



## WAT IS SOWHAT!

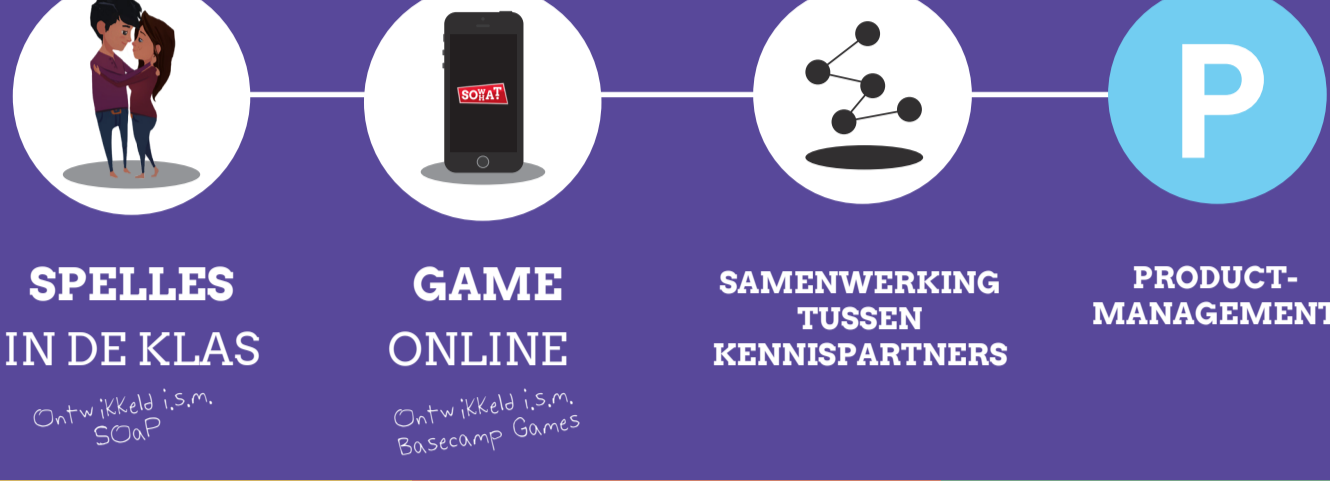
Een gespreksopener voor seksuele gezondheid dat als doel heeft organisaties m.b.t. seksualiteit te ondersteunen.

zo, dat is een mond vol.

## DE KRACHT VAN SOWHAT!

SOWhAt! vertrekt vanuit de jongeren doordat de producten zijn afgestemd op hun behoeften & spreekt de hele omgeving van jongeren aan om één duidelijke boodschap mee te geven over seksuele gezondheid.

## HET PAKKET BESTAAT UIT



**SPELLES**  
IN DE KLAS

**GAME**  
ONLINE

**SAMENWERKING**  
TUSSEN  
KENNISPARTNERS

**PRODUCT-**  
MANAGEMENT

*Ontwikkeld i.s.m. SOWP*

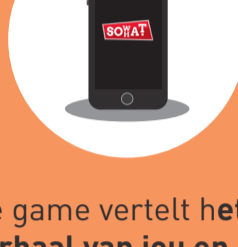
*Ontwikkeld i.s.m. Basecamp Games*

### SPELLES



- Het dient als **gespreks-opener** in de klas
- De focus ligt op het **gevoelsaspect van seksualiteit**.
- Een **interactief improvisatiestuk** dat gespeeld wordt door 2 acteurs als "gastdocenten"
- **Seksualiteit bespreekbaar(der) te maken** in de klas

### APPLIED GAME



- De game vertelt het **verhaal van jou en je crush** die op date gaan;
- Herkenbare situaties, **interactieve microgames**;
- **Spelenderwijs en laag-drempelig** leren zonder de nodige ernst te verliezen;
- Mogelijkheid om in te spelen op **actualiteit met add-ons** (bv. sexting);
- **Validatie & meetsysteem**;
- **Links vanuit game** naar andere **relevante sites** zoals Sense.

### SAMENWERKING



- Draagvlak creëren en **de huidige (lokale) initiatieven te verbinden en te versterken**.
- Door krachten te bundelen **de beste seksuele opvoeding geven**

## PRODUCTMANAGEMENT

SOWhAt! is een **totaalpakket**. Dat wil dus ook zeggen dat de implementatie van SOWhAt! binnen elke gemeente wordt verzorgd. En daar dient het onderdeel 'productmanagement' voor.

- **Implementatie** 'SOWhAt!' binnen gemeente en scholen;
- **Nazorg: communicatie op scholen** (voor, tijdens, na spellen) in de vorm van een 'lokale campagne';
- **De sterke lokale samenwerking** actief houden.

## HÉ, MAAR ZO'N GAME MOET TOCH GEVALIDEERD WORDEN?

Klopt! Nu de app een **centrale rol** in het SOWhAt!-verhaal inneemt en een **belangrijke bron is/wordt van informatie en gebruiksgegevens**, wordt hier een uitgebreid validatietraject aan toegevoegd.

Het valideren van **applied games** is nog een **jonge studie** waarbij Basecamp Games, samen met **kennispartners uit de zorgsector**, een **eigen validatie-strategie** zal opstellen, die zowel bij het onderzoek als **tijdens na-trajet** van de game kan worden ingezet. Basecamp Games heeft hiervoor een **eigen researcher** in het team met een universitaire graad en specialisatie op het valideren van applied games.



EEN EIGEN VALIDATIESTRATEGIE

VALIDATIE VAN 'SOWHAT' THE GAME

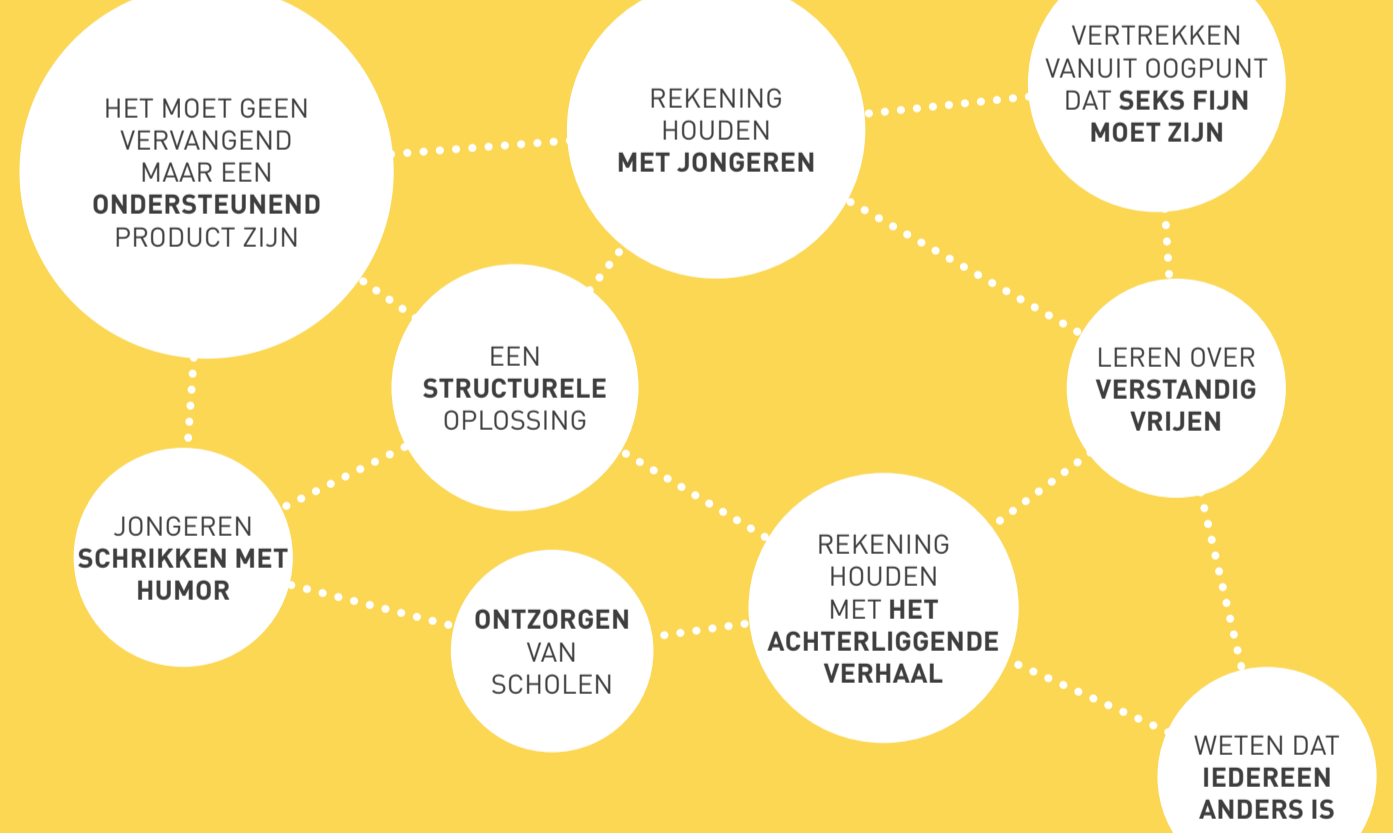
## HET GEDACHTEGOED VAN SOWHAT

Seksuele gezondheid is meer dan veilig vrijen, het is **verstandig vrijen**. Dat betekent **verstandige keuzes maken** op het gebied van **sociale omgang** met anderen en je eigen **weerbaarheid**: grenzen (leren) kennen, respecteren en durven aangeven. Maar ook **weten hoe en waarom je veilig vrijt**. Niet alleen vooraf, maar ook achteraf verstandig handelen. Het kan immers altijd in 'the heat of the moment' net iets anders gaan dan gepland... **Niks om je voor te schamen**.

Belangrijk is om **het gesprek** rondom seksuele gezondheid **op een goede manier te openen** en jongeren **de (meest) verstandige keuze** te laten maken. Daarbij speelt **de omgeving** een belangrijke rol. Vrienden, maar zeker ook de organisaties waar jongeren mee in contact komen, **lederen heeft een stukje verantwoordelijkheid**. De uitdaging van SOWhAt! is dan ook om de (in)directe omgeving van jongeren **dit gedachtegoed te laten omarmen en te delen**.

## WAARAAN VOLDOET DIT PAKKET?

DE BEHOEFTE EN INZICHTEN VAN ORGANISATIES & JONGEREN



## HOE ZIJN WIJ TOT DIT PAKKET GEKOMEN?

DAARVOOR EERST EEN STUKJE PROJECTGESCHIEDENIS.

In opdracht van de gemeente Maastricht is in 2014 het **participatieproject SOWhAt!** van start gegaan. Dit naar aanleiding van de verontrustende resultaten uit de GGD-factsheet op de seksuele gezondheid van Zuid-Limburgse jongeren. Reden genoeg om in actie te schieten. Om hier een antwoord op te vinden bundelde gemeente Maastricht de krachten van alle relevante organisaties en initiatieven samen in één project. Het doel? Een product bedenken dat enerzijds aanzet tot gedragsverandering en anderzijds bestaande initiatieven aanvult en ondersteunt.

Een flink vraagstuk! Om deze behapbaar te maken zijn een reeks inspirerende sessies gehouden met de participerende organisaties (De Participatpartners) en natuurlijk jongeren. Een zo compleet mogelijk beeld hebben van de situatie is essentieel evenals het creëren van een centraal vertrekpunt wanneer verschillende partijen samenwerken. Om dit te realiseren zijn daarom verschillende soorten sessies georganiseerd:

### KENNISSESSIES

- Behoeften van participatpartners peilen;
- Inzicht krijgen in feiten en cijfers, doelgroep en huidige middelen.

### DOELGROEPSESSIES

- Behoeften van jongeren peilen;
- Inzichten krijgen in hoe zij seksualiteit ervaren, wat zij belangrijk vinden en hoe zij tegen seksuele voorlichting aankijken.

### HET INZICHTENBOEKJE

"SLAP GELUL, HARD GEMAAKT."

De verschillende sessies met zowel de organisaties/experts en de jongeren hebben geleid tot interessante en verhelderende inzichten. Zoals gezegd was het één van de doelen om een centraal vertrekpunt te creëren. Belangrijker nog is om dit concreet

te maken en dat is gebeurd in de vorm van een inzichtenboekje, genaamd "Slap gelul, hard gemaakt." Tegelijkertijd zijn deze inzichten gebruikt als basis en vruchtbare bodem voor de creatieve sessies. Zodat de bedachte concepten uit de creatieve sessies getoetst konden worden

### CREATIEVE SESSIES

- Op basis van de behoeften en inzichten uit de voorgaande kennis- en doelgroepessies tot een product komen in samenwerking met de participatpartners en jongeren.

op aanvraag digitaal verkrijgbaar

## SOWHAT!

## DE PARTICIPATPARTNERS VAN SOWHAT!

