



**JINT SHERPA**  
voor wie meer wil doen

# LAND inZICHT

zet internationaal  
op de kaart van  
je organisatie



## COLOFON

**LAND inZICHT is een uitgave van De Aanstokerij en JINT.**



### **De Aanstokerij vzw**

Naamsesteenweg 130

3001 Leuven

T 016 22 25 17

[info@aanstokerij.be](mailto:info@aanstokerij.be)

Meer speelse tools op [www.aanstokerij.be](http://www.aanstokerij.be)



### **JINT vzw**

V.U. JINT vzw Koen Lambert

Grétrystraat 26, Brussel

02 209 07 20

[jint@jint.be](mailto:jint@jint.be)

[www.jint.be](http://www.jint.be)

0441.254.285 | RPR Nederlandstalige Ondernemingsrechtbank Brussel

Meer info op [www.jint.be/landinzicht](http://www.jint.be/landinzicht)

**Vormgeving en opmaak:** Goed Goed

### **Met de steun van**



**Vlaanderen**  
verbeelding werkt

**Erasmus+**  
Enriching lives, opening minds.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en / of openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie, microfilm of welke andere wijze ook, zonder voorafgaande toestemming van De Aanstokerij vzw.

© De Aanstokerij vzw, Leuven. Eerste uitgave in 2016, heruitgave na update in 2023.

De informatie hieronder is gebaseerd op feiten, wetten en data uit 2023.



**LAND  
inZICHT**

zet internationaal  
op de kaart van  
je organisatie

# Inleiding

---

## Welke kansen liggen in jouw vizier?

---



*“Een internationale spreker op onze studiedag bracht het debat op gang.”*



*“Het lokale speelplein zet nu een eigen internationaal project op met de jongeren die ze tijdens de eerste uitwisseling leerden kennen.”*



*“We voeren met jongeren uit heel Europa samen actie voor het klimaat.”*



*“De knowhow van onze Roemeense partnerorganisatie helpt bij het uitwerken van een methodiek om diverse jongeren te bereiken.”*



*“Jaarlijks geven we een jeugdwerker de kans om een internationale vorming te volgen en nieuwe kennis binnen te brengen.”*



*“We krijgen steeds inspiratie tijdens de conferenties van onze Europese koepel.”*



*“JINT gaf ons een erkenning zodat we jaarlijks projecten kunnen doen zonder te veel administratie.”*



*“Onze leden blijven langer actief omdat ze via onze organisatie in het buitenland vrijwilligerswerk kunnen doen.”*



*“We konden met de theatervoorstelling van de jongeren op tournee in Nederland.”*



*“Door Spaanse jongeren uit te nodigen op ons kamp is het Europese bewustzijn zowel bij de jongeren als bij de begeleiders gegroeid.”*

Je droomt ervan om iets internationaals te doen met je organisatie. Bijvoorbeeld jouw jongeren een duwtje geven om uit hun comfortzone te stappen en hun grenzen te verleggen tijdens een internationale groepsuitwisseling. Of buitenlands praktijken binnenbrengen in je organisatie: op een vormingsweekend of via een langdurige samenwerking met een buitenlandse partner.

Misschien zette je al enkele internationale stapjes door deel te nemen aan een internationale vorming of door een vrijwilliger uit een ander land te ontvangen. Misschien zag je al bij een andere organisatie wat zo'n internationale samenwerking in gang kan zetten.

Maar hoe krijg je jouw collega's, het bestuur of je jongeren overtuigd? Hoe kan je internationale activiteiten en samenwerking structureel inbedden in je organisatie? Niet alleen wanneer de kans zicht voordoet, maar als een weloverwogen manier om de doelstellingen van je organisatie te bereiken en een echte meerwaarde te creëren.

## WELKOM BIJ LAND inZICHT!

Deze tool zet je stap voor stap op weg om internationaal op de kaart van je organisatie te zetten:

- Jij brengt een team bijeen van beroepskrachten, vrijwilligers, het bestuur... Al wie volgens jou betrokken moet zijn.
- Je legt een denktraject af, vertrekkend vanuit de kern van je organisatie: je missie en doelstellingen. Je gaat op zoek naar waar internationale activiteiten en internationale samenwerking een meerwaarde kunnen zijn voor je organisatie.
- Je eindigt met concrete ideeën voor internationale activiteiten en samenwerking, die een echte match zijn met wie je organisatie is en met de doelstellingen die je als organisatie wil bereiken.

## ALL A'BOARD!

Vanop een afstand zie je meer ...

Stap mee aan boord van de LAND inZICHT-luchtballon.

Ga even 'van de grond' om uit te zoomen:

- Wat is de kern van je organisatie?
- Welke kansen voor internationale samenwerking en activiteiten liggen er?
- Wat past er echt bij jouw organisatie?

Met je eigen organisatie als wegwijzer zet je internationaal stap voor stap op de kaart.

Na het denktraject land je met een kaart vol concrete ideeën voor internationale acties en samenwerking en met veel zin om er binnen je organisatie mee aan de slag te gaan.

# Inhoud

<b>1</b>	<b>OVER LAND inZICHT</b> .....	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>MATERIAAL</b> .....	<b>11</b>
<b>3</b>	<b>VOORBEREIDING</b> .....	<b>16</b>
3.1	Aanspreekpunt in de organisatie .....	16
3.2	Samenstelling van de groepen en invulling van de dagdelen bepalen .....	17
3.3	Praktische voorbereiding .....	19
3.4	Opvolging van de resultaten .....	21
<b>4</b>	<b>KORTE HANDLEIDING: LAND inZICHT IN 10 STAPPEN</b> .....	<b>22</b>
<b>5</b>	<b>UITGEBREIDE HANDLEIDING EN VERLOOP VAN HET DENKTRAJECT</b> .....	<b>24</b>
5.1	Verwelkoming en doel van het denktraject .....	24
5.2	Groepsindeling .....	25
5.3	Verloop van het denktraject .....	25
	<b>INLEIDING: OPWARMING EN KENNISMAKING MET INTERNATIONALISERING</b> .....	<b>26</b>
	<b>FASE 1: OP ZOEK NAAR DE KERN VAN JE ORGANISATIE</b> ...	<b>30</b>
	STAP 1: Kernwoorden bepalen .....	31
	STAP 2: Kernwoorden rangschikken .....	33
	STAP 3: De last-minute kaart .....	35





## **FASE 2: INSPIREREN EN SELECTEREN VAN STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN ..... 36**

STAP 1: Inspirerende voorbeelden onderzoeken en matchen met de eigen strategische doelstellingen ..... 39

STAP 2: Voor welke van onze strategische doelstellingen kunnen internationale activiteiten een meerwaarde zijn? ..... 41



## **FASE 3: INTERNATIONALE ACTIES BEDENKEN ..... 46**

STAP 1: Inspiratie verzamelen ..... 47

STAP 2: Brainstorm voor nieuwe ideeën en verwachte impact formuleren ..... 50



## **FASE 4: IDEEËN SELECTEREN EN TOPIDEEËN VERFIJNEN ... 56**

STAP 1: Ideeën indelen en selecteren ..... 57

STAP 2: Topidee kiezen, de meerwaarde onderzoeken, voorstellen en reageren ..... 59

5.4 Afronden van het denktraject ..... 60

5.5 Vervolg en opvolgen van de resultaten ..... 61

## **6 BIJLAGEN ..... 62**

bijlage 1: Brainstormregels ..... 62

bijlage 2: Voorbeeldoefeningen om voor de brainstorm op te warmen ..... 62

# 1 Over LAND inZICHT

- **Thema:** internationalisering van de organisatie
- **Doel:** stimuleren en integreren van internationale activiteiten en samenwerking in je organisatie
- **Omschrijving:**  
Vertrekkend vanuit de kern van je organisatie, je missie en doelstellingen ga je op zoek naar waar internationale activiteiten en internationale samenwerking een meerwaarde kunnen zijn voor je organisatie.  
Je eindigt met concrete ideeën voor internationale activiteiten en samenwerking die een match zijn met wie je organisatie is en met de doelstellingen die je als organisatie wil bereiken.
- **Doelgroep:** jeugdorganisaties
- **Aantal deelnemers:** 6 tot 25 deelnemers
- **Begeleiding:** 1 begeleider
- **Accommodatie:** een ruim lokaal
- **Duur van het denktraject:** max. 2 dagdelen van elk 2 à 3 uur, afhankelijk van je groep en voorkennis
- **De tool bevat:**
  - deze handleiding
  - de landkaart
  - de voorbeeldkaarten
  - de begeleidende presentatie
  - 2 filmpjes
  - methodische materialen



**TIP** Je kan alles gratis aanvragen (zolang de voorraad strekt) en/of downloaden en afdrukken op [jint.be/landinzicht](https://jint.be/landinzicht).



# 2 Materiaal

Hieronder vind je een opsomming van het materiaal per fase die je doorloopt.

FASE	LAND inZICHT	ZELF TE VOORZIEN
<b>Algemeen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 landkaart</li> <li>• 1 LAND inZICHT handleiding</li> <li>• begeleidende presentatie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• computer</li> <li>• beamer voor presentatie</li> <li>• schrijfgierief</li> <li>• kladpapier</li> <li>• post-its</li> <li>• punaises</li> <li>• plakband</li> </ul>
<b>Inleiding</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• filmpjes over internationalisering van je organisatie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• computer</li> <li>• beamer/scherm</li> </ul>
<b>Fase 1</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 hoogtemeters</li> <li>• 25 hoogtekaarten</li> <li>• 5 last-minute kaarten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• post-its</li> <li>• schrijfgierief</li> <li>• 5x missie en visie van je organisatie</li> </ul>
<b>Fase 2</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• voorbeeldkaarten: strategische doelstellingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5x strategische doelstellingen van je organisatie</li> <li>• materiaal naar keuze om te stemmen, meer uitleg bij de fase</li> </ul>
<b>Fase 3</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• voorbeeldkaarten: internationale acties</li> <li>• rolkaarten</li> <li>• 4 brainstormfiches</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1x strategische + operationele doelstellingen van je organisatie</li> <li>• schaar</li> <li>• post-its</li> <li>• schrijfgierief</li> <li>• 10-tal inspirerende voorwerpen</li> </ul>
<b>Fase 4</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• selectierooster</li> <li>• 6 reactiebladen</li> <li>• 5 topideefiches</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• post-its</li> <li>• schrijfgierief</li> </ul>
<b>Vervolg</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vervolgsjabloon</li> </ul>	

# DE LAND inZICHT KAART

Op de LAND inZICHT kaart zie je het werkveld van je organisatie. Tijdens het denktraject nemen we de tijd om uit te zoomen en het werkveld eens vanop een afstand te bekijken.

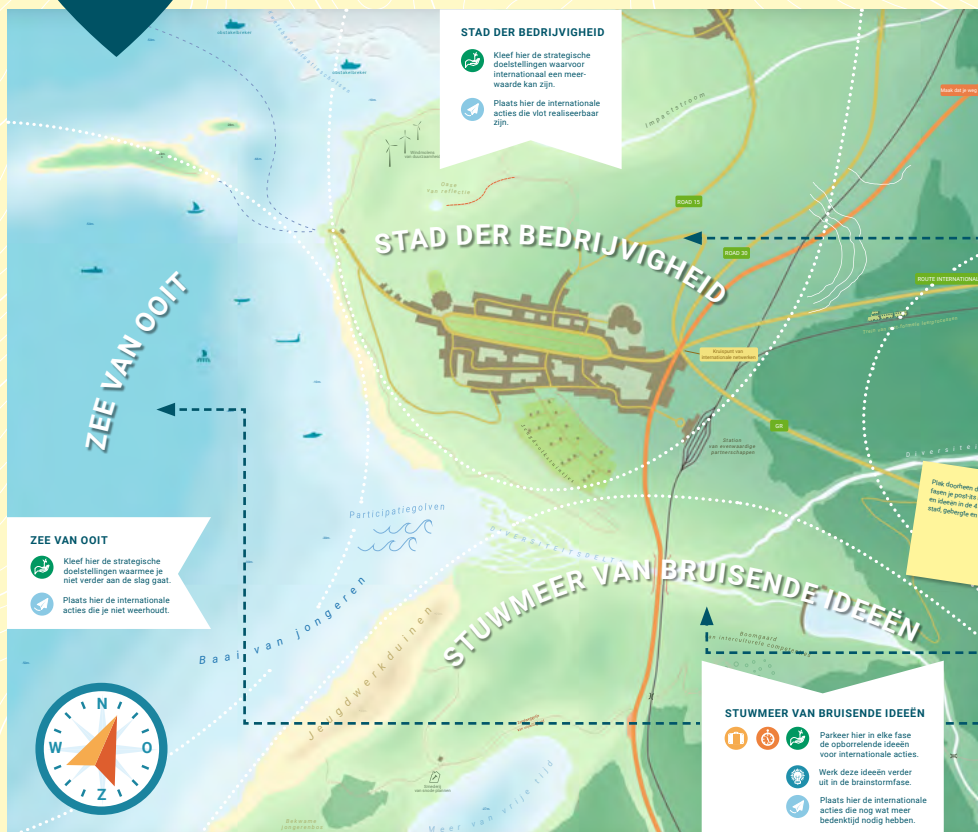
## LAND inZICHT

zet internationaal op de kaart van je organisatie

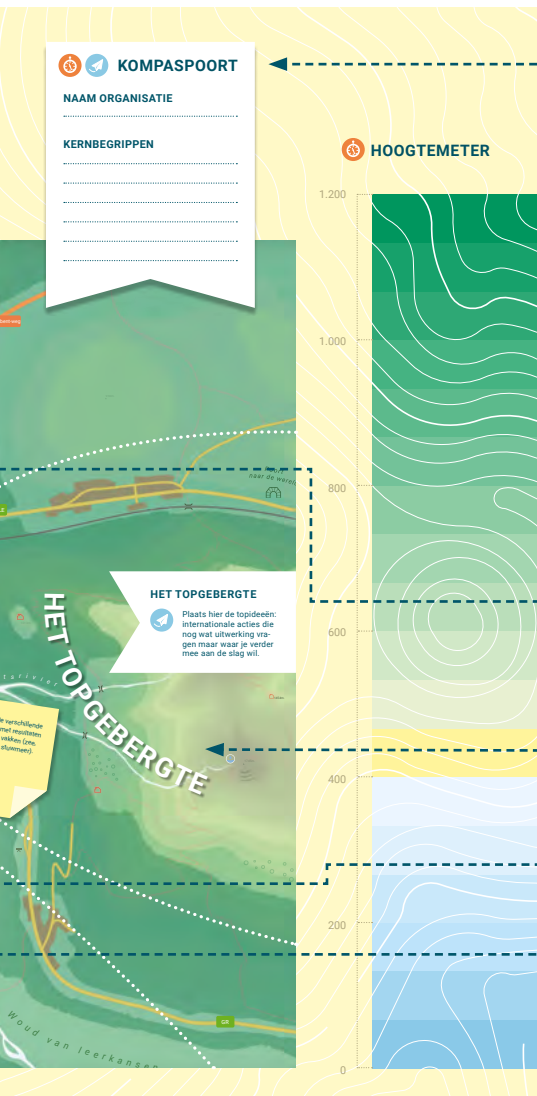


## INTERNATIONALISERING

- activiteiten
- in of met het buitenland
- met duidelijke leerdoelstellingen
- voor jongeren of jeugdorganisaties
- internationale = meerwaarde



Stap voor stap geven we de kaart een concrete invulling. Na de volledige LAND inZICHT oefening geeft de kaart duidelijk weer welke (nieuwe) internationale plannen goed passen bij waar je organisatie voor staat.



**KOMPASPOORT**

NAAM ORGANISATIE .....

KERNBEGRIPPEN .....

.....

.....

.....

**HOOGTEMETER**

## Legende

### Het kompaspoort

Hier klopt het hart van je organisatie: "Waar sta je voor? Wat is de kern van je organisatie?"

### De stad der bedrijvigheid

De stad is het centrum van bedrijvigheid van je organisatie. Hier wordt gezwoegd en gezweet, plannen worden er gesmeed en uitgevoerd door een ploeg van ijverige denkers en doeners.

### Het topgebegte

Hier liggen nieuwe kansen voor internationalisering van je organisatie. De topideeën liggen er voor het grijpen.

### Het stuwmeer van bruisende ideeën

Hier borrelen vage en minder vage ideeën voor internationale acties.

### De zee van ooit

Doelstellingen waarin je geen internationale meerwaarde ziet en ideeën voor internationale acties die je niet weerhoudt, krijgen een plek op een van de boten in de zee.

---

## Werken met de LAND inZICHT kaart

---



### FASE 1

p. 30

---

De **hoogtemeter** helpt je om de belangrijkste kernwoorden die je organisatie kenmerken naar boven te halen. In het **kompaspoort** schrijf je na fase 1 de kernwoorden van je organisatie. Het kompaspoort is de toetssteen waaraan op het einde van het denkproces alle internationale ideeën afgetoetst worden.

---



### START

p. 26

---

Het is jouw LAND inZICHT kaart!  
Vul de naam van je organisatie in.

---



## FASE 2

p. 36

Voor welke van jouw strategische doelstellingen kan een internationale aanpak een meerwaarde zijn?

De doelstellingen met een meerwaarde krijgen een plek in **de stad**.

Doelstellingen waarvoor je geen internationale meerwaarde ziet, krijgen een plek op een van de boten in **de zee**.

Komen er al meer concrete actie-ideeën naar boven drijven? Parkeer ze voorlopig in het **stuwmeer van bruisende ideeën**.



## FASE 3

p. 46

Tijd om nieuwe ideeën te bedenken. Neem de ideeën uit het **stuwmeer** zeker mee in deze brainstormfase.



## FASE 4

p. 56

Tijd om internationale acties op de kaart te zetten! Gebruik het selectierooster om de zelfbedachte actie-ideeën in de **zee**, het **stuwmeer**, de **stad** of het **topgebergte** te plaatsen.

Toets de topideeën af aan het **kompaspoort** van je organisatie. Passen deze actie-ideeën bij de kern van jouw organisatie?

# 3 Voorbereiding



**TIP** Besteed voldoende aandacht aan de voorbereiding. Een goede voorbereiding is cruciaal voor een optimaal resultaat van het denktraject. Voorzie voldoende tijd om je in te werken: je het proces eigen maken, de presentatie bekijken, materiaal controleren en printen ....

## 3.1 AANSPREEKPUNT IN DE ORGANISATIE

Ben jij de LAND in ZICHT verantwoordelijke van je organisatie?

- Bereid dan zelf alles voor door deze handleiding aandachtig te lezen, het materiaal te bekijken, de nodige documenten af te drukken en de begeleidende presentatie door te nemen. Begeleid je zelf het denktraject of boek je liever een begeleider via JINT?  
Meer info over een begeleider boeken, lees je op [jint.be/landinzicht](http://jint.be/landinzicht).
- Zorg voor een evenwichtige samenstelling van de groepen die in het denktraject de organisatie zullen vertegenwoordigen.
- Bepaal de invulling van de dagdelen.
- Nodig de deelnemers uit. Vraag vooraf om de missie, visie en doelstellingen van je organisatie door te nemen ter voorbereiding.
- Breng JINT op de hoogte wanneer de dagdelen concreet gepland zijn via [vorming@jint.be](mailto:vorming@jint.be).
- Zorg ervoor dat er achteraf aan de hand van het vervolgjabloon een verslag komt van de voorgestelde ideeën en neem foto's van de ingevulde landkaart. De kaart dient als verslag van het denktraject, een aparte verslaggever tijdens de oefeningen is dus niet nodig.
- Inspireerde LAND inZICHT je? Neem gerust contact op met een JINT-medewerker. Samen kan je de mogelijkheden verkennen en bespreken welke verdere ondersteuning JINT kan bieden.





**TIP** Wil je als begeleider ook zelf deelnemen aan het denktraject? Neem er dan een timer bij om de tijd in het oog te houden. Het stappenplan en de presentatie kan je gebruiken als houvast. Of overweeg om via JINT een begeleidde sessie aan te vragen.

## 3.2 SAMENSTELLING VAN DE GROEPEN EN DE INVULLING VAN DE DAGDELEN BEPALEN

LAND inZICHT bestaat uit verschillende fasen:

- **Inleiding:** Kennismaking met het begrip ‘internationalisering’.
- **Fase 1:** Wat is de kern van onze organisatie? Aan de slag met je missie.
- **Fase 2:** Waar kan internationaal werken een meerwaarde betekenen voor de organisatie? Onderzoek van de strategische doelstellingen.
- **Fase 3:** Inspiratie opdoen en internationale acties bedenken.
- **Fase 4:** Ideeën voor internationale acties en samenwerking selecteren en topideeën verfijnen.
- **Vervolg:** Samen met JINT de mogelijkheden onderzoeken om je plannen waar te maken.

In het denktraject kan je zowel vrijwilligers, medewerkers als het bestuur van de organisatie betrekken. Omdat het niet altijd haalbaar of nuttig is om iedereen in elke fase van het denktraject te betrekken, werd LAND inZICHT in verschillende fasen opgebouwd die samen maximum 2 dagdelen in beslag nemen. Zo kan je als organisatie zelf beslissen wie je het best bij welk dagdeel betreft.



**TIP** We geloven in de meerwaarde om – mits een goede voorbereiding en omkadering – alle fasen met zowel vrijwilligers, beroepskrachten als bestuursleden samen te doorlopen. Ga er dus niet automatisch van uit dat onderzoek van de strategische doelstellingen niet voor je vrijwilligers of jongeren zelf is weggelegd, of dat je bestuur niet over concrete acties wil nadenken. Maak een haalbare inschatting: jij kent je organisatie het best!

---

# Mogelijke aanpak

---

## 1. Iedereen doorloopt alle fasen

Je kiest ervoor om alle fasen met iedereen (het bestuur, de stafmedewerkers en vrijwilligers) te doorlopen.

Je kan de 2 dagdelen op dezelfde dag of op 2 verschillende dagen plannen. De tijdsduur is afhankelijk van de samenstelling van de groep, het aantal deelnemers en de beschikbare tijd. De tijden hieronder zijn richttijden. Je bepaalt zelf hoeveel tijd je wil investeren.

### Dagdeel 1 (ongeveer 2 à 2,5u + pauze)

<b>Inleiding</b>	Kennismaking met het begrip 'internationalisering'	15min.
<b>Fase 1</b>	Wat is de kern van je organisatie? Aan de slag met de missie.	30min.
<b>Fase 2</b>	Waar kan internationaal werken een meerwaarde betekenen? Onderzoek van de strategische doelstellingen.	60min.

### Dagdeel 2 (ongeveer 2,5 à 3u + pauze)

<b>Fase 3</b>	Inspiratie opdoen en internationale acties bedenken.	75min.
<b>Fase 4</b>	Ideeën voor internationale acties en samenwerking selecteren en topideeën verfijnen.	80min.



**TIP** Jij kan als geen ander inschatten welke aanpak voor jullie werkt. Voel je vrij om de indeling zoals hier voorgesteld nog aan te passen. Hulp nodig? Klop bij JINT aan voor een begeleider.

## 2. Niet iedereen doorloopt alle fasen

De denkoefening rond de strategische doelstellingen gebeurt door de 'beleidsdenkers' (bestuur en staf), het bedenken en uitwerken van ideeën gebeurt door de 'doeners' (staf en vrijwilligers).

Je kan de 2 dagdelen op dezelfde dag of op 2 verschillende dagen plannen. Voorzie sowieso extra tijd om de 'doeners' ook in te leiden in het denktraject en de uitkomst van het eerste dagdeel.

### Dagdeel 1 (ongeveer 2 à 2,5u + pauze) // medewerkers + bestuur

<b>Inleiding</b>	Kennismaking met het begrip 'internationalisering'	15min.
<b>Fase 1</b>	Wat is de kern van je organisatie? Aan de slag met de missie.	30min.
<b>Fase 2</b>	Waar kan internationaal werken een meerwaarde betekenen? Onderzoek van de strategische doelstellingen.	60min.

### Dagdeel 2 (ongeveer 2,5 à 3u. + pauze) // medewerkers + vrijwilligers + eventueel bestuur

<b>Inleiding</b>	Kennismaking met het begrip 'internationalisering'	15min.
<b>Fase 1</b>	Wat is de kern van je organisatie? Opfrissen van de missie.	15min.
<b>Fase 2</b>	Waar kan internationaal werken een meerwaarde betekenen? Delen van de gekozen strategische doelstellingen.	15min.
<b>Fase 3</b>	Inspiratie opdoen en internationale acties bedenken.	75min.
<b>Fase 4</b>	Ideeën voor internationale acties en samenwerking selecteren en topideeën verfijnen.	80min.

### 3.3 PRAKTISCHE VOORBEREIDING VAN DE DAGDELEN

- Print de nodige documenten (zie materiaaloverzicht op p. 11).  
Gebruik het stappenplan en de presentatie als leidraad tijdens de begeleiding.
- Neem de LAND inZICHT handleiding en de presentatie door.
- Bekijk al het materiaal dat hoort bij de tool. Leg alles per fase klaar.
- Hang de LAND inZICHT kaart goed zichtbaar in het lokaal op.
- Bepaal de groepsindeling (zie p. 25).
- Zorg zelf nog voor voldoende exemplaren van:
  - de missie en visie van je organisatie: 1 exemplaar per groep.
  - de strategische doelstellingen van je organisatie: 1 exemplaar per groep.  
Zet bij voorkeur elke strategische doelstelling op een apart strookje.
  - de strategische + operationele doelstellingen en/of activiteiten: 1 exemplaar.  
Zet bij voorkeur elke operationele doelstelling samen met de strategische doelstelling waaronder ze valt op een apart blad of strookje.
- Bereid indien nodig een toelichting bij de strategische en operationele doelstellingen en de activiteiten voor. Geef de vrijwilligers die minder vertrouwd zijn met de missie, de visie en de strategische en operationele doelstellingen voldoende achtergrond om hiermee aan de slag te gaan.

## 3.4 OPVOLGING RESULTATEN

Na het volledige denktraject horen we graag van jou. Download het vervolgsjabloon, vul het in en breng zo de resultaten van het denktraject en jullie concrete noden in kaart.

- Welke concrete acties voor internationale activiteiten en samenwerking zetten jullie op de kaart?
- Welke acties pakken jullie op korte en op langere termijn aan?
- Hoe kan JINT jullie verder ondersteunen?

JINT engageert zich om jullie te ondersteunen. We bekijken samen:

- voor welke acties en activiteiten je subsidies bij JINT kan aanvragen.
- welke inhoudelijke ondersteuning we je kunnen bieden (bv. door het volgen van een vorming, het meegeven van een publicatie met tips & tricks, helpen bij de zoektocht naar een partner, doorverwijzen ...).

Stuur een mailtje naar [projecten@jint.be](mailto:projecten@jint.be).

# 4 Korte handleiding: LAND inZICHT in 10 stappen

GO!

## WELKOM EN DOEL VAN HET DENKTRAJECT

Schets aan de hand van de presentatie het doel van LAND inZICHT. Leg uit hoe jullie in de verschillende stappen met de kaart zullen werken.



## INLEIDING: Opwarming en kennismaking met het begrip 'internationalisering'

1

Vraag de deelnemers naar hun invulling van internationalisering. Toon de filmpjes die je vindt op [jint.be/landinzicht](http://jint.be/landinzicht).



## FASE 1: Wat is de kern van onze organisatie? Aan de slag met onze missie

2

Verdeel de deelnemers in kleinere groepen. Elke deelnemer noteert op basis van de missie en visie individueel een aantal kernwoorden die volgens hen de kern van de organisatie vormen.

De A3 hoogtemeter brengt per groep de belangrijkste begrippen naar boven. De deelnemers zetten per groep hun hoogtekaarten en last minute kaart in om samen de definitieve kern te bepalen. Gebruik hiervoor de hoogtemeter op de landkaart. Schrijf de uiteindelijke kernbegrippen in het kompaspoort op de kaart.



## FASE 2: Waar kan internationaal werken voor ons een meerwaarde betekenen? Onderzoek van de strategische doelstellingen

3

De deelnemers ontvangen (opnieuw in kleine groepen) voorbeeldkaarten van strategische doelstellingen en hun internationale meerwaarde.

Ze lezen deze en proberen de internationale meerwaarde te matchen met de eigen strategische doelstellingen (SD). De deelnemers geven door te stemmen aan of ze in een SD wel of geen internationale meerwaarde zien.

4

Plaats de strategische doelstellingen op de landkaart. De SD's zonder meerwaarde leg je in de zee, de SD's met meerwaarde in de stad.



### **FASE 3: Inspiratie opdoen en internationale acties bedenken**

5

De deelnemers krijgen per groep enkele voorbeeldkaarten van internationale acties. Ze proberen de kaarten aan operationele doelstellingen van de organisatie te koppelen.

6

Tijd om nieuwe acties te bedenken en het effect te benoemen. Gebruik de verschillende brainstormmethodieken om out of the box te denken en nieuwe ideeën te verzinnen.



### **FASE 4: Ideeën voor internationale acties en samenwerking selecteren en topideeën verfijnen**

7

Maak in kleine groepen een selectie van enkele topideeën aan de hand van het selectierooster. Kleef de ideeën op de juiste plaats op de kaart.

8

Kleine groepen onderzoeken met behulp van de topidee-fiche de effecten van de geselecteerde ideeën op 3 niveaus en stellen hun ideeën voor.

9

De deelnemers reageren via de reactiebladen. Verplaats indien nodig de ideeën op de kaart. Maak afspraken over het verder uitwerken van de ideeën. Gebruik hiervoor het vervolgsjabloon.

### **VERVOLG**

10

Stel je resultaten voor aan JINT en onderzoek samen de mogelijkheden.



**TIP** In de uitgebreide handleiding hierna lees je in detail hoe je alle fasen kan aanpakken. Deze korte handleiding is een leidraad om het overzicht te bewaren.

# 5 LAND inZICHT: uitgebreide handleiding van het denktraject

## 5.1 VERWELKOMING EN DOEL VAN HET DENKTRAJECT

Heet de deelnemers welkom en schets het doel van het denktraject. Verwijs in je verwelkoming ook naar de kaart. Je kunt onderstaand tekstje als voorbeeld gebruiken.



*"Welkom aan boord van de LAND inZICHT luchtballon. We gaan zo meteen 'van de grond' en vertrekken voor een denktraject.*

*Van een afstand zie je meer ...*

*We zoomen even uit op onze organisatie en gaan samen op zoek naar de kansen die er voor ons liggen om internationaal op de kaart van onze organisatie te zetten.*

- Wat is de kern van onze organisatie?*
- Welke kansen voor internationale samenwerking en activiteiten liggen er?*
- Wat past er echt bij onze organisatie?*
- Welke internationale acties gaan we concreet opzetten?*

*De kaart is nu nog leeg. We gaan ze stap voor stap invullen en we landen op het einde van het denktraject met een kaart vol concrete ideeën en goesting om ermee aan de slag te gaan. De kaart is een visueel verslag van het denktraject.*

*Het is dus niet nodig om een verslaggever aan te duiden."*



## 5.2 GROEPSINDELING

Maak groepjes van 3 à 5 personen, afhankelijk van het totale aantal deelnemers. Ben je met 5 of minder deelnemers, dan hoef je niet in groepen te verdelen.

## 5.3 VERLOOP VAN HET DENKTRAJECT

LAND inZICHT bestaat uit verschillende fasen, gebundeld in 2 dagdelen.

De indeling van de dagdelen hangt af van wie je bij welke fase wil betrekken (zie ook: Voorbereiding op p. 16). De timing, aangegeven bij elke fase of stap, is indicatief en hangt sterk af van o.a. de samenstelling van de groepen, voorkennis van de deelnemers en beschikbare tijd.



**TIP** Gebruik steeds de presentatie ter verduidelijking. Het is handig dat de deelnemers weten wat in elke stap van het denktraject het doel is, waar ze zich in het denktraject bevinden en wat van hen verwacht wordt.



# INLEIDING

## Opwarming en kennismaking met 'internationalisering'



*"Om op dreef te komen maken we kennis met 'internationalisering'. Wat verstaat iedereen daaronder? Doen we zelf al aan 'internationalisering' of kent iemand voorbeelden van andere organisaties?"*

*We verkennen een meer concrete omschrijving van 'internationaliseren' en overlopen hoe we stapsgewijs in dit denktraject aan de slag gaan om ons einddoel te bereiken: samen onderzoeken hoe onze organisatie internationale stappen kan zetten en kan 'internationaliseren'."*

## Timing

15 min.

## Materiaal

- presentatie
- landkaart
- filmpjes

## Groepsindeling

In de grote groep

## Doel

De deelnemers maken kennis met het begrip internationalisering via eigen voorbeelden, de JINT omschrijving en de filmpjes. Ze krijgen meer inzicht in het doel van de denkoefening en hoe daar via de verschillende fasen naartoe gewerkt wordt.

## Verloop

Vraag de deelnemers naar hun invulling van ‘internationalisering’.



*“Wat verstaan jullie onder internationalisering?”*

*Wat doet onze organisatie al?”*

Toon daarna de filmpjes zodat de term voor alle deelnemers duidelijk is. Gebruik de presentatie en verwijs achteraf ook naar de omschrijving op de landkaart.

## Wat is internationaliseren in de jeugdsector?



JINT gebruikt een omschrijving die vertrekt vanuit de ervaringen van jeugdorganisaties die met jongeren werken in hun vrije tijd:

**We spreken van internationalisering in de jeugdsector wanneer jeugdorganisaties activiteiten opzetten in of met het buitenland, met duidelijke leerdoelstellingen voor de jongeren die eraan deelnemen of voor de jeugdorganisatie zelf en waarbij de internationale aanpak voor een specifieke meerwaarde zorgt.**

## Het gaat om:

### 1. **activiteiten:**

Activiteiten kunnen veel verschillende vormen aannemen, zoals een groepsuitwisseling met jongeren uit heel Europa, een buitenlands studiebezoek, een langdurige samenwerking door een internationaal netwerk van jeugdorganisaties, een online participatief jongerentraject, een internationale vorming voor jeugdwerkers, een roadtrip met jongeren boordevol ontmoetingen of een Europees jongerenparlement.

### 2. **in of met het buitenland:**

De activiteiten hebben een internationale dimensie. Dat kan betekenen dat je naar het buitenland trekt, maar dat is niet noodzakelijk zo. Ook een buitenlandse groep of jongere ontvangen is internationalisering. Dus zowel een groepsuitwisseling tussen jouw jongeren en lokale jongeren in Marokko als een studiebezoek in Vlaanderen met jeugdwerkers uit Spanje zijn mogelijke opties. Ook online samenwerken biedt heel wat mogelijkheden: denk maar aan een buurtonderzoek voor en door jongeren rond publieke ruimte waar op regelmatige basis online contact is met een gelijklopend project van Berlijnse jongeren.

### 3. **met duidelijke leerdoelstellingen:**

De internationale activiteit creëert een leerervaring voor de betrokken jongeren en/of organisaties, bijvoorbeeld een uitwisseling in Macedonië waar intercultureel leren en persoonlijke ontwikkeling centraal staat. Of een meerdaagse vorming in Vlaanderen waar je nieuwe praktijken ontdekt uit het Italiaanse jeugdwerk, inspiratie opdoet en innoverende ideeën kan meenemen voor je eigen werking. Ook een studiebezoek van een buitenlandse groep jongeren in Vlaanderen is een mogelijkheid, waarin je toont hoe jongerenparticipatie vorm krijgt in jouw buurt en werking.

### 4. **voor jongeren of jeugdorganisaties:**

De doelgroep van de activiteiten zijn jongeren zelf, of vrijwilligers en professionals die aan de slag zijn in organisaties die met jongeren werken in hun vrije tijd. Dit kan gaan om (erkende) jeugdwerkorganisaties, maar ook om andere soorten organisaties die in hun vrijetijdswerking jongeren als belangrijke doelgroep hebben. Zo zijn er ook sociaal-artistische organisaties, circusverenigingen, welzijnswerkingen, studentenverenigingen, etc.

### 5. **Waarbij de internationale aanpak voor een specifieke meerwaarde zorgt:**

Met een internationale aanpak haal je meer uit de activiteit dan zonder die internationale aanpak. Zo verruimt contact met internationale

jongeren en hun leefwereld de blik van jouw jongeren en biedt het hen groei- en leeransen. Samenwerking met jeugdorganisaties over de grens heen zorgt ook voor een nieuwe wind binnen je organisatie, die vrijwilligers en medewerkers motiveert en inspireert. Kortom, een internationale aanpak kan dus op verschillende vlakken voor een meerwaarde zorgen.

Meer weten over de meerwaarde van internationalisering? Lees verder op pagina 37.

## Stap voor stap internationaliseren

Het proces van internationalisering bij een jeugdorganisatie begint meestal door te **proeven van een internationale activiteit**, bijvoorbeeld door deel te nemen aan een internationale conferentie, een uitwisseling, vorming of studiebezoek. Organisaties die de smaak te pakken hebben, gaan vervolgens verder op zoek naar andere interessante internationale activiteiten. Ze nemen eraan deel wanneer er vraag naar is vanuit de eigen vrijwilligers, wanneer de thema's relevant zijn, er middelen voor zijn ...

De beslissing wordt vaak ad hoc genomen en is meestal niet verankerd in de werking van de organisatie.

Een organisatie **internationaliseert** pas echt wanneer ze internationaal werken inbedt in het beleid, de strategie en het werkplan van de organisatie. Dat kan door een specifieke internationale doelstelling te formuleren en uit te werken, maar nog meer door internationaal werken **als een methodiek aan te wenden om de eigen doelstellingen van de organisatie te realiseren**.

Dat kan zeer bescheiden zijn, met bv. jaarlijks 1 activiteit gekoppeld aan 1 doelstelling, maar het gebeurt dan wel bewust en doordacht. Het draagt bij aan de realisatie van die bepaalde doelstelling van de organisatie. Internationalisering kan nieuwe inzichten, contacten, mogelijkheden en kansen opleveren.

Zodra het duidelijk is wat internationalisering precies is, maak je de link met het doel van deze denkoefening: samen onderzoeken hoe je organisatie internationale stappen kan zetten en kan 'internationaliseren'.

Overloop de verschillende fases zodat de deelnemers een goed overzicht hebben van het volledige denktraject. Gebruik hiervoor de presentatie.



# FASE 1

## Op zoek naar de kern van je organisatie



*“Voor we met de doelstellingen van onze organisatie aan de slag gaan, willen we eerst ons kompaspoort vormgeven. In het kompaspoort komen de kernwoorden die onze organisatie kenmerken. Hier klopt het hart van de organisatie: ‘Wie zijn we, waar staan we voor? Wat maakt ons als organisatie uniek?’*

*We gebruiken de missie en visie als hulpmiddel om onze prioriteiten naar boven te halen. Een selectie van kernwoorden komt in het kompaspoort op de landkaart.*

*Het kompaspoort is de toetssteen waaraan op het einde van het denktraject alle internationale ideeën afgetoetst worden.”*

## STAP 1 KERNWOORDEN BEPALEN

### Timing

15 min.

### Materiaal

Voor elk groepje

- een hoogtemeter
- post-its
- de missietekst van de organisatie
- schrijfgereif

### Groepsindeling

In kleine groepjes

### Doel

De deelnemers onderzoeken in kleine groepen de missie en visie en formuleren kernwoorden van de organisatie. Wat maakt de organisatie uniek? Ze maken een eerste selectie met de hoogtemeter.

### Verloop

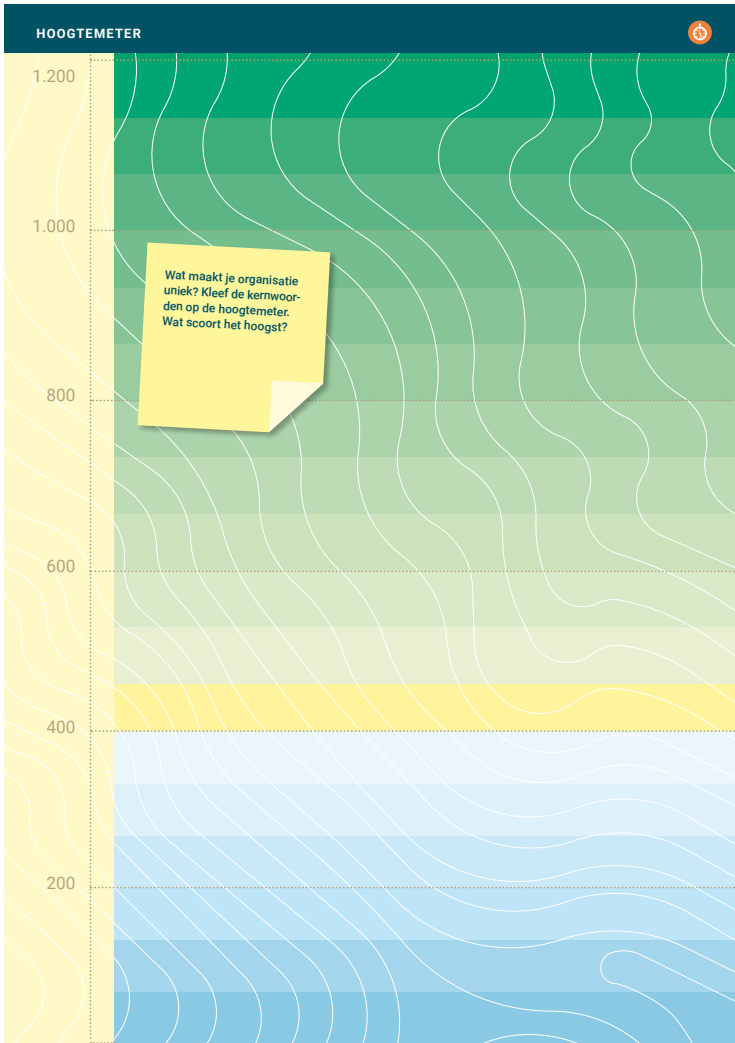
Verdeel de groep in kleine groepen (zie 5.2 groepsindeling op p. 25).



**TIP** Nemen zowel medewerkers, leden van het bestuur als vrijwilligers deel aan het denktraject? Zorg dan voor een gevarieerde samenstelling van de groepen.

Geef elke groep het nodige materiaal. Elke groep verdiept zich in de **missie en visie**. De deelnemers noteren eerst individueel op post-its 3 tot 5 **kernwoorden** die volgens hen de kern van de organisatie vormen.

Vervolgens overlopen ze in hun eigen groep alle kernwoorden. De deelnemers zeggen om de beurt een kernwoord. Ze plaatsen de post-it onderaan op de hoogtemeter. Het kernwoord komt **200m** hoger te liggen als meerdere deelnemers hetzelfde woord genoteerd hebben. Op die manier is het ook mogelijk om verschillende kernwoorden te clusteren.



De kernwoorden die het hoogste liggen, werden het meest vermeld en behoren dus volgens meerdere deelnemers tot de kern van de organisatie. De bedoeling is dat elke groep een vijftal kernwoorden overhoudt.



### OPTIE voor kleinere groepen

Bij kleinere groepen kunnen het aantal kernwoorden eerder beperkt zijn. Als er minder dan 5 verschillende kernwoorden werden geselecteerd, kunnen de stappen 2 en 3 weggelaten worden. Plaats de gekozen kernwoorden dan meteen op de landkaart in het kompaspoort van de organisatie. Ga je liever dieper in op de selectie van de kernwoorden, doorloop dan toch stappen 2 en 3. Een discussie onder de deelnemers heeft als voordeel dat er een groter draagvlak is voor de geselecteerde kernwoorden.

Bij grotere groepen of bij een groot aantal verschillende kernwoorden is het wel aangeraden om de volgende stappen te doorlopen om tot een selectie van de kernwoorden te komen.

### OPTIE als je de deelnemers wil bevragen en voldoende tijd hebt

Vraag de deelnemers wat hun organisatie uniek maakt voor je de missie en visie uitdeelt. Nadien deel je de missie en visie uit. Deze extra oefening kan interessant zijn om het verschil te onderzoeken tussen 'wat men denkt' en 'wat er staat'.

## STAP 2 KERNWOORDEN RANGSCHIKKEN

#### Timing

10 min.

#### Materiaal

- post-its met de geselecteerde kernwoorden
- 1 pak hoogtekaarten per groep
- kompaspoort en hoogtemeter op de landkaart

#### Groepsindeling

In kleine groepjes

## Doel

De verschillende groepen vergelijken hun gekozen kernwoorden om samen tot de kern van de organisatie te komen. Ze gebruiken de hoogtekarten om hun waardering uit te drukken. De hoogtemeter op de landkaart dient als scorebord.

De uiteindelijke kernwoorden worden op de kaart geschreven in het kompaspoort. Het kompaspoort is de toetssteen waar in een latere fase alle internationale ideeën aan afgetoetst worden.

## Verloop

Elke groep krijgt een pakje **hoogtekarten**. Die gebruiken de deelnemers om hun waardering uit te drukken: hoe hoger de waarde (aantal meter), hoe hoger de waardering. Welke kernwoorden geven het best weer wat de organisatie uniek maakt en waarvoor ze staat?

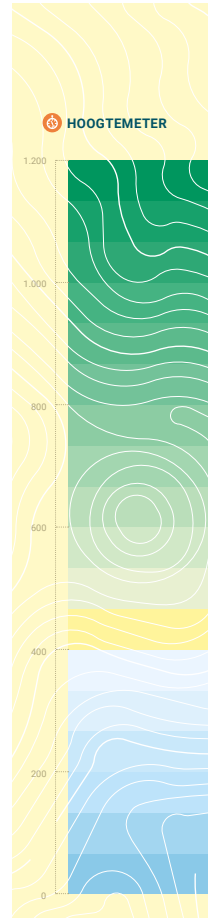
De verschillende groepen stellen eerst hun selectie van kernwoorden aan de grote groep voor. Hang alle geselecteerde post-its met kernwoorden onderaan de **hoogtemeter op de landkaart**. Cluster indien nodig de identieke kernwoorden.

Kernwoorden die door meerdere groepen gekozen werden, krijgen een 'vliegende start' van 300m.

Per groep overleggen de deelnemers nu welke hoogtekart ze bij welk kernwoord willen leggen. Het aantal hoogtekarten is beperkt. Elke groep ontvangt **1 kaart van elke afstand**: 100m, 200m, 300m, 400m, 500m en kan die maar 1 keer inzetten.

Overloop kernwoord per kernwoord. Elke groep geeft aan hoeveel meter ze toekennen. Het totaal wordt telkens opgeteld en het kernwoord schuift omhoog op de hoogtemeter.

Welke kernwoorden scoren het hoogst?



## STAP 3 DE LAST-MINUTE KAART

### Timing

5 min.

### Materiaal

- stift
- last-minute kaarten

### Groepsindeling

In de grote groep

## Doel

Dankzij de last-minute kaart kan elke groep nog een kernwoord opvissen. Goed beargumenteerde kernwoorden krijgen zo toch nog een plek op de kaart.

## Verloop



Elke groep ontvangt 1 last-minute kaart.

Wanneer de volgorde van de kernwoorden is bepaald, krijgen de groepen nog een laatste kans om de volgorde te wijzigen. Ze plaatsen hun **last-minute kaart** bij een kernwoord naar keuze en argumenteren waarom ze dit kernwoord hoger in de rangschikking wensen. Een stemming bepaalt of het kernwoord al dan niet van plaats verandert.

Op het einde van deze stap worden de 5 kernwoorden die het hoogst eindigen op de **landkaart in het kompaspoort** genoteerd. Die komen later nog aan bod. De kernwoorden worden gebruikt om de ideeën af te toetsen aan de kern van de organisatie.



## FASE 2

# Inspireren en selecteren van strategische doelstellingen



*“Tijd om de strategische doelstellingen van onze organisatie te bekijken.*

*Op welk vlak kan internationaal werken voor ons een meerwaarde betekenen?*

*Op welk niveau kan je er specifieke effecten mee bereiken die je met andere acties niet of moeilijker kan bereiken?  
Kortom: waar liggen kansen voor internationalisering?*

*We vertrekken vanuit inspirerende voorbeelden om de mogelijkheden binnen onze eigen organisatie te onderzoeken. Welke van onze eigen strategische doelstellingen bieden kansen voor internationalisering?”*

Geef als inleiding onderstaande toelichting over de meerwaarde van internationaal werken en de verschillende niveaus waarop internationaal werken impact heeft. Lees ook enkele voorbeelden uit de inspiratiekaarten voor die voor jouw organisatie van toepassing kunnen zijn.



**TIP** Toon het filmpje waarin jeugdwerkers vertellen welke impact internationaliseren heeft.

## De meerwaarde van internationalisering



Internationale activiteiten bieden heel wat leer- en groeikansen, zowel voor de deelnemende jongeren als voor jeugdorganisaties. Enkele voorbeelden:

- Een internationale omgeving helpt jongeren en medewerkers in jeugdorganisaties om **interculturele competenties** te verwerven en te oefenen: je maakt kennis met andere gewoonten en visies, je wordt je meer bewust van je eigen referentiekaders en leert die in vraag stellen, je leert omgaan met verschillen en in dialoog gaan.
- Wanneer jongeren op een vrijwillige, veilige en omkaderde manier uit hun alledaagse context gehaald worden, daag je hen uit en worden ze geprikkeld. Ze verruimen hun horizon en bouwen zelfvertrouwen op. Het is een ideale voedingsbodem om te leren en zich **persoonlijk te ontwikkelen**. Internationaal gaan is **uit je comfortzone komen** en daardoor sterker worden.
- Een internationale aanpak kan de **kwaliteit** en **professionalisering** van de werking van je jeugdorganisatie verhogen. Via uitwisseling en samenwerking met buitenlandse jeugdorganisaties ontdekken medewerkers en vrijwilligers andere contexten, worden ze geïnspireerd door nieuwe werkvormen en reflecteren ze over hun eigen aanpak. Kortom, internationalisering kan zuurstof geven aan de organisatie.

Zoals blijkt uit de voorbeelden kan de meerwaarde van een internationale aanpak zich op **verschillende niveaus** uiten. Door een doelstelling of activiteit internationaal te benaderen, kan je een effect of impact creëren op verschillende niveaus:

- Op het **individu**, zoals beroepskrachten, vrijwilligers, jongeren ...
- Op de **organisatie**, zoals haar beleid, activiteitenaanbod, bereik, uitstraling, kennisopbouw ...
- Haar **netwerk** of samenwerking
- De ruimere **omgeving** zoals de buurt of beleid

Vaak brengt een internationale activiteit dingen in beweging op verschillende niveaus tegelijk, maar dat hoeft niet zo te zijn. Je kan er zeker ook voor kiezen om bij een internationale activiteit te focussen op één niveau. Bijvoorbeeld:

**Strategische doelstelling:** “Via onze activiteiten willen we jongeren sterker maken om zelf innovatieve activiteiten op te zetten in hun eigen buurt.”

**Actie:** een groepsuitwisselingsproject met jongeren uit België, Bulgarije en Zweden

- **Individu:** Door deel te nemen kregen de jongeren meer zelfvertrouwen om in een andere taal te spreken en zelfstandig activiteiten op te zetten.
- **Organisatie:** Door het partnerschap hebben we een nieuwe methodiek rond empowerment geleerd die we nu toepassen in de hele werking.
- **Netwerk:** Onze manier van werken werkt inspirerend voor de partnerorganisaties met wie we samenwerken.
- **Omgeving:** Het project dat de jongeren in hun eigen wijk opzetten, brengt een nieuwe dynamiek in de buurt.

## STAP 1 INSPIRERENDE VOORBEELDEN ONDERZOEKEN EN MATCHEN MET DE EIGEN STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN

### Timing

30 min.

### Materiaal

Voor elk groepje

- voorbeeldkaarten strategische doelstellingen
- overzicht van de eigen strategische doelstellingen uit de beleidsnota  
(bij voorkeur elke strategische doelstelling op een apart blad)
- schaar
- filmpje

### Groepsindeling

In kleine groepjes

## Doel

De deelnemers krijgen ter inspiratie voorbeelden van strategische doelstellingen en de meerwaarde die een internationale activiteit kan bieden. Zo ontdekken ze internationale mogelijkheden op strategisch niveau die ze daarna in hun groepje aan de eigen beleidsdoelstellingen proberen te koppelen.

## Verloop

De deelnemers blijven in de kleinere groepen. Verdeel de stapel inspirerende voorbeeldkaarten over de verschillende groepen. Het is belangrijk om eerst met alle voorbeeldkaarten te werken, zodat de deelnemers voldoende inspiratie opdoen. Het is geen probleem als ze in de volgende fase niet allemaal door de deelnemers weerhouden worden.

Elke deelnemer krijgt een aantal voorbeeldkaarten. Het aantal is afhankelijk van het aantal deelnemers. De deelnemers lezen aandachtig de strategische doelstellingen en bijhorende meerwaarde op de achterzijde van hun kaarten. Zodra iedereen zijn voorbeeldkaarten heeft gelezen, ontvangt elke groep de strategische doelstellingen van de eigen organisatie.



**TIP** Zorg ervoor dat elke strategische doelstelling op een apart blad staat. Het is niet nodig om hiervoor telkens een A4 te gebruiken. Je kan het blad ook in stroken knippen.

Voor de deelnemers die niet zo vertrouwd zijn met de strategische doelstellingen, kan een overzicht van de operationele doelstellingen helpen om waar nodig te verduidelijken. Elke groep ontvangt alle strategische doelstellingen van de organisatie.

Elke groep legt 1 strategische doelstelling naar keuze centraal op tafel. De deelnemers bekijken of één of meerdere van hun voorbeeldkaarten matcht met de strategische doelstelling.



*"Welke meerwaarde zou op een van onze doelstellingen van toepassing kunnen zijn?"*

*"Kunnen we een meerwaarde koppelen aan onze eigen strategische doelstellingen?"*

**VOORBEELDKAART**

**INTERNATIONALE MEERWAARDE  
VOOR DE DOELSTELLING**

*"De internationale dimensie van onze werking zorgt dat onze organisatie aantrekkelijker en bekender is bij een breed publiek en bij onze doelgroepen. Dit trekt nieuwe jongeren/vrijwilligers aan."*

—

**BEREIK VAN DE ORGANISATIE**

**4** **IMPACT OP OMGEVING/ORGANISATIE**



Als er een match is, leggen ze de voorbeeldkaart met de meerwaardekant naar boven erbij, lezen ze de tekst voor aan de andere groepsleden en leggen ze uit waarom ze deze kaart aanleggen.

Deze stappen worden herhaald voor **alle** strategische doelstellingen. Als de deelnemers een voorbeeldkaart die al ergens aanligt ook willen matchen met een andere strategische doelstelling, dan noteren ze het unieke nummer op de kaart op een post-it en leggen die aan.

Op het einde wordt zo duidelijk welke van de eigen strategische doelstellingen internationale kansen bieden en op welk vlak internationale activiteiten een meerwaarde kunnen betekenen voor de organisatie.

## STAP 2 VOOR WELKE VAN ONZE STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN KUNNEN INTERNATIONALE ACTIVITEITEN EEN MEERWAARDE ZIJN?

### Timing

30 min.

### Materiaal

- landkaart
- eventueel groene en rode papieren of andere materialen met deze kleuren om te stemmen

### Groepsindeling

Start in de kleine groepjes, terugkoppeling in de grote groep

## Doel

De groepen komen elk apart tot een aantal strategische doelstellingen die kansen bieden om te internationaliseren en waarvoor een internationale aanpak echt een meerwaarde kan zijn. Voor deze doelstellingen bedenken we later in het denktraject concrete internationale acties.

We leggen ten slotte de resultaten van de verschillende groepjes naast elkaar en geven de strategische doelstellingen samen een plek op de landkaart.

---

## Verloop

---

De voorbeeldkaarten uit de vorige stap dienden ter inspiratie. In deze stap is het aan de deelnemers om een keuze te maken: zien ze **wel** of **geen** meerwaarde in de eigen strategische doelstellingen?



*"Voor welke van onze strategische doelstellingen zou een internationale aanpak een meerwaarde zijn?"*

Dit doen de deelnemers eerst in **de eigen kleine groep**. Elke deelnemer geeft via een afgesproken teken individueel hun mening. Bijvoorbeeld: duim omhoog betekent meerwaarde, duim omlaag staat voor geen meerwaarde.

### OPTIE

Beperk je liever de kans op beïnvloeding? Kies dan voor groene en rode materialen die de keuze aangeven. Groen staat steeds voor meerwaarde, rood voor geen meerwaarde.

Voel je vrij om materialen te gebruiken die voorhanden zijn zoals papier of stiften.

De strategische doelstellingen van de organisatie komen om de beurt aan bod. De deelnemers tonen telkens gelijktijdig hun keuze. Niemand is verplicht te reageren: een deelnemer die zich wil onthouden, reageert niet.

De meerderheid bepaalt of internationalisering al dan niet een meerwaarde betekent:

- meer groen dan rood: wel meerwaarde
- meer rood dan groen: geen meerwaarde



**TIP** Bij groepen met een even aantal deelnemers kan het dat de meningen verdeeld zijn en dat er geen meerderheid behaald wordt.

De deelnemers proberen elkaar in dat geval te overtuigen. Is er achteraf nog altijd geen meerderheid, dan wordt de strategische doelstelling toch meegenomen naar de volgende fase (brainstormen).

### Waarom?

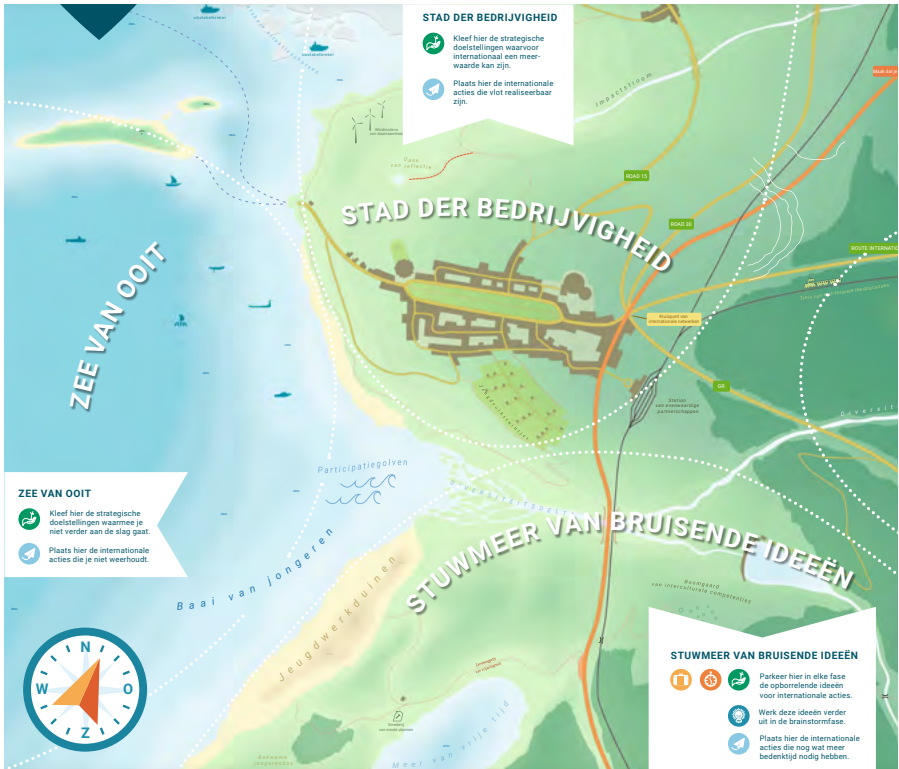
Het is beter om meerdere doelstellingen te onderzoeken: de deelnemers komen tijdens de brainstormfase misschien toch nog op ideeën en mogelijkheden die ze in het begin niet hadden gezien.

De strategische doelstellingen waarmee een groep verder wil, leggen ze met de tekst naar boven. De strategische doelstellingen waarmee een groep niet verder wil, leggen ze met de tekst naar beneden. Op die manier kunnen de deelnemers straks gemakkelijk hun keuze voorleggen aan de volledige groep. Opgelet: een strategische doelstelling waarbij geen kaarten aangelegd werden, valt daarom niet meteen af. Ook die kan nog interessant zijn om later over na te denken.

Zijn alle strategische doelstellingen door de verschillende groepen beoordeeld en besproken? Dan is het tijd om de resultaten van de verschillende groepen naast elkaar te leggen **in de grote groep**.

Alle strategische doelstellingen krijgen nu een plek op de landkaart.

- De doelstellingen waarin geen meerwaarde gezien wordt, krijgen een plaats in de **zee** op een van de bootjes. We nemen ze niet verder mee in ons internationaliseringsverhaal.
- De doelstellingen waarin we wel een meerwaarde zien, komen in de **stad** te liggen.



Overloop alle strategische doelstellingen. Elke groep licht **kort** het waarom van hun keuze toe. Hiervoor kunnen de deelnemers ook gebruik maken van de meerwaarde op de aangelegde voorbeeldkaarten. Hou er rekening mee dat elke groep andere voorbeeldkaarten heeft gekregen.

De andere deelnemers geven opnieuw een reactie via het afgesproken signaal (bv. duim omhoog of omlaag). Ook hier telt de wet van de democratie: de meerderheid wint.

Kleef na de toelichting van elke groep telkens de weerhouden doelstelling op de landkaart: in de stad of op een van de boten.



**TIP** Vraag bij de toelichting op welk(e) niveau(s) (individu - organisatie - omgeving) de deelnemers een meerwaarde zien. Een doelstelling met impact op 'slechts' 1 niveau kan ook veel meerwaarde bieden: schuif ze dus niet zomaar aan de kant.

Komen er al meer concrete actie-ideeën of mogelijke activiteiten naar boven drijven? Parkeer ze voorlopig op de kaart in het stuwmeer van bruisende ideeën. Deelnemers die al een idee hebben, noteren dit op een post-it en plakken die in het stuwmeer. Deze ideeën komen later aan bod in fase 3 tijdens de brainstorm.

Op het einde van deze fase vraag je de deelnemers om de voorbeeldkaarten opzij te leggen om zo het overzicht te kunnen bewaren. Ze kunnen die tijdens de volgende fase wel nog gebruiken ter inspiratie. De resterende doelstellingen mogen van de tafels en gebruiken we niet meer.



## FASE 3

### Internationale acties bedenken



*“Laat de ideeënfontein maar stromen. We verzamelen inspiratie voor concrete internationale acties en activiteiten aan de hand van voorbeeldkaarten en matchen ze met de eigen operationele doelstellingen.*

*Daarna duiken we in kleine groepjes in de brainstormfase. Aan de hand van verschillende brainstormtechnieken werken we concrete ideeën voor internationale activiteiten en samenwerking uit.”*

## STAP 1 INSPIRATIE VERZAMELEN

### Timing

15 min.

### Materiaal

- voorbeeldkaarten met de acties
- de strategische + operationele doelstellingen op aparte strookjes
- schaar
- een aparte lege tafel

### Groepsindeling

In de kleine groepjes

## Doel

In kleine groepen verzamelen we inspiratie voor internationale acties en activiteiten met een meerwaarde op verschillende niveaus (individu - organisatie - omgeving).

De concrete voorbeelden dienen als voeding en inspiratie voor het brainstormen straks.

## Verloop

Verdeel de actiekaarten gelijk over alle deelnemers van de verschillende groepen. Elke kaart is uniek, waardoor elke groep andere kaarten krijgt.

De deelnemers lezen individueel de voorbeeldkaarten en de meerwaarde op de achterzijde. Ze kiezen een aantal acties die hen inspireren.

Leg intussen de strookjes met de operationele doelstellingen en bijhorende strategische doelstelling klaar. Haal de doelstellingen eruit die in de vorige fase niet weerhouden werden.

Enkel op de doelstellingen uit de stad wordt nu verder gewerkt.

Verdeel de operationele doelstellingen over de verschillende groepen. Elke groep krijgt dus slechts enkele strookjes met operationele doelstellingen.



**TIP** Zorg ervoor dat elke operationele doelstelling op een apart blad staat en dat het duidelijk is onder welke strategische doelstelling ze valt. Het is niet nodig om hiervoor telkens een A4 te gebruiken. Je kan het blad ook in stroken knippen.

Elke groep ontvangt zo uit de eerder geselecteerde strategische doelstellingen enkele operationele doelstellingen.

Bijvoorbeeld:

SD 1: Jongeren ontvangen informatie op maat.  
OD 1.1: We stimuleren peer-learning.

SD 1: Jongeren ontvangen informatie op maat.  
OD 1.2: We investeren in diverse informatiekkanalen.

**VOORBEELDKAART**

**INTERNATIONALE ACTIE**

*"Om onze eigen doelstellingen kracht bij te zetten, ontvangen we elk jaar een Europese vrijwilliger met een beperking."*

~

INCLUSIE, EMPOWERMENT

29 IMPACT OP INDIVIDU/ORGANISATIE

De deelnemers koppelen de voorbeeldkaarten met de acties die hen geïnspireerd hebben aan 1 of meer operationele doelstellingen.

De deelnemers leggen hun gekozen voorbeeldkaarten aan en geven kort een woordje uitleg. Het is niet verplicht om een actiekaart aan te leggen bij een operationele doelstelling. Ze doen dit enkel als ze een link met een doelstelling zien. In deze fase is het niet de bedoeling om een discussie te starten, maar vooral om de voorbeelden met elkaar te delen en inspiratie op te doen voor de brainstormfase die volgt.

Zien de deelnemers voor een voorbeeldkaart mogelijkheden bij verschillende operationele doelstellingen, dan schrijven ze het unieke nummer van de voorbeeldkaart over op een post-it en leggen die bij de operationele doelstelling.

Elke groep legt zijn operationele doelstellingen met de bijhorende voorbeeldkaarten bovenaan op de eigen tafel. De resterende voorbeeldkaarten leg je op de lege tafel die straks tijdens de brainstorm voor de stuwmeerdereeën gebruikt wordt.



## BELANGRIJK

Vraag de deelnemers om alle ideeën die ze tijdens deze inspirerende fase opdoen op post-its te noteren: elk idee op een aparte post-it. Die worden daarna op de landkaart in het stuwmeer van bruisende ideeën geplaatst en komen tijdens de brainstorm opnieuw aan bod. Deze ideeën zijn meestal meteen realiseerbaar, dus heel interessant voor de organisatie.



**TIP** Laat de deelnemers niet eindeloos discussiëren over de plaatsing van de kaarten. Beperk de tijd van deze fase en stimuleer de deelnemers om alle operationele doelstellingen te bespreken.

Geef regelmatig aan hoeveel tijd er nog is. Zo weten de deelnemers dat hun tijd beperkt is.



**TIP** Snuister op de website van JINT eens door de verhalen en mogelijkheden van projecten die gefinancierd worden door Europese subsidieprogramma's.



## STAP 2 BRAINSTORM VOOR NIEUWE IDEEËN EN DE VERWACHTE IMPACT FORMULEREN

### Timing

60 min. of meer, afhankelijk van de beschikbare tijd en energie in de groep

#### Tafel 1: DOOR EEN ANDERE BRIL

- stapel rolkaarten
- post-its
- schrijfgierief
- brainstormfiche met de uitleg van de methodiek

#### Tafel 2: DE WERELD ALS INSPIRATIEBRON

- 10-tal inspirerende voorwerpen
- post-its
- schrijfgierief
- brainstormfiche met de uitleg van de methodiek

### Materiaal

Voorzie verschillende tafels voor elke brainstormtechniek. Op elke tafel liggen bovenaan de operationele doelstellingen van de vorige stap met eraan gekoppelde voorbeeldkaarten van acties.

#### Tafel 3: OMGEKEERDE BRAINSTORM

- post-its
- schrijfgierief
- brainstormfiche met de uitleg van de methodiek

### Groepsindeling

Kleine groepjes verdeeld over de verschillende brainstormtafels

#### Tafel 4: STUWMEER IDEEËN

- Hier liggen al de resterende voorbeeldkaarten van acties uit de vorige stap.
- Leg hier ook de post-its die op dit moment al op de kaart in het stuwmeer plakken.
- post-its
- schrijfgierief
- brainstormfiche met de uitleg van de methodiek

## Doel

We gaan in kleine groepen op zoek naar nieuwe concrete internationale acties en activiteiten die aansluiten bij de gekozen strategische doelstellingen. Welke meerwaarde kunnen ze voor die doelstellingen hebben?

## Verloop

### 1. Overloop kort het doel van deze stap.



*"We hebben beslist waar we willen op inzetten en waar internationalisering kansen biedt. De koers is bepaald. Hoog tijd om concrete internationale activiteiten te bedenken. Daarbij gaan we ook op zoek naar de impact van deze ideeën. We focussen nu op concrete activiteiten."*

### 2. Overloop indien nodig de spelregels voor brainstormen kort. (zie bijlage)

### 3. Voorzie daarna eventueel een opwarmer. (zie bijlage)

### 4. Licht nu de algemene werkwijze toe.



#### ALGEMENE WERKWIJZE

*"We verdelen ons straks over verschillende tafels.*

*Aan elke tafel zullen we op een andere manier ideeën bedenken bij de operationele doelstellingen die er al liggen uit de vorige stap.*

*Gebruik de brainstormmethodiek van die tafel om tot nieuwe ideeën te komen.*

*Schrijf elk idee voor een activiteit of actie **op een andere post-it**. Schrijf er ook telkens je naam bij en het nummer van de operationele doelstelling.*

*Schrijf je idee voldoende uit zodat andere deelnemers weten wat je bedoelt. Gebruik zeker een werkwoord."*



**TIP** Vraag de deelnemers om op de post-its zowel hun naam als de operationele doelstelling te noteren. Dit vergemakkelijkt de verwerking nadien. Bij vragen of onduidelijkheid kan de persoon aangesproken worden, plus zo weet je nadien nog bij welke operationele doelstelling een idee hoort.



*"Leg je idee aan bij een operationele doelstelling en/of bij een ander idee waarop je verder werkt. Nieuwe ideeën komen bij een operationele doelstelling/voorbeeldkaart te liggen. Lift je mee op een idee, leg het er dan bij. Heb je een nieuw idee: leg het apart ernaast."*

*"Op het signaal schuiven we straks door naar een andere tafel, met een andere methodiek."*

*De ideeën blijven liggen op de tafel, ter inspiratie voor een volgende groep of om er verder op te werken door een volgende groep."*

5. **Stel vervolgens de verschillende brainstormtafels voor.**
6. **Spreek een doorschuifsignaal af en verdeel de deelnemers daarna over de verschillende tafels. Zorg voor evenwichtige groepen.**



**TIP** Gebruik een doorschuifstelsel vooral bij grotere groepen. Bij kleine groepen kan je de deelnemers vrijer laten bewegen tussen de verschillende tafels of een van de methodieken laten vallen.

Bij meer dan 4 groepen gebruik je dezelfde techniek aan meerdere tafels. Het aantal doorschuifbeurten is afhankelijk van de beschikbare tijd. Geef de deelnemers voldoende tijd per tafel.



#### BRAINSTORMTAFELS

*"De werking van een organisatie uitbouwen doe je niet alleen. Vergroot je bereik en lift mee op de ideeën van je collega's. Probeer zo ver mogelijk te geraken: the sky is the limit."*

### Tafel 1: DOOR EEN ANDERE BRIL

De wereld kan er zo verschillend uitzien. Laat je niet belemmeren door je eigen visie. Durf eens door een andere bril te kijken.

Trek of kies een rolkaart. Denk eerst na over de eigenschappen, krachten en mogelijkheden van dat personage of voorwerp. Gebruik dit als vertrekpunt om nieuwe ideeën te formuleren.

Bv. rolkaart 'cactus'

Brainstorm: woestijn → grote opslagcapaciteit van water → overlevingstocht met beperkte voorraad levensmiddelen

Er zijn 2 soorten rollen in de rolkaarten: 'speciale' (bv. superman) en reële rollen (bv. vrijwilliger).

Je kan er zelf nog andere bedenken en op post-its noteren.

### Tafel 2: DE WERELD ALS INSPIRATIEBRON

Wandel rond, laat de wereld je verbazen, doe nieuwe indrukken op en laat je vooral inspireren.

Zoek en verzamel vooraf een aantal inspirerende voorwerpen.

Bijvoorbeeld:

- badeend
- wasdraad
- knikker
- fluitje
- tape
- speelgoed
- pen
- smartphone
- kasteel
- feestneus
- ...

Vertrek vanuit de eigenschap, het gebruik en de mogelijkheden van het voorwerp. Durf verder te kijken dan het gebruik: wat kan je hiermee nog doen?

Bv. voorwerp: sprookjesboek

Brainstorm: Klein Duimpje → duim → liftwedstrijd door Europa

### Tafel 3: OMGEKEERDE BRAINSTORM

Doe eens tegendraads! Bedenk eerst hoe het zeker niet moet en gebruik dit als basis voor je ideeën.

Bedenk de slechtst mogelijke manieren om aan de slag te gaan. Overdrijven is verplicht!

Deze slechtst mogelijke ideeën zet je daarna om in mogelijkheden.

Bv. slechtst mogelijke manier: deelnemers begrijpen elkaar niet

Brainstorm: niet dezelfde taal spreken → er ontstaat conflict en onbegrip

Positieve insteek: gemeenschappelijke woorden en gebaren zoeken → woordenboek → leefwereld van de jongeren in woord en beeld brengen

## Tafel 4: STUWMEER IDEEËN

Bekijk de ideeën die al in het stuwmeer borrelen en laat je inspireren.

Op deze tafel liggen de resterende voorbeeldkaarten van acties die niet bij een doelstelling werden gelegd, de post-its die al op de kaart in het stuwmeer plakken en alle operationele doelstellingen.

Gebruik de ideeën uit het stuwmeer en de resterende voorbeeldkaarten ter inspiratie of werk hierop verder.





## FASE 4

Ideeën voor  
internationale acties  
en samenwerking  
selecteren en  
topideeën verfijnen



*“Land in zicht ... Tijd om al je ideeën op de rooster te leggen en de topideeën eruit te halen.*

*Aan de hand van het selectierooster krijg je zicht op de haalbaarheid en het innovatief karakter van de ideeën. Welke ideeën zet je uiteindelijk op de kaart van je organisatie?”*



## STAP 1 INSPIRATIE INDELEN EN SELECTEREN

### Timing

30 min.

### Materiaal

- tafels uit de vorige stap met ideeën op
- op elke tafel 1 selectie-rooster
- landkaart

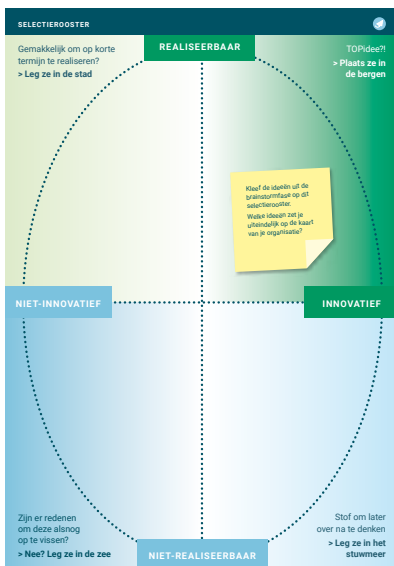
### Groepsindeling

In de kleine groepjes

## Doel

De kleine groepjes plaatsen ideeën uit de brainstormfase op het selectierooster. Wat zijn voor jullie echt vernieuwende ideeën en wat is haalbaar?

## Verloop



Verdeel de groep opnieuw in kleine groepen of laat ze aan de brainstormtafel zitten waar ze eindigden in de vorige fase.

Stel het selectierooster voor. Onder innovatief verstaan we: wat voor de organisatie vernieuwend is, wat we nog niet eerder deden.

De groepen bekijken alle ideeën die op hun tafel liggen, clusteren ze nog waar nodig en plaatsen ze op hun selectierooster.

Vervolgens leest elke groep om de beurt de acties voor en kleeft ze op de juiste plek op de kaart.

Het is niet de bedoeling om over elk individueel idee te discussiëren. Ideeën kunnen wel een extra duwtje omhoog krijgen.

Wanneer iemand van een andere groep vindt dat een idee alsnog realiseerbaar of toch innovatief is, dan kan het idee nog een upgrade krijgen. Kleef het dan ook op de gepaste plaats op de **kaart**.

De 'betekenis' van elk vak:

**Niet innovatief en niet realiseerbaar:**

Deze ideeën laat je het best links liggen. Zijn er redenen om die alsnog op te vissen? Indien niet: leg ze in de **zee**.

**Niet innovatief en realiseerbaar:**

Deze ideeën zijn gemakkelijk om op korte termijn te realiseren. Leg ze in de **stad**.

**Innovatief en niet realiseerbaar:**

Hierop kan je nog verder werken, stof om later nog eens over na te denken en te bekijken hoe je deze ideeën kan herwerken tot realiseerbare acties. Leg ze in het **stuwmeer**.

**Innovatief en realiseerbaar:**

Deze ideeën vergen waarschijnlijk meer voorbereiding, maar zijn wel heel interessant om verder uit te werken. Het zijn mogelijke topideeën! Plaats ze in de **bergen**.

## OPTIE VOOR KLEINE GROEPEN

Bij kleine groepen (5 - 8 deelnemers) is het niet nodig om de deelnemers te verdelen. Alle deelnemers verzamelen aan dezelfde brainstormtafel. Stel het selectierooster voor. De deelnemers bekijken alle ideeën die op de tafel liggen, clusteren waar nodig en plaatsen ze op hun selectierooster.

De deelnemers herhalen deze stap voor elke brainstormtafel.

## STAP 2 TOPIDEE KIEZEN, DE MEERWAARDE ONDERZOEKEN, VOORSTELLEN EN REAGEREN

### Timing

50 min.

### Materiaal

- reactiebladen (hangen verspreid in de ruimte)
- topidee-fiche

### Groepsindeling

Start in de kleine groepjes, terugkoppeling in de grote groep

## Doel

Kill your darlings. De groepen kiezen enkele ideeën en onderzoeken de mogelijkheden verder aan de hand van de topidee-fiche. We stellen de ideeën voor aan elkaar, bevragen elkaar en kunnen reageren.

## Verloop

Elke groep kiest 2 ideeën van de kaart:

- 1 dat meteen realiseerbaar is (uit de stad)
- 1 dat op langere termijn gerealiseerd kan worden (uit de bergen)

Hoog tijd om deze ideeën verder te onderzoeken! De deelnemers doen dit aan de hand van de topidee-fiche.

- Voldoet het idee aan de 5 elementen van internationalisering?
- Wat is de verwachte impact en op welk(e) niveau(s): individu / organisatie / omgeving?
- Past het idee bij de kern van de organisatie?  
Nadien stellen de groepjes de ideeën kort voor aan de hele groep.

De andere deelnemers reageren aan de hand van de reactiebladen die ophangen in het lokaal. Ze gaan bij een bepaald blad staan.

Overloop de keuzes en bevraag de deelnemers. Op die manier ontstaan er nieuwe ideeën, bedenkingen, vragen ...



**TIP** Gaat de selectie moeizaam? Vertel dat er achteraf sowieso een gesprek met JINT mogelijk is. Hierin worden de ideeën en mogelijke subsidiëring en ondersteuning besproken. Dit kan helpen om een idee niet meteen af te schrijven als 'niet realiseerbaar'.

Dan is het aan de groep om de nodige conclusies te trekken:

- een idee verplaatsen naar het stuwmeer of naar de zee
- een idee aanpassen zodat je er alsnog voor kunt gaan

### EXTRA

De topideeën selecteren, kan ook op een andere manier. Geef elke deelnemer 3 kleine stickers. Die plakken ze bij de ideeën waar zij het meest in geloven, waar ze mogelijkheden in zien.

Om beïnvloeding te voorkomen, kan je elke post-it nummeren. De deelnemers noteren dan eerst het cijfer op hun stickers voor ze de stickers plakken.

Je kan nog een stap verder gaan als je werkt met stickers in verschillende kleuren. De kleuren hebben dan een verschillende betekenis. Een voorbeeld:

- geel: topidee
- rood: dit mogen we zeker niet laten liggen
- groen: hieraan wil ik graag meewerken

## 5.4 AFRONDEN VAN HET DENKTRAJECT

### Doelstelling



*"Proficiat! Jullie zijn er zonet in geslaagd om internationaal op de kaart van je organisatie te zetten! Nu wordt het stilaan tijd om weer te landen en de ideeën uit de stad en uit het topgebergte concreter vorm te geven."*

De verdere uitwerking van de ideeën behoort niet meer tot dit denktraject. Nu is het aan de deelnemers om er verder mee aan de slag te gaan.

Bespreek ter afronding met de groep hoe je met de ideeën verder gaat. Gebruik hiervoor het vervolgsjabloon dat je kan downloaden via [www.jint.be/landinzicht](http://www.jint.be/landinzicht).

Denk hierbij aan:

- Wie gaat waarmee verder aan de slag? Is dit voer voor de medewerkers, voor een ploeg vrijwilligers ...?
- Wat zijn de volgende stappen die we willen zetten?
- Waar en wanneer werken we verder?
- Wat hebben we nodig om de ideeën verder vorm te geven?
- Wie maakt het verslag en neemt contact op met JINT?

## 5.5 VERVOLG EN OPVOLGEN VAN DE RESULTATEN

JINT engageert zich om je organisatie zo goed mogelijk te ondersteunen om de vele ideeën om te zetten naar concrete acties. We willen achteraf samen bekijken welke vragen en noden jullie hebben en jullie verder op weg helpen (bv. op het vlak van subsidies, vorming, andere inhoudelijke ondersteuning ...).

We helpen je graag verder om ervoor te zorgen dat je jouw internationale acties ook effectief kan waarmaken! Stuur een mailtje naar [projecten@jint.be](mailto:projecten@jint.be) en je bent vertrokken.



**TIP** Neem voldoende foto's van de kaart op het einde van het denktraject.

# 6 Bijlagen

## BIJLAGE 1 BRAINSTORMREGELS

Er gelden een aantal regels bij brainstormen. Deel ze met de deelnemers.

- Uitstel van oordeel: elk idee is goed. Reageren op een idee komt later aan bod.
- Noteer elk idee, ook al is het 'te evident' of 'dom', het kan anderen inspireren!
- Geen idee is te wild, te onnozel, te onrealistisch ...
- In deze fase draait het om veel ideeën.
- Zorg ervoor dat mensen verder denken op ideeën van anderen en dat ze vrij associëren.
- Zorg voor een veilige sfeer waarin deelnemers hun ideeën durven delen.
- Vernieuwende ideeën ontstaan zelden meteen. Neem voldoende tijd om te brainstormen. In het begin komen de evidente ideeën, daar moeten de deelnemers door. Nadien komen de vernieuwende ideeën.
- Begin deze fase eventueel met een opwarmingsoefening.

## BIJLAGE 2 VOORBEELDOEFENINGEN OM OP TE WARMEN VOOR DE BRAINSTORM

- Bedenk zoveel mogelijk toepassingen van een voorwerp (baksteen, balpen ...). Je kan ook enkele voorbeelden geven ter verduidelijking.  
Baksteen: stapelen, bouwen, gooien, afstand bepalen, schrijven, pad door het moeras ...
- Associatierondje: ga in een kring staan. Iemand begint met een woord, bijvoorbeeld 'schatkist'. De deelnemer rechts gaat telkens verder op het voorgaande woord, bijvoorbeeld 'piraat'. De volgende zegt 'haak'.  
Toevoeging: iedereen klapt in hetzelfde tempo (niet te snel). De volgende deelnemers moet telkens aanvullen als er geklapt wordt. Lukt dit niet, dan is het aan de volgende deelnemer.



## LAND inZICHT

zet internationaal  
op de kaart van  
je organisatie

Met de tool LAND inZICHT kan je aan de slag om internationaal op de kaart van je organisatie te zetten. Methodieken en inspiratie zetten je stap voor stap op weg. Je vertrekt hierbij steeds vanuit de missie en de doelstellingen van je organisatie. Internationale activiteiten worden zo een middel om jouw werking kleur te geven. Internationale ontmoeting, uitwisseling of samenwerking kan een stuk worden van het DNA van jouw organisatie.

JINT biedt ondersteuning aan rond verschillende thema's die het jeugdwerk en jongerenorganisaties aanbelangen.

De JINT Sherpa reeks zet je op weg met praktische info, tips en werkvormen. De handige Sherpa toolkits ondersteunen je om de kwaliteit van je werking met jongeren te verhogen.

Surf naar [www.jint.be](http://www.jint.be) om de verschillende toolkits te bekijken, bestellen of downloaden.

JINT

JINT is het Nationaal Agentschap voor Erasmus+ Jeugd en het European Solidarity Corps en coördineert het Bel'J-programma in Vlaanderen.

[www.jint.be](http://www.jint.be)

**Erasmus+**  
Enriching lives, opening minds.

 **Vlaanderen**  
verbeelding, werkt.

 EUROPEAN UNION

 **JEUNSTOKERIJ**  
verarming via spel