

De kracht van JOTA – toelichting

Vanuit het Masterprogramma van het Fonds Franciscus, hebben de coördinator en een bestuurslid van JOTA het traject “impact” gevolgd. Na de impactmeting die in 2021-2022 heeft plaatsgevonden, hebben we ons in 2023 verdiept in de “Theory of Change” (ToC), en de toepassing daarvan op ons inloophuis. Samengevat is de ToC een weergave van het aanbod van JOTA voor de verschillende doelgroepen, en de veranderingen (lagere en hogere effecten) die er plaatsvinden bij de mensen die aan het aanbod deelnemen.

Het eindresultaat is, met de hulp van een extern iemand, vormgegeven in het document “De kracht van JOTA”.

Op de startpagina wordt JOTA uitgebeeld als een soort van marktpleintje, met aan de rand van het plein, verschillende kleurrijke kraampjes. De kraampjes staan voor de programma’s van JOTA; in het midden van het plein is open ruimte waar de ontmoeting tussen mensen kan plaatsvinden. Ontmoeting is immers het centrale begrip bij alles wat er bij JOTA gebeurt. Vanuit die ontmoetingsruimte kunnen mensen naar één of meerdere kraampjes (lees: programma’s) om er te halen waar ze behoefte aan hebben. Met andere woorden: mensen maken keuzes om mee te doen met één of meerdere activiteiten uit het aanbod van JOTA. Rechts van het marktplein ziet u van onder naar boven de logo’s van de verschillende programma’s. De kleuren van de logo’s komen overeen met de kleuren van de marktkraampjes.

Op de pagina’s die volgen, ziet u welke activiteiten JOTA organiseert voor een bepaalde doelgroep. Links staat over welke doelgroep het gaat; onderaan de bladzijde staan de activiteiten die bij die doelgroep van toepassing zijn, en vervolgens, als u van onder naar boven leest, ziet u de lagere en de hogere effecten van die activiteiten. Achtereenvolgens komen mensen in armoede, mensen met dementie en hun naasten, kinderen in de basisschoolleeftijd, jongeren in de middelbare schoolleeftijd, mensen op zoek naar ontmoeting en inspiratie, statushouders, (kandidaat) vrijwilligers en overige bezoekers, aan de orde.

Rechts van elke bladzijde komen de logo’s van de diverse programma’s terug. De gedachte hierbij is dat iedereen, tot welke doelgroep hij of zij ook behoort, in principe welkom is bij het gehele aanbod van JOTA.

Vermeldenswaardig is ook nog dat we min of meer dezelfde hogere effecten bij elke doelgroep zien terugkeren.

JOTA Oostburg, februari 2024.