

De wereld dat ben jij

Acties ontwikkelen rondom wereldthema's, laat dat maar aan jongeren over. Dat bleek tijdens de presentatie van alle resultaten van het jongerenconcept World=U, een gezamenlijk initiatief van Rabobank Foundation, Wereld Natuur Fonds (WNF) en Nederland in Dialoog (NID). Jongeren werden uitgedaagd mee te denken over wereldvraagstukken. Hun antwoorden werden vertaald in negentien concrete acties: van een bewustwordingscampagne rondom de 'plastic soup' tot het neerzetten van een klimaatneutraal Experience House over duurzame ontwikkeling.

✦ TEKST ASTRID VAN UNEN ✦ FOTOGRAFIE JAN BOM

'Je moet het enthousiasme in je tenen voelen.' Die uitspraak van een deskundige maakte veel los in de World=U groep uit Almere, die op zoek was naar een geschikte actie rondom duurzaamheid. "Er ontstond een omslag", zegt de 22-jarige Chantal de Reijke. "Toen wisten we: wij gaan knallen." Het zal de gedroomde emotie zijn van de initiatiefnemers van dit jongerenconcept. En knallen deden ze in Almere. Negen jongeren regelden een grote orka, die door een kunstenaar gemaakt was van netten om van al het winkellende publiek in Almere plastic tasjes te verzamelen. Voor de prijsvraag: 'Hoeveel tasjes komen er in de walvis terecht?' kregen ze drie prijzenpakketten van de plaatselijke middenstand. Begin september stonden ze in de binnenstad van Almere en vroegen iedereen een plastic tas in de orka te stoppen in ruil voor een duurzame tas. Een brassband en een dansgroepje boden zichzelf aan de dag op te vrolijken en zo ontstond "een supergave actie", zegt Chantal.

Het World=U programma, dat in januari van start ging, moest een inspirerende ontdekkingsstocht worden voor jongeren tussen de

zestien en 25 jaar, waarin ze tot concrete bijdragen zouden komen voor een betere wereld. "World=U is heel geleidelijk ontstaan", zegt Lieke Verhofstad van de Rabobank Foundation. "We waren op zoek naar een manier om onze relatie met jongeren te versterken en verduurzamen. We willen jongeren boeien en binden. Op lokaal niveau liepen al een aantal jongeren initiatieven en we gingen op zoek naar een rode draad waarin we alle banken konden betrekken." Samenwerking met WNF en NID was bijna vanzelfsprekend, omdat de Rabobank met beide partijen al langer samen optrokken. Na een flinke voorbereiding, waarbij de lokale Rabobanken onder meer de werving onder jongeren voor hun rekening namen, startte in januari World=U met 250 jongeren, verspreid over negentien regio's. De thema's waaruit de jongeren konden kiezen stonden vooraf vast: de effecten van klimaatverandering, duurzame voedselketens en de ongelijke verdeling in de wereld. Ze werden begeleid door adviseurs van NID, zoals Saar Francken in Almere. "We hebben het proces begeleid tot aan het moment dat de jongeren hun actie kozen", zegt Franc-

ken. "Maar daarna hebben ze alles zelf geregeld, zoals de bedoeling was." Rondom de drie thema's werden locaties gekozen bij relaties van de Rabobank waar dialogen konden plaatsvinden. Zoals een biologisch-dynamische boerderij waar de koeien uitsluitend bedoeld zijn om de weilanden af te grazen en om het land te bemesten. Daar werd gesproken over duurzaamheid en voedsel. "Uit elke bijeenkomst kwamen dromen en ideeën, die we hebben verzameld. De jongeren bleven twifelen over twee opties: een 'do it yourself'-festival, waarbij de bezoekers bijvoorbeeld hun eigen energie zouden opwekken en lege beker-tjes zouden verzamelen. Ook het verzamelen van plastic tasjes was toen al een idee."

Tijdens de expertmeeting met deskundigen die daarop volgde, ontdekten de jongeren al snel dat bij het organiseren van een festival heel veel kwam kijken. Uiteindelijk kozen ze voor de inzameling van plastic tijdens het Uit-festival in Almere. Andere initiatieven uit andere regio's waren onder meer het Klimaat neutrale Experience House van de groep uit Goeree-Overflakkee. De jongeren willen duur-

Wat heeft World=U opgeleverd?

Zo'n 250 jongeren in Nederland hebben zich verdiept in wereldvraagstukken rond klimaat, voedsel, welvaart & welzijn en wereldburgerschap. Zij maakten kennis met verschillende samenwerkingsvormen. Twintig lokale Rabobanken stelden geld, mensen en hun netwerk beschikbaar om hen te ondersteunen. Jongeren zijn zich bewust geworden bovengenoemde maatschappelijke thema's en hebben in totaal negentien lokale actieplannen opgesteld, die ook weer doorgegeven kunnen worden aan andere regio's. Negentien jongeren hebben kennis gemaakt met de VN in New York en hebben hun ervaringen daarna gedeeld met hun eigen World=U groep. Een aantal heeft inmiddels een baan gevonden bij een van de Rabobanken en, niet onbelangrijk, er zijn liefdes opgebloeid en stelletjes ontstaan. "Het project is kortom meer dan geslaagd", zegt Lieke Verhofstad. De Rabobank Foundation gaat in 2013 door met het project.

www.worldisu.nl

*Je moet het enthousiasme
in je tenen voelen.'*

zame inzichten delen en bekendheid geven in hun lokale omgeving via een klimaatneutraal Experience House. De kennis en inzichten die ze opdeden met World=U willen ze bij elkaar brengen om hun lokale omgeving bewust te maken van de lokale klimaatissues en mogelijkheden. Dit initiatief moet nog verder vorm krijgen, evenals het lesprogramma van de groep uit West-Friesland voor groep vijf en zes van de basisschool. De jongeren willen kinderen laten zien waar voedsel vandaan komt en wat ermee gebeurt. Alle World=U groepen presenteerden hun plannen op 29 september tijdens een zinderende bijeenkomst, waarin veel ruimte was voor dialoog. Daar formuleerden ze ook een

gezamenlijke boodschap voor het VN-bezoek: "Samen kunnen we de wereld veranderen. Door klein te beginnen, bij jou in de buurt."

"World=U is boven verwachting goed gegaan", zegt Verhofstad terugblikkend. "Het ging zo natuurlijk, de lokale banken waren allemaal enthousiast; zij voelen zich inmiddels onderdeel van iets groters. Maar het project draait vooral om de jongeren. We hebben hen gestimuleerd zelf de media op te zoeken, wat zowel op lokaal als nationaal niveau goed is gelukt. Ze kregen verantwoordelijkheid en voelen zich daardoor serieus genomen. We hebben hen geholpen bij het realiseren van hun ambities."

Op deze manier heeft de Rabobank willen werken aan een duurzame relatie met jongeren. Verhofstad: "Zij vertellen hun ervaringen weer door aan andere jongeren. Op Facebook verschijnen steeds berichtjes en verslagen, op YouTube zijn filmpjes te zien. Zo is een enorme olievlek ontstaan." Ook Chantal blogt nog steeds over haar ervaringen met het jongerenconcept, onder andere met een reisverslag over het bezoek aan de VN. "Met mijn groep heb ik nog steeds contact, we zijn een soort vrienden geworden. Ik vond het meteen leuk om mee te doen. Ik ben altijd veel met milieu bezig geweest en ik had soms het gevoel dat ik de enige was. Dat is nu wel verdwenen." ■