvertegenwoordiging en toekomst-bestendigheid centraal.

04 INSPIREREN EN ACTIVEREN

4.1 We Are Tomorrow Global Partnership

DOELEN –

- **Professionalisering van het We Are Tomorrow Global Partnership (WAT-GP);**
- **Zoveel mogelijk partners uit het WAT-GP ondersteunen om betrokken te zijn bij en een belangrijke rol te spelen tijdens de (pre-)COP;**
- **Een betere verdeling van verantwoordelijkheden tussen partnerlanden.**

WAT GAAN WE DOEN? /

Het WAT-GP werkt wereldwijd met jongerenorganisaties samen om jongeren een belangrijkere rol te geven in de politiek. Elke partner zet zich in voor een overheid die de inspraak van jongeren waardeert; ook dit vinden wij passen bij het thema, Naar het Leiderschap voor Morgen.

In 2021 focust WAT-GP zich op de professionalisering van het partnership. We werken hieraan via onze website en sociale media, maar ook door vaker aan te sluiten bij relevante evenementen in binnen- en buitenland. Ten eerste willen we ons partnership uitbreiden met nieuwe partners. In de eerste fase van het WAT-GP zochten we vooral partners uit landen waar jongeren nog weinig politieke invloed hebben. In de volgende fase van het Global Partnership willen we - de naam zegt het al - verder werken aan een écht wereldwijd netwerk. Het gehele WAT-GP kan meer van elkaar leren, als er ook meer partners aansluiten met meer politieke ervaring. Komend jaar zetten we de eerste stappen in de zoektocht naar nieuwe partners.

Naast de uitbreiding van ons partnership, willen we ook serieuzer worden genomen in de internationale politiek. Zo zullen we ervoor zorgen dat het WAT-GP een duidelijke rol zal krijgen tijdens de Conference of the Parties (COP). Niet alleen op het evenement zelf, maar ook op alle bijeenkomsten in de maanden daarvoor, zoals de pre-COP. Dit wordt een uitdaging, omdat we verwachten dat deze evenementen grotendeels online zullen plaatsvinden, waardoor er minder plaats is voor deelnemers. De WAT-GP werkgroep werkt komend jaar extra nauw samen met het ministerie van Buitenlandse Zaken en Economische Zaken en Klimaat en de Jongerenvertegenwoordigers naar de Verenigde Naties om zo goed mogelijk op de hoogte te blijven van alle kansen. Samen zorgen we ervoor dat jongeren over de hele wereld serieus worden genomen en dat er naar hen wordt geluisterd wanneer het om hún toekomst gaat.

Om het partnership de komende jaren te laten groeien, is het belangrijk dat we de verantwoordelijkheden van de partners beter verdelen. Op het moment liggen de meeste verantwoordelijkheden bij de JKB en zijn zij de voornaamste kartrekker. In 2021 willen we ervoor zorgen dat andere partners ook meer eigenaarschap ervaren, door vaker organisator te zijn van sessies en meer betrokken te worden bij de administratieve kant van het partnership. Over een paar jaar heeft het WAT-GP een losstaand bestuur met bestuursleden uit verschillende partnerlanden.

4.2 JKB-ON-TOUR

DOELEN /

- Minimaal 15 scholen en 1000 studenten bereiken.
- De impact van de lessen meten door terugkoppeling te vragen na het geven van de lessen aan de deelnemers.
- Voor een breder publiek JKB on Tour aanbieden o.a jongeren organisaties en bedrijven.

WAT GAAN WE DOEN? /

De JKB is afgelopen jaar helaas niet fysiek langs geweest bij scholen. Niet getreurd, de online lessen zijn een groot succes en smaken naar meer. Na het evalueren wat wij beter kunnen doen, zijn er voor aankomend jaar nieuwe plannen gemaakt. Na het succes van de online JKB on Tour willen wij nog meer studenten en scholen bereiken. Wij hopen aankomend jaar een nog bredere en diverse doelgroep te bereiken met de JKB on Tour. De lessen zullen zo worden ingericht dat het makkelijker wordt voor de deelnemers om ook buiten de lessen met duurzaamheid aan de slag te gaan. Dit zorgt voor meer interactie. Ook biedt het de deelnemers de kans om in actie komen in hun eigen omgeving. Dit alles hopen wij in een fysieke lesvorm aan te bieden waarbij het gemakkelijker wordt om de jongeren goed te bereiken.

Het aankomend jaar zal de JKB on Tour door middel van de lessen opnieuw jongeren bereiken. Door het geven van inzicht in feiten en het belichten van verschillende meningen over klimaatverandering. Door het onderscheiden van deze feiten en meningen worden de deelnemers bewuster van hun omgeving. Dit kunnen zij tijdens en na de lessen gebruiken om hun eigen mening beter te vormen. In de lessen maken wij een veilige omgeving voor gesprekken. Hiermee hopen wij de meningen van jongeren op te halen en zich gehoord laten voelen. Wij willen het vertrouwen van de deelnemers vergroten, dat ook zij het verschil kunnen maken. Met deze activiteiten en ondersteuning van gezamenlijk lesmateriaal wakkeren wij het persoonlijk leiderschap aan. Hiermee kunnen de deelnemers de nieuwe kennis gebruiken in hun dagelijks leven.

Ook zal de JKB on Tour nieuwe manieren voor het delen van kennis ontwikkelen. Hiermee willen wij een bredere vorm aanbieden voor onder andere jongerenorganisaties en scholen. Zo kunnen wij de bredere bewustwording beter waarmaken. Zo nemen wij meerdere partijen binnen de samenleving mee.

05 OPKOMEN VOOR ONZE TOEKOMST

5.1 Vrijwilligers en Interne organisatie

DOELEN /

- **Betere verdeling tussen HR en Secretariële taken: Secretarieel Community Manager**
- **Verbeteren van de interne werkomgeving: overzicht en protocollen**
- **Meer betrokkenheid creëren via een middenweg voor vrijwilligers: de JKForce**

WAT GAAN WE DOEN? /

Verdeling HR - en Secretariële zaken

Dit jaar zal een grotere nadruk komen te liggen op de Human Resources (HR) taken. Om hier ruimte voor te maken, wordt er een Secretarieel Community Manager aangenomen die wat secretariële zaken uit handen kan nemen.

De tijdsruimte die met deze nieuwe functie vrijkomt, kan door de HR-manager gebruikt worden om meer focus te leggen op de persoonlijke ontwikkeling van de bestuursleden en werkgroepleden. Hiervoor zullen Persoonlijk Ontwikkelingsplannen (POPs) ingezet worden. Dit is belangrijk, omdat het bijdraagt aan de kennis en skills van onze vrijwilligers, wat weer een positieve invloed heeft op het succes van de JKB. Daarnaast geeft de vrijgekomen tijd HR de kans om de organisatie(structuur) eens goed onder de loep te nemen. HR zal kijken wat beter, handiger en makkelijker kan en hoe wij onze vrijwilligers het beste kunnen ondersteunen en aanmoedigen. Hiermee verzekeren we een gezonde en ontwikkelingsgerichte werkomgeving.

De interne werkomgeving

Dit jaar zal HR zich bezighouden met het opstellen van belangrijke documenten. Het gaat hierbij om de huisreglementen, waarin alle afspraken, omgangsregels en kernwaarden voor een goede samenwerking komen te staan. Dit is belangrijk, omdat iedere vrijwilliger dan weet waar ze aan toe zijn en hierdoor conflicten voorkomen kunnen worden. Ook zal er een protocol gemaakt worden voor ongewenste intimiteiten, om te zorgen voor een veilige werksfeer. Verder zal een protocol voor blijvende en verlatende JKB-ers opgesteld worden, met zaken als exitformulieren en evaluatiegesprekken voor vrijwilligers die hun contract willen verlengen. Dit geeft meer inzicht in waarom vrijwilligers blijven of de JKB verlaten.

Betreft de interne werkomgeving, zal er een grote focus liggen op het duidelijk en overzichtelijk maken van belangrijke informatie. Momenteel staat veel belangrijke informatie verspreid over verschillende mapjes. Deze indeling zal dus opnieuw bekeken worden en verduidelijkt worden. Dan weet iedere vrijwilliger waar de informatie staat die belangrijk is voor hen. Daarnaast loopt er een intern onderzoek naar de gebruikerservaring van alle werkplatformen en hoe deze platformen volgens vrijwilligers verbeterd kunnen worden. De resultaten van dit onderzoek zullen gebruikt worden om de werkomgeving te verbeteren.

JKForce: de gulle middenweg

Als laatste zal er dit jaar een focus liggen op interne en externe betrokkenheid van JKB'ers. Veel vrijwilligers hebben aangegeven dat zij niet bij de JKB weg willen, maar dat zij ook niet meer aan een contract van 8 uur per week willen vastzitten. Er is dus een middenweg nodig.

Op dit moment is er een plan in ontwikkeling om een groep (de JKForce) aan vrijwilligers op te stellen die zal bestaan uit " duttende vrijwilligers": leden die dus niet vast zitten aan contracturen, maar wél wat voor de JKB willen betekenen. De vrijwilligers van de JKForce kunnen dan opgeroepen worden om te helpen bij werkgroepen, ingezet worden als inhoudelijke adviseurs voor public affairs, of helpen bij het vergroten van het JKB-bereik op sociale media. Verder zullen de JKForce vrijwilligers op dezelfde manier betrokken worden bij de JKB als contract vrijwilligers. Op deze manier hopen wij onze betrokkenheid te vergroten en te behouden en een makkelijke instap in de JKB te maken. De JKForce zal beheerd en ondersteund worden door de Secretarieel Community Manager.

5.2 EVENTS

DOELEN /

De events werkgroep zal bijna helemaal wisselen van werkgroepleden. De doelen voor de events werkgroep voor het komende jaar zijn niet alleen gericht op het organiseren van evenementen, maar ook op het verbeteren van de interne organisatie:

- **Meer enthousiasme creëren door vergroten inspraak en rol brainstorming en de connectie met klimaatverandering en het doel van de JKB niet uit het oog verliezen: waar doen we het voor?**
- **Ruimte maken voor vernieuwing en creativiteit**
- **Een groot lustrum evenement organiseren**

WAT GAAN WE DOEN? /

De events werkgroep heeft een gek jaar gehad en moest flexibel zijn bij het organiseren van online en offline evenementen. De events werkgroep is erg trots dat ze erg goed en snel een online KD hebben opgezet. Dit laat zien dat het een goed team is met mensen die keihard werken. Het is jammer dat er nu meer vanuit plichtsbesef gewerkt wordt in plaats van enthousiasme voor de doelen van de JKB. Hier moet aan gewerkt worden. Door middel van regelmatige check-ins en het opstellen van leerdoelen met werkgroepleden hopen we dit te verbeteren.
De werkgroep geeft aan dat hun werkzaamheden nu vooral logistiek zijn en dat zij erg weinig invloed hebben op de inhoud. Ondanks dat de werkgroepleden doeners zijn, heeft dit wel invloed en is er minder enthousiasme voor de taken. Vooral brainstormen wordt gemist. Daarom willen wij de events werkgroep een meer centrale rol geven bij evenementen, waarbij zij al vanaf de eerste meeting betrokken zijn. Het grote lustrumevenement willen we daarbij als kern gebruiken. Hierbij is veel ruimte voor vernieuwing en creativiteit, aangezien dit helemaal opgezet moet worden.

5.3 CONTENT MANAGERS

DOELEN /

Jongeren zijn in grote getalen te vinden op sociale media. Zeker op Instagram, een platform dat zich steeds meer ontwikkelt tot een platform voor activisme, is onze achterban te vinden. Sociale media zijn daarom bij uitstek de kanalen om onze achterban te informeren, inspireren en activeren. Op het bereik valt nog veel winst te behalen. Om deze reden buigt het gloednieuwe Social Media Content team zich over het aantrekkelijker maken van de sociale media en het uitbreiden van de content, zodat de volgers aantallen groeien en we een steeds grotere groep jongeren laagdrempelig kunnen bereiken. De doelen zijn:

- **Een social media strategie ontwikkelen voor de verschillende sociale media kanalen;**
- **Het bereik van de sociale media vergroten en diverser maken, met speciaal aandacht voor Instagram;**
- **De werkzaamheden en successen van de JKB zichtbaarder voor een breed publiek maken.**

Social media strategie

De sociale media kanalen van de Jonge Klimaatbeweging zijn de afgelopen anderhalf jaar met veel succes beheert door één content creator. Omdat zij alleen was, is de focus voornamelijk gebleven bij het posten van content die geleverd werd. Aangezien de Jonge Klimaatbeweging een brede beweging is met veel verschillende werkzaamheden, is er snel sprake van posts met veel verschillende doelen, stijlen en doelgroepen.

De nieuwe Content Managers gaan zich hierom buigen over het strategisch uitbreiden van het communicatieplan, de social media gids en de huisstijl, zodat de sociale media kanalen aantrekkelijker en doelgerichter worden.
Om het bereik van de sociale media kanalen en campagnes te vergroten, moet er data verzameld worden om het succes van verschillende soorten content op verschillende kanalen te kunnen meten. Op basis daarvan kan de strategie aangescherpt worden. Een data dashboard voor de sociale media en een regelmatige analyse van de website m.b.v. Google Analytics zijn hier belangrijke tools voor.

Content

Om de sociale media kanalen te laten groeien en diverser te maken is niet alleen strategie, maar ook content nodig. Met name op het Instagram-account is ruimte om enerzijds meer te delen over wat de JKB doet en anderzijds wat er speelt in het klimaat- en duurzaamheidsdebat. Zo krijgt de organisatie meer een gezicht, kunnen we onze hardwerkende vrijwilligers in de schijnwerpers zetten en wordt het bovenal een account die iedere jongeren met een interesse voor duurzaamheid wil volgen.

De content die gemaakt gaat worden is dan bijvoorbeeld wekelijks klimaatnieuws, uitlegposts zoals die over de Raad voor de Toekomst en 5 jaar Parijs Akkoord en een kijkje achter de schermen bij werkgroepen en vrijwilligers.
Dit is niet alleen voor de groei van de sociale media belangrijk. De werkzaamheden van de Jonge Klimaatbeweging op politiek niveau kunnen abstract en ingewikkeld zijn. Jongeren informeren, activeren en betrekken bij klimaat- en duurzaamheidsbeleid is echter wel ontzettend belangrijk. De nieuwe sociale media strategie en content kunnen de werkzaamheden van de JKB concreter maken en dichterbij de achterban brengen.

06 IEDEREEN DOET MEE

DOELEN /

- **Practice what you preach: onderzoek naar de vertegenwoordiging van álle jongeren.**
- **Het verder ontwikkelen van ons diversiteit - en inclusiviteitsbeleid.**
- **Doorwerken op onze bestaande maatregelen.**

WAT GAAN WE DOEN? /

Het afgelopen jaar is het onderwerp diversiteit en inclusiviteit steeds meer gaan leven onder alle vrijwilligers van de JKB: iedereen let meer op zijn taalgebruik, of dit begrijpelijk en verwelkomend voor iedereen is, ons beeldgebruik wordt inclusiever en meer MBO scholen dan ooit te voren zijn bereikt tijdens de JKB on Tour. Maar diversiteit en inclusiviteit gaat nog veel dieper en breder dan beeld - en taalgebruik. Het werk aan diversiteit en inclusie is nooit af en kan altijd beter. Duurzaam leiderschap betekent namelijk ook dat iedereen zich op elk moment welkom voelt bij de JKB.

Dit jaar zal dan ook een “practice what you preach” regel gelden: wij gaan onderzoek doen naar hoe wij alle 100.000 jongeren in onze achterban het beste kunnen vertegenwoordigen. Het idee is dan ook dat de JKB dit jaar onderzoek hiernaar laat doen door externe partijen. Hierbij wordt zowel onze interne organisatie als onze achterban onderzocht op hoe wij diversiteit en inclusiviteit op dit moment verzekeren en beschermen. De resultaten van dit onderzoek worden gebruikt om te leren hoe we diversiteit en inclusiviteit beter waarborgen en hoe we ons diversiteitsbeleid verder kunnen uitwerken. Daarnaast willen we leermogelijkheden aan onze vrijwilligers aanbieden zoals trainingen en webinars die diversiteit en inclusiviteit als hoofdonderwerp hebben.

Verder is het belangrijk dat wij in ons diversiteitsbeleid beschrijven wat diversiteit en inclusiviteit voor de Jonge Klimaatbeweging betekent: hoe definiëren wij diversiteit en inclusiviteit bij de JKB? Op dit moment kijken wij vooral naar wat er buiten inclusiviteit valt. Wij stellen ons de vraag: sluit ik hierbij mensen uit zonder dat ik de kernwaarden van de JKB uitsluit? Wanneer het antwoord op deze vraag "ja" is, is er een probleem met inclusiviteit dat aangepakt moet worden. Voor het verder uitbouwen van deze definitie willen wij ook de resultaten van het externe onderzoek gebruiken. Deze definitie zal dan opgenomen worden in de welkomst documenten en het huishoudelijk reglement, zodat iedere vrijwilliger hiervan op de hoogte is.

Naast het vernieuwen en verder uitbouwen van ons diversiteitsbeleid, werken we tegelijkertijd verder aan wat we al hebben:

- **We gaan bij elke vorm van communicatie naar externen na of het inclusief is;**
- **Er zal vaker worden benadrukt dat de HR-manager een ver trouwenspersoon is voor alle vrijwilligers;**
- **Een medewerkersbetrokkenheidsonderzoek zal worden opgesteld en uitgevoerd;**
- **Er zal meer gebruik gemaakt worden van ons netwerk om een breder en diverser publiek te trekken;**
- **Er zullen profielen bekeken worden van onze volgers, JKPanel leden en JOs om een beter beeld te krijgen van de huidige diversiteit in onze achterban;**
- **Er zal meer stilgestaan worden bij "algoritmes": waar en voor wie promoten we welke dingen? Komen onze online berichten bijvoorbeeld alleen aan bij mensen uit de doelgroep duurzaamheid? Bereiken onze berichten ook jongeren buiten studentensteden?**

Het uitdiepen van en doorwerken op deze bestaande maatregelen zal het diversiteit - en inclusiviteitsbeleid van de JKB naar een hoger niveau tillen.

07 FINANCIEËN & ACQUISITIE

DOELEN /

- **Vinden van inkomstenbronnen voor stabiliteit over meerdere jaren;**
- **Verbreden van het aantal inkomstenbronnen dat een flinke bijdrage aan de JKB kan leveren;**
- **Verankering van acquisitie en verheldering van financiën in en voor de rest van de organisatie.**

WAT GAAN WE DOEN? /

De Jonge Klimaatbeweging kan niet bestaan zonder een financiële ruggengraat. In het afgelopen jaar is er een sterk fundament aan projecten en activiteiten opgebouwd. Onze activiteiten passen bij de visie en doelen van een grote groep donoren. Tegelijkertijd willen wij ons onafhankelijk kunnen inzetten voor de jongerenorganisaties. Ook willen we ervoor zorgen dat de JKB zekerheid kan hebben dat ze de komende jaren groen door kunnen groeien.

Daarom zetten wij dit jaar in op het vinden van geldstromen voor meerdere jaren, en op meer diverse inkomstenbronnen. Wij willen ervoor zorgen dat dankzij een stevige reserve en een goede cashflow de JKB slagvaardig en zonder zorgen uitgaven kan doen. Ook blijven we zorgen dat we alleen samenwerkingen aangaan of geld ontvangen van partners die dezelfde doelen voor ogen hebben als wij.

Geld is belangrijk voor elke organisatie, maar op zoek gaan naar geld biedt ook kansen voor betere partnerships. Bij elke partner stellen we ons de vraag: hoe kunnen we met elkaar onze duurzame boodschap verbeteren. We betrekken individuele donoren graag bij onze activiteiten. Fondsen of bedrijven worden uitgenodigd met ons mee te denken over het vergroten van onze klimaatboodschap.

Als laatste zetten we in op verdere professionalisering van de financiële huishouding. Hierdoor wordt het voor de hele organisatie meteen duidelijk welke middelen ze kunnen inzetten. Kosten

Door de grote hoeveelheid aan verschillende projecten maken wij diverse kosten dit jaar. Wij zetten de verbreding van de klimaatbeweging voort door middel van de JKB on Tour, het Jongeren Klimaatpanel, en het Global Partnership. We versterken de jongerenstem door het JKPanel en verder bouwen aan de Jonge Klimaat Agenda. We roeren ons in het bijzonder actief tijdens de verkiezingscampagne richting 17 maart 2021. We maken hier echte klimaatverkiezingen van door onze campagne, waarin het Klimaatkandidatendebat een hoofdrol speelt. Continu financieren we campagnes om de klimaatlobby en de brede bewustwording een luide stem te geven.

Onze overhead is al jaren zuinig en doelgericht. We houden de overhead gelijk aan de realisatie van het boekjaar '19-'20. We spelen hierbij in op de veranderlijke situatie rondom corona.

Nieuw dit jaar is dat JongRES, een initiatief van de JKB en de Klimaat- en Energiekoepel, door de JKB financieel ondersteund zal worden door middel van een opdracht van het Nationaal Programma Regionale Energie Strategie (NPRES).

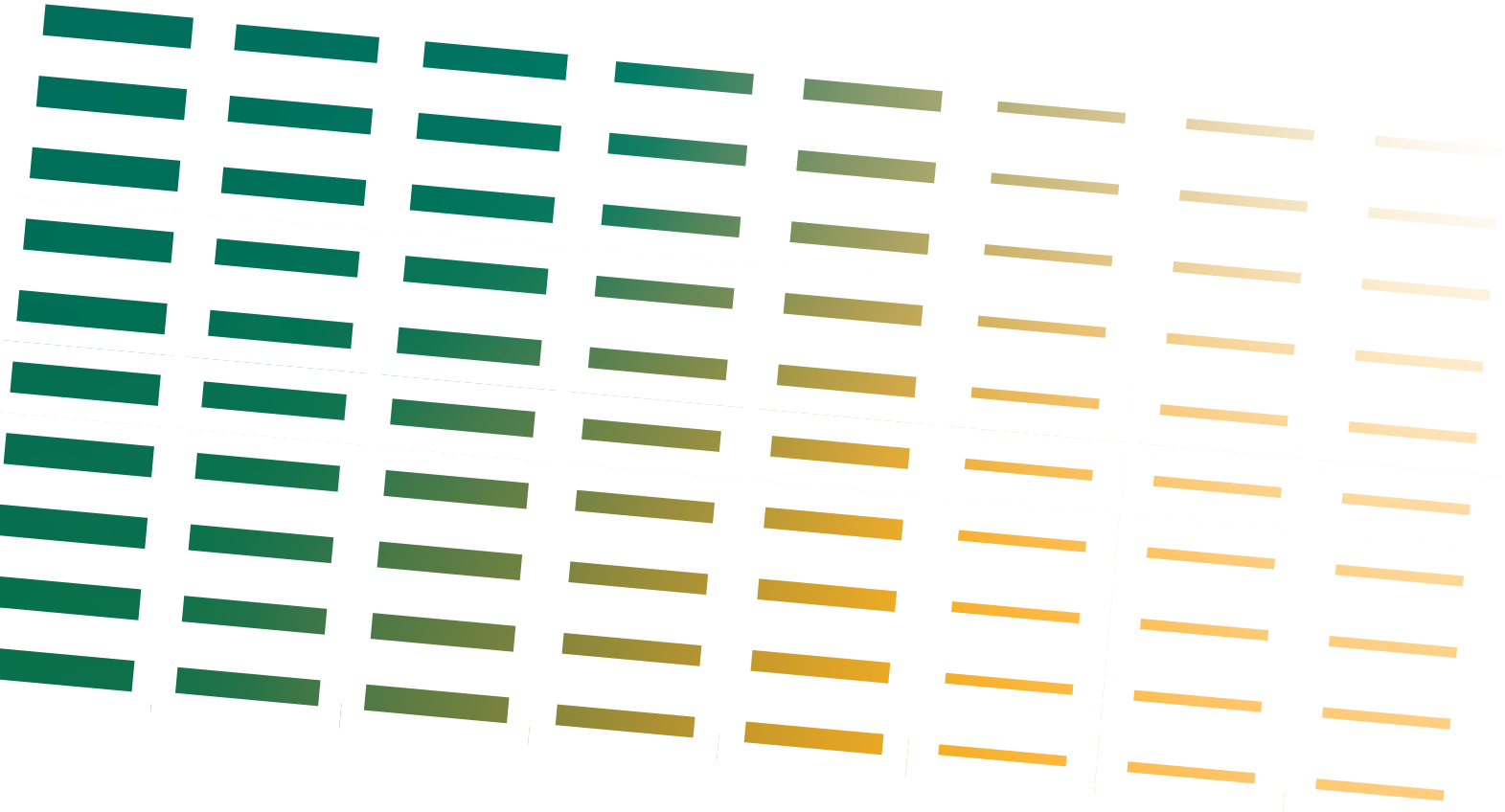
We vergoeden naar redelijkheid reiskosten gemaakt door vrijwilliger, waardoor iedereen die wil kan bijdragen aan de JKB, ongeacht hun persoonlijke budget. Daarnaast is een bestuurs-vacatie voor 2021 veilig gesteld.

Baten

Onze inkomsten staan op drie pilaren: subsidies en fondsen, donateurs, en partnerschappen.
Wij houden de banden met bestaande fondsen warm en gaan waar mogelijk door met de samenwerking. In het bijzonder gaan wij met bestaande en fondsen in gesprek om meer projecten af te spreken met een duur voor meerdere jaren. Ook voeren wij het gesprek met overheidsorganen en private foundations om financiering los van de lopende projecten te voeren. We zetten dit jaar in op fondsenwerving voor het Global Partnership. Deze financiering stelt ons in staat de ambities van de JKB te verruimen.

Wij betrekken donateurs nauwer bij de organisatie en nemen hen mee in ons verhaal. Zij zijn voor ons meer dan een inkomstenbron, maar onderdeel van onze beweging. We gebruiken het momentum van de JKB om meer donateurs aan ons te binden. Donateurs zullen zorgen voor de basis waarop de JKB onafhankelijk haar activiteiten kunnen uitvoeren. Voor jongeren bieden wij speciale donateurschappen aan die passen bij hun inkomsten en wensen.

Wij gaan meer partnerships aan met bedrijven en andere organisaties. We kijken hierbij hoe we elkaars verhaal kunnen versterken. Ook gaan we hierbij op zoek naar hoe jongerenparticipatie binnen deze bedrijven kan worden opgestart of versterkt.

De incidentele inkomsten via spreken, workshops, en deelname aan panels worden verruimd doordat de JKB zich nog vaker roert in het maatschappelijk debat. Deze inkomsten zijn ook cruciaal om jongerenparticipatie mogelijk te maken.
Werkgroep acquisitie

De werkgroep acquisitie beheert de drie pilaren. Dit jaar verbindt de werkgroep zich dieper met de rest van de organisatie. Werkgroepleden schuiven regelmatig aan bij de meetings van andere werkgroepen of werken in deeltijd mee met een andere werkgroep. Hierdoor weten de GroenGeld-managers beter welke ideeën ondersteuning verdienen. En kunnen ideeën sneller gelanceerd worden.