

# BRIEFING WEBSITE STICHTING DOEN EN LATEN

## **1. Stichting Doen en Laten**

Met diverse instanties wil Doen en Laten projecten opstarten, workshops verzorgen om zo jongeren met een (specifieke) behoefte via de krijgskunst Aikido te begeleiden. Stichting Doen en Laten vormt een aanvulling op de bestaande welzijnswerk/ hulpverlening. Aikido en de daaruit voortvloeiende kennis en vaardigheden, wordt als een middel gebruikt om de jongeren te bereiken en met hen te werken aan de uiteenlopende doelen. Dat doet Stichting Doen en Laten door de elementen uit Aikido te verwerken in werkvormen die niet alleen gericht zijn op de krijgskunst, maar ook op de interactie. Zo wordt Aikido gecombineerd met een gedrags- en communicatietraining. In de basis wordt altijd gewerkt aan het bevorderen van zelfvertrouwen en een positief zelfbeeld.

### **Aikido en kinderen**

Deze non- competitieve geestelijke bewegingsleer leert kinderen om te groeien. Niet omdat ze beter willen zijn dan anderen maar omdat ze het beste uit zichzelf willen halen. Dit gecombineerd met de bij aikido altijd aanwezige plezierige sfeer, maakt dat deze bewegingsvorm bij iedere jonge aikidoka (aikido beoefenaar), die mentale en fysieke eigenschappen ontwikkelen, om vol zelfvertrouwen en eigen liefde door het leven te gaan.

## **2. Doel en doelgroepen**

De stichting heeft als doel om op een doelgerichte wijze te werken aan het bevorderen van bewustwording, vaardigheden en positief gedrag bij jongeren. Dit zodat de doelgroep leert om in uiteenlopende situaties te kunnen reageren en handelen op een manier die voor hen veilig voelt en bijdraagt aan het beoogde doel.

Stichting Doen en Laten doet dit door op een pedagogische verantwoorde wijze en methodisch te werken aan de gedragsverandering middels het aanbieden van Aikido workshops, voorlichting aan jongeren individueel en verenigingen, scholen, naschoolse opvangen etcetera. De stichting heeft een ideëel doel en dus geen winstoogmerk.

## 2.1 Primaire Doelgroep

De minimumleeftijd van de primaire doelgroep is 6 jaar en de maximumleeftijd 17 jaar. De kenmerken van de doelgroep zijn per project verschillend. Enkele van deze kenmerken zijn:

- Jongeren die dreigen in de criminaliteit te belanden en/of al in aanraking zijn gekomen met politie/justitie.
- Jongeren bij wie uitval dreigt (op school/ werk/ gezin)
- Jongeren die geen zinvolle vrijetijdsbesteding hebben.
- Jongeren zonder scholing of werk.
- Jongeren die een probleem hebben op het gebied van agressieregulatie en/of weerbaarheid.
- Jongeren met een gebrek aan sociale vaardigheden.
- Jongeren die (tijdelijk) in een bovenschoolse voorziening zijn geplaatst.
- Kinderen of jongeren met AD(H)D en of een stoornis binnen het autistische spectrum die moeilijk aansluiting vinden bij sociale activiteiten.
- Kinderen die door een onstabiele thuissituatie behoefte hebben aan een veilige en prettige omgeving.

## 2.2 Secundaire Doelgroepen

De secundaire doelgroepen bestaan uit zogenaamde decisionmakers die een direct belang hebben bij een positief gedrag van de genoemde jongeren. Dit zijn:

- Ouders/ verzorgers
- Docenten (m.n. op basisscholen)
- Beleidsbepalers onderwijs op microniveau (denk aan onderwijsstichtingen, directies basisscholen)

## 2.3 Tertiaire Doelgroep

Deze doelgroep bestaat uit (overheids-)instanties, rechtspersonen en particulieren die de gestelde doelen van de Stichting Doen en Laten willen ondersteunen, zowel financieel als in natura.

## 3. Middelen

De middelen die ingezet worden om de gestelde doelen te verwezenlijken bestaan voornamelijk uit het verzorgen van *Aikido-workshops* gegeven door een daartoe aangestelde coördinator (Aikido-sensei) en het ondersteunen van de stichting in de vorm van een passief of actief donateurschap. Verder bieden 3 door de coördinator geschreven *boekjes* oplossingen voor alledaagse maatschappelijke problemen waar jongeren mee te maken krijgen.

## **4. Doel en inhoud website**

Hieronder staat de inhoud van de website kort omschreven alsmede de bijbehorende doelen. Over het algemeen kan gesteld worden dat het om een platte website gaat waardoor er in dit stadium voornamelijk geen sitemap is opgesteld. Om de website overzichtelijk te houden, kan gekozen worden voor een hoofdindeling naar de genoemde doelgroepen: Kids, Ouders, Scholen. De tertiaire doelgroep zou vervolgens terecht kunnen op een button genoemd 'sponsoren'. De webdesigner kan hier echter naar eigen inzicht een invulling aan geven mits onderstaande onderdelen maar gerubriceerd in de website terugkomen. Vervolgens kan gekeken worden naar de nadere tekstuele invulling, tone of voice, etc.

### **4.1 Digitaal visitekaartje Stichting Doen en Laten**

Bezoekers van de website moeten het gevoel krijgen dat het gaat om een 'professionele' stichting die bestaansrecht heeft vanwege de door haar gestelde doelen. Het begrip vertrouwen speelt hierbij een cruciale rol. Bestuurssamenstelling, statuten en het stichtingsplan krijgen daarom een prominente plek op de website. Eenmaal gearriveerd op de website is het van belang dat bezoekers niet teveel door hoeven te klikken om erachter te komen waar de stichting voor staat en wat de bijbehorende activiteiten zijn.

### **4.2 Workshops**

Workshops maken een belangrijk deel uit van de activiteiten en deze dienen op een 'speelse' wijze vermeld te zijn. Dit kan ondersteund worden door het plaatsen van foto's en videoclips waarin de primaire doelgroep vertegenwoordigd is. Het spreekt voor zich dat dit onderdeel van de website ervoor moet zorgen dat zowel kinderen als ouders een positief gevoel overhouden aan het bezoek zodat men uiteindelijk overgaat tot het opvragen van meer informatie en/ of zich aanmeldt voor workshops. Aangezien kinderen geen beslissingsbevoegdheid hebben, moeten zij hier hun eigen basisschool kunnen aanmelden waarna de stichting met de school contact opneemt.

### **4.3 Achtergrond coördinator**

Aangezien de coördinator Alois Tetelepta een grote uitvoerende rol heeft en als uithangbord van de stichting fungeert, belicht dit onderdeel zijn achtergrond. Hiervoor is voldoende informatie en beeldmateriaal voorradig op zijn eigen website [www.doozo.nl](http://www.doozo.nl).

### **4.3 Verkoop van boekjes**

De 3 door coördinator Alois Tetelepta geschreven boekjes zijn gericht op de primaire doelgroep en bieden een aanvulling op de workshops maar zijn ook geschikt voor afzonderlijke verkoop. Bezoekers krijgen de mogelijkheid deze boekjes in te zien door een korte preview waarna overgegaan kan worden tot een eventuele aankoop. De voorkeur gaat hierbij uit naar een Ideal applicatie voor de betaling (laagdrempelig).

### **4.4 Testimonials**

Testimonials kunnen een wezenlijke bijdrage leveren bij het overtuigen van doelgroepen. Positieve verhalen van workshopdeelnemers en donateurs (zowel actief als passief) komen op deze pagina terug. De vraag is of we hier een interactief onderdeel van moeten maken waarbij bezoekers zelf hun ervaringen kunnen delen door hun reactie zelf up te loaden. In het CMS kan hier een

controlemoment voor ingebouwd worden waarbij wel het gevaar bestaat dat het te lang duurt voor een reactie wordt geaccordeerd en dus niet snel genoeg online staat. Een goed alternatief hiervoor kan de inzet van social media zijn (zie 4.12).

#### **4.5 Donaties**

Bezoekers hebben bij dit onderdeel de mogelijkheid geld te doneren aan de stichting. Ook hier gaat de voorkeur uit naar een Ideal applicatie.

#### **4.6 Contactformulier**

Middels een daartoe opgesteld contactformulier kunnen bezoekers meer informatie opvragen over workshops, de boekjes of de stichting.

#### **4.7 Nieuws module**

Om de website actueel te houden is een nieuwsmodule gewenst. In de huidige fase waar de stichting zich bevindt, is er echter weinig nieuws voorhanden waardoor deze rubriek in het begin niet vaak van vers nieuws wordt voorzien. De opdracht bij dit onderdeel is om een rubriek te ontwerpen die middels het CMS ook offline kan worden gehaald zonder dat dit het ontwerp aantast.

#### **4.10 Sponsors**

Afhankelijk van de grootte van de bijdrage, kunnen sponsors vermeld worden op website. Hiervoor dienen sponsorpakketten ontwikkeld te worden zodat we weten wat we sponsors kunnen bieden voor een bepaalde prijs zoals de grootte van het logo op de website. Een sponsor die een groot bedrag biedt zou bijvoorbeeld met het logo op de homepage kunnen komen, kleinere sponsors op een aparte pagina.

#### **4.11 Downloads**

Om de primaire doelgroep te ondersteunen en stimuleren bij hun schoolactiviteiten, wil de stichting spreekbeurtmateriaal op de website beschikbaar stellen.

#### **4.12 Social Media**

Social media zoals Facebook en Twitter zijn communicatiemiddelen die leiden tot veel interactiviteit met de doelgroepen en geïnteresseerden. Hiervoor zullen accounts voor in het leven worden geroepen we op de website middels een interface willen integreren.

## 5. Content Management System

De vraag is of de webdesigner met een eigen ontwikkeld CMS werkt of met een open source. De voorkeur van de stichting gaat uit naar een open source zodat er geen licentiekosten hoeven te worden voldaan. Daarnaast is een WYSIWYG-editor (What You See Is What You Get) gewenst en dient het CMS modulair van opzet te zijn zodat de stichting zelf makkelijk de site kan uitbreiden (zie eerder gemaakte opmerkingen over nieuwsmodule en sponsors).

## 6. Hosting

Het is lastig in te schatten hoeveel ruimte de website zal nodig hebben. Graag advies van de webdesigner in deze, ook aangezien zij zelf waarschijnlijk contracten hebben met hostingbedrijven. De domeinnaam [www.stichtingdoenenlaten](http://www.stichtingdoenenlaten.nl) is reeds vastgelegd.

## 7. Toegankelijkheid

De website dient geoptimaliseerd te zijn voor Internet Explorer 8 en hoger (Windows) , Google Chrome, Firefox 3.5 en hoger (Windows / OS X) en Safari 4 en hoger (OS X). Gezien de toename in het gebruik van Safari Ipad en het surfen met smartphones, graag een advies van de webdesigner hoe om te gaan met de opties van een dynamische website en een mobiele website (bijkomende kosten?). Een mobiele website is in de ogen van de stichting wellicht niet nodig wanneer er een Facebook-account voorhanden is.

## 8. Ontwerp website

De webdesigner wordt vrijgelaten hier een eigen invulling aan te geven. Belangrijk is de 'look and feel' aansluit bij het logo en dat de volgende thema's op een voor zowel kinderen als ouderen aantrekkelijke wijze terugkomen:

- Veiligheid
- Rust/ balans
- Assertiviteit/ weerbaarheid
- Plezier/ relativering
- Communicatie/ acceptatie
- Krijgskunst (aikido)

## 9. Overige websites

Ter vergelijking verwijst de stichting tot slot naar de volgende websites:

Fight for Right Foundation:	<a href="http://www.fight4right.nl">www.fight4right.nl</a>
Stichting Jeugd- en Jongerenwerk Midden Holland:	<a href="http://www.stjjmh.nl">www.stjjmh.nl</a>
Sociëteit Het Geuzenverbond:	<a href="http://www.hetgeuzenverbond.nl">www.hetgeuzenverbond.nl</a>
Stichting Jeugdformaat:	<a href="http://www.jeugdformaat.nl">www.jeugdformaat.nl</a>
Juvent:	<a href="http://www.juvent.nl">www.juvent.nl</a>
Flexus Jeugdplein:	<a href="http://www.flexusjeugdplein.nl">www.flexusjeugdplein.nl</a>
Bureau Halt:	<a href="http://www.halt.nl">www.halt.nl</a>