MDT Naamsbekendheid en Communicatie onderzoek

De missie van Maatschappelijke Diensttijd (MDT) is om alle jongeren van 12 tot 30 jaar woonachtig in (Caribisch) Nederland de kans te bieden om gedurende een aantal weken tot maanden in de eigen omgeving een MDT te doen die past bij hun levensfase en interesse. Met hun MDT kunnen ze iets doen voor een ander en/of de samenleving, hun talenten ontwikkelen en mensen ontmoeten buiten hun leefwereld.

Om inzicht te krijgen in de bekendheid van MDT en de beeldvorming onder jongeren, heeft Abbi Insights in opdracht van MDT een nationaal representatief naamsbekendheid- en communicatieonderzoek uitgevoerd. In dit onderzoek is gekeken in hoeverre jongeren bekend zijn met MDT, welke indruk zij hebben na het zien van een korte campagnevideo en in hoeverre zij zelf MDT zouden overwegen.

Daarnaast is onderzocht welke drivers en barrières jongeren hebben om wel of niet deel te nemen aan MDT en wat hen zou kunnen helpen bij het maken van deze keuze. De resultaten van dit onderzoek bieden waardevolle inzichten voor het verder vergroten van de zichtbaarheid van en kennis over MDT onder de doelgroep.

Onderzoeksverantwoording

Tussen 16 december 2025 en 7 januari 2026 zijn 750 respondenten geworven via een extern panel. De doelgroep bestond uit Nederlandse jongeren in de leeftijd van 16 tot 30 jaar. De steekproef is representatief samengesteld en gewogen naar leeftijd, geslacht en provincie. Daarmee geven de resultaten een representatief beeld van deze doelgroep in Nederland.

Het onderzoek is uitgevoerd via Abbi's interactieve chat-tooling in een neutrale huisstijl van de panelpartner, om respondenten niet in hun antwoorden te beïnvloeden (zie afbeelding rechts voor een impressie).

Leeswijzer

In de vragenlijst kregen respondenten verschillende vragen te zien, afhankelijk van hun situatie. De kleur op de achtergrond geeft aan door welke groep een vraag beantwoord is.

- Vragen voor alle respondenten
- Vragen voor respondenten die een MDT doen/hebben gedaan
- Vragen voor respondenten die (nog) geen MDT doen/hebben gedaan

Deze infographic is geschreven door Abbi Insights B.V. Abbi is een onafhankelijk onderzoeksbureau dat zowel commerciële als maatschappelijke organisaties helpt met het doen van onderzoek en ophalen van klantfeedback middels data gedreven chatdialogen en community management.

Achtergrondkenmerken

Onderstaand wordt de verdeling weergegeven naar leeftijd, geslacht en provincie. Daarnaast zijn opleidingsniveau en het al dan niet verrichten van vrijwilligerswerk meegenomen als relevante achtergrondkenmerken.

Geslacht

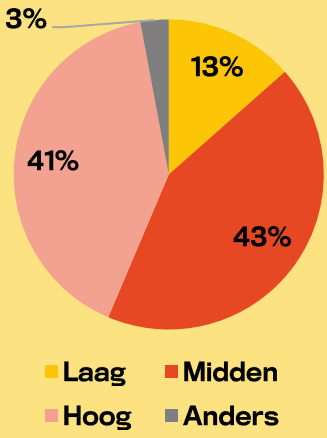
50% 50%

Leeftijd

16 t/m 24 50%

24 t/m 30 50%

Opleidingsniveau



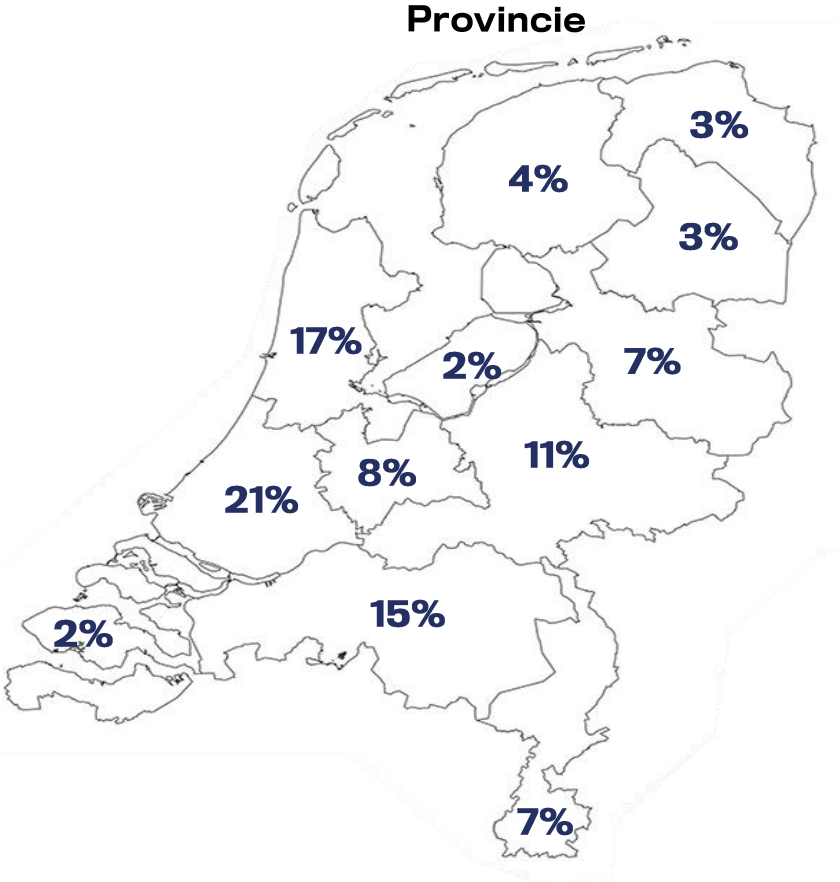
Vrijwilligerswerk

16% geeft aan momenteel vrijwilligerswerk te doen

42% doet nu geen vrijwilligerswerk, maar heeft dit wel gedaan

42% doet geen vrijwilligerswerk en heeft dit ook nog nooit gedaan

Provincie

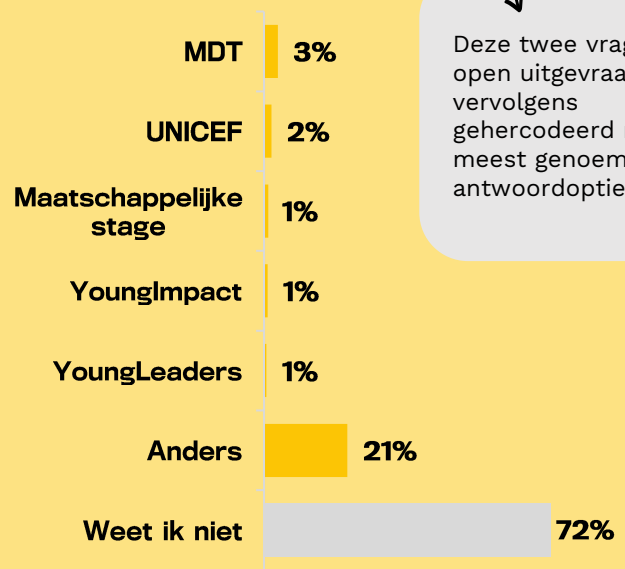


Spontane naamsbekendheid MDT

Respondenten is gevraagd welke ontwikkelingsprogramma's voor jongeren, waarbij zij zich inzetten voor de maatschappij, zij kennen. De meeste jongeren (72%) kunnen spontaan geen ontwikkelingsprogramma noemen. Ook wanneer de vraag later specifieker wordt gesteld, neemt deze bekendheid niet toe. Dit beeld is consistent over geslacht, leeftijd, provincie en opleidingsniveau.

Van alle ontwikkelingsprogramma's die wél worden genoemd, wordt MDT het meest genoemd. Jongeren die momenteel vrijwilligerswerk doen noemen MDT significant vaker (8%) dan jongeren die nooit vrijwilligerswerk hebben gedaan (2%) of dit in het verleden deden (3%).

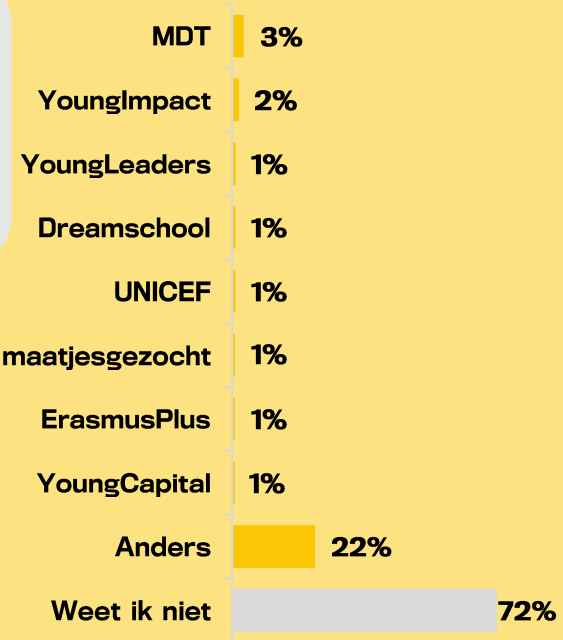
Welke ontwikkelingsprogramma's voor jongeren, waarbij zij zich inzetten voor de maatschappij, ken je?



Deze twee vragen zijn open uitgevraagd en vervolgens gehercodeerd naar de meest genoemde antwoordopties.

Q3: Welke ontwikkelingsprogramma's voor jongeren, waarbij zij zich inzetten voor de maatschappij, ken je? (n=750)

Welke ontwikkelingsprogramma's voor jongeren ken je waarbij je je eigen talenten ontwikkelt, mensen buiten je eigen bubbel ontmoet en iets doet voor de samenleving?



Q4: Welke ontwikkelingsprogramma's voor jongeren ken je waarbij je je eigen talenten ontwikkelt, mensen buiten je eigen bubbel ontmoet en iets doet voor de samenleving? (n=750)

abbi be conversational

Geholpen naamsbekendheid MDT

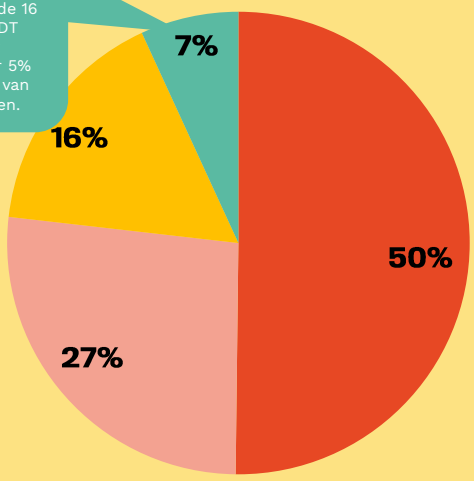
Geholpen geeft de helft van de jongeren aan MDT op z'n minst van naam te kennen. De bekendheid is significant hoger bij:

- Mannen (54%; vrouwen: 49%)
- Jongeren die nu vrijwilligerswerk doen (66%).

Jongeren die MDT ten minste van naam kennen, kennen MDT vooral via Social media (30%) en het nieuws (27%).

Geholpen naamsbekendheid MDT

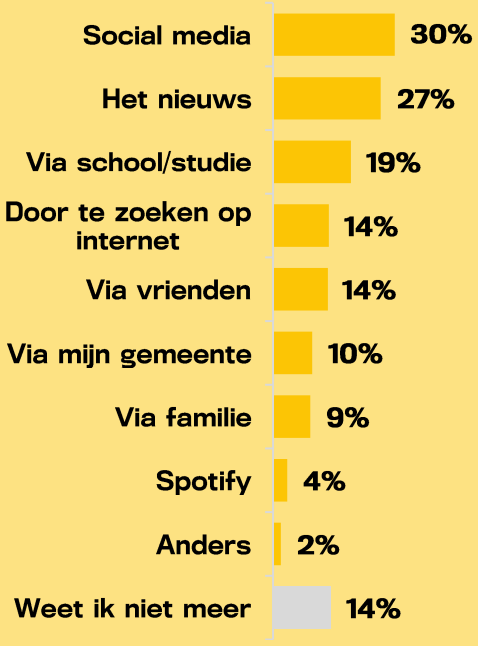
In werkelijkheid hebben circa 156.000 jongeren tussen de 16 en 30 jaar een MDT gedaan. Dit komt neer op ongeveer 5% van de populatie van 3.000.000 jongeren.



- Nee, nog nooit van gehoord
- Wel eens van gehoord, maar ik weet niet goed wat MDT is
- Ik weet wat MDT is, maar heb (nog) geen MDT gedaan
- Ja, ik heb zelfs een MDT gedaan of doe dit nu

Q5: Een ontwikkelingsprogramma voor jongeren is Maatschappelijke Diensttijd. Heb je wel eens gehoord van Maatschappelijke Diensttijd (MDT)? (n=750)

Hoe gehoord van MDT?



Q7: Via welk kanaal heb je wel eens iets van MDT gehoord of gezien? Je kunt meerdere antwoorden selecteren. (n=369)

abbi be conversational

Campagnevideo

De campagnevideo die respondenten te zien krijgen maakt volgens 82% van de jongerengoed duidelijk wat MDT is. Dat de video duidelijk is, blijkt ook uit de open antwoorden. Respondenten die aangeven dat de video ten minste een beetje duidelijk maakt wat MDT is, vertelden hier in hun eigen woorden wat MDT is.

Deze groep omschrijft MDT het meest als een jongerenprogramma waarin je je vrijwillig inzet voor de samenleving, je talenten ontwikkelt, aan je toekomst werkt en nieuwe mensen ontmoet. De combinatie van maatschappelijke bijdrage, persoonlijke groei en sociale verbinding vormt de kern van hoe jongeren MDT zien op basis van deze campagnevideo.

Deze elementen blijven de jongeren ook het meeste bij als ze terugdenken aan de video. Wat de kracht van de video nog duidelijker maakt. Met als toevoeging dat een aantal jongeren zich vooral de stijl van de video herinnert (druk, vrolijk, flitsend).

Respondenten is gevraagd om een campagnevideo ‘MDT. Maak je toekomst’ (0.27 seconden versie) van MDT te bekijken. Respondenten konden de campagnevideo één keer afkijken en niet terug om de video nogmaals te zien.

Meest bijgebleven van de video

“Samen dingen ondernemen en de term MDT”

“Heel snel, druk, flitsend, hectisch.”

“Het is gericht aan jongeren.”

’Goed voor je zelfontwikkeling’

’Voor jongeren.’

“MDT wordt vaak herhaald, is goed voor de toekomst, je leert nieuwe mensen kennen, je mag fouten maken etc.”

“Drukke beelden, veel herhaling MDT.

’MDT’

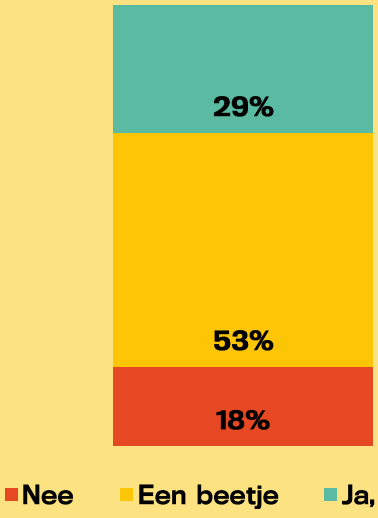
“Maak je toekomst.”

’Mensen ontmoeten.’

“De gezellige sfeer en mensen ontmoeten. Maar het is me nog niet duidelijk wat het precies is.”

Q11: Wat is jou het meest bijgebleven van de video? (n=750)

Duidelijkheid van de video



Hoe zou je MDT omschrijven?

"Dat als je iets wilt doen voor de samenleving of vrienden wilt maken dat je dan bij MDT moet aansluiten."

"Een ontwikkelings-programma voor jongeren waarin je kan leren on the job."

"Een programma die jongeren helpt hun talenten te ontwikkelen."

Q12: Maakt de video duidelijk wat MDT is? (n=750) | Q13: Hoe zou je MDT omschrijven nu je de video hebt gezien? (n=616)

Vragen die jongeren hebben

Er zijn een aantal belangrijke vragen waar jongeren die nog geen MDT hebben gedaan mee blijven zitten na het zien van de campagnevideo. De video roept met name globale – brede – vragen op. Met stip op één; 'Wat is MDT nou *precies*? En; 'Hoe werkt het doen van een MDT?' Deze vragen komen meestal nog vóór de praktische vragen zoals 'hoeveel tijd kost het?'. Toch zijn dit soort praktische vragen ook veel gestelde vragen van jongeren.

Welke vragen over MDT komen in jou op bij het zien van deze video?

'Wat is MDT precies?'

"wat wordt er precies van me verwacht? wat voor activiteiten zijn het dan?"

"Waarom bestaat MDT en waarom zou je meedoen?

'Wat moet je concreet doen als je meedoet?'

"Wat voor activiteiten vallen onder MDT?

"Wat doe je precies per week?"

'Wie kan meedoen? Hoe werkt het praktisch?'

"Voor wie is dit bedoeld?"

"Hoe meld je je aan?"

'Wat levert het op?'

"Krijg je er iets voor (ervaring, netwerk, geld, studiepunten)?

Q14: Welke vragen over MDT komen in jou op bij het zien van deze video? Wat zou je nog meer willen weten? (n=699)

Houding tegenover MDT

De meeste jongeren (47%) twijfelen of MDT iets voor hen is.
- Mannen geven vaker aan dat MDT niks voor hen is dan vrouwen (47% vs. 34%).
- Jongeren die nog nooit vrijwilligerswerk hebben gedaan geven vaker aan dat MDT niks voor hen is, dan jongeren die op dit moment vrijwilligerswerk doen (46% vs. 32%).

De twijfel of MDT iets voor hen is, of de reden om aan te geven dat MDT niks is, heeft vaak te maken met het verwachten dat men te druk is om een MDT te doen. Daarnaast geven vooral de 'oudere' jongeren aan dat zij zichzelf niet meer aangesproken voelen, een volwassen leven hebben en geen behoefte meer hebben aan dit soort dingen.

De 13% die aangeeft dat MDT wel iets voor hen kan zijn, gaat met name aan op de drie pijlers van MDT: iets doen voor een ander, nieuwe mensen ontmoeten en jezelf ontwikkelen.

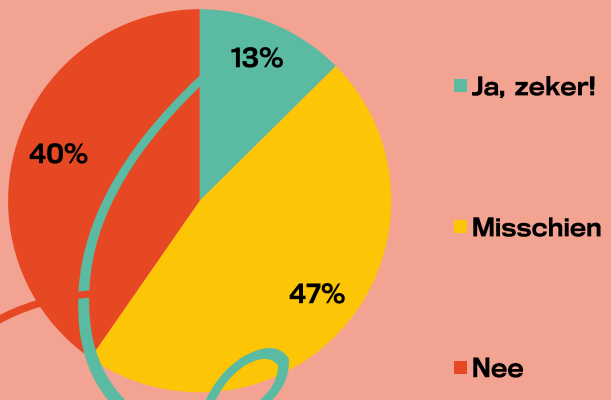
Voorafgaand aan deze vragen is de volgende uitleg over MDT gegeven:

"Met Maatschappelijke Diensttijd (MDT) zetten jongeren zich vrijwillig in voor een ander/de samenleving, ontmoeten ze mensen buiten hun eigen bubbel en ontdekken hun eigen talenten en interesses. Gemiddeld duurt een MDT 80 uur verspreid over 6 maanden. En het is gratis.

Jongeren volgen een MDT-traject bij één van de honderden MDT-organisaties in heel Nederland. Ze kiezen uit MDT-trajecten op allerlei thema's. Enkele thema's zijn bijvoorbeeld natuur, sport, media of de zorg.

Zo maken jongeren met MDT een eigen videoserie, zetten zich in voor de natuur, organiseren een sportactiviteit voor de buurt of zijn een buddy voor iemand die dat goed kan gebruiken."

Kan MDT iets voor jou zijn?



Q19: Wat denk je? Kan MDT iets voor jou zijn? (n=699)

"Op dit moment werk ik fulltime en studeer ik daarnaast een dag in de week. Ik denk dat ik daardoor al een erg drukke week heb?"

'Te druk'

'Te oud'

'Te sociaal'

"Ik zie mezelf niet meer als jongere (29) en doe naar mijn idee al genoeg."

"Ben introvert, ben goed op mezelf, ben tevreden met mijn vrienden."

'Iets doen voor de maatschappij'

"Toon graag betrokkenheid voor de maatschappij."

"Nieuwe mensen ontmoeten en vaardigheden ontwikkelen."

'Vaardigheden ontwikkelen'

"Meer sociale contacten zou niet slecht zijn. Op dit moment voor zo iets geen tijd, maar wellicht in de toekomst."

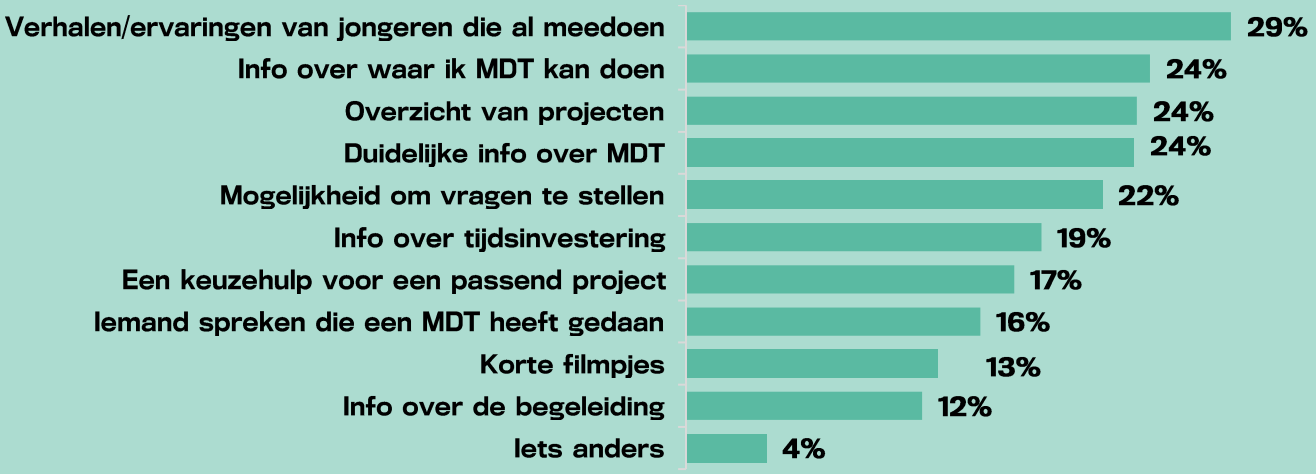
'Nieuwe mensen ontmoeten'

Oriëntatie op MDT

Suggestie: Jongeren die (nog) niet meedoen, willen vooral duidelijk weten wat MDT is en een overzicht van de projecten. Pas daarna zijn ervaringen van anderen, locaties en praktische details zoals tijdsinvestering belangrijk. Bij jongeren die al een MDT hebben gedaan, is dit precies andersom. Korte filmpjes en info over begeleiding vinden beide groepen minder interessant.

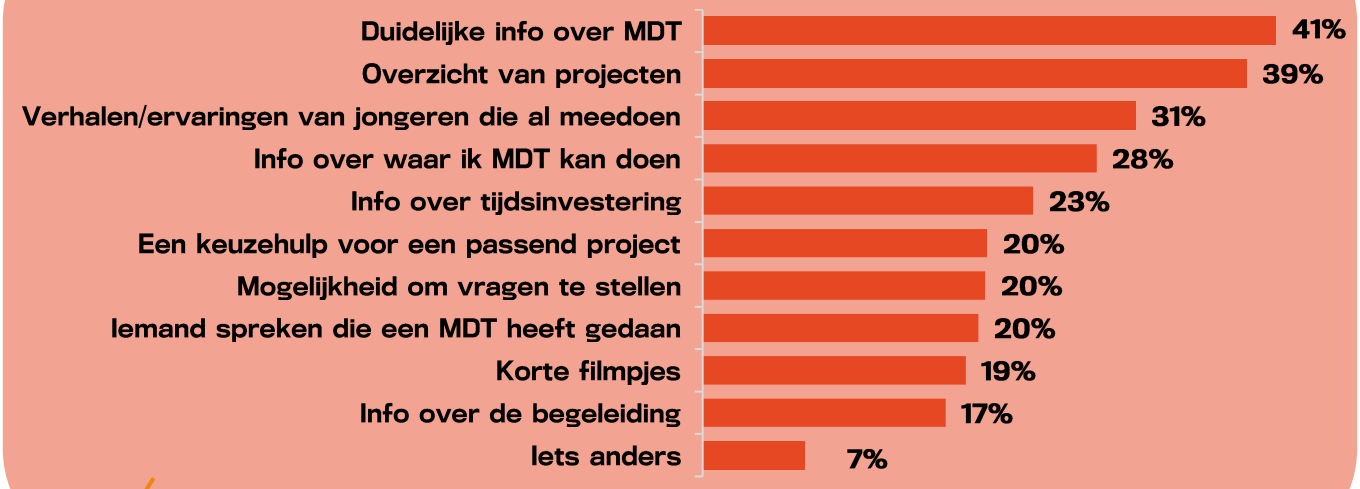
Jongeren zouden deze informatie vooral zoeken via zoekmachines. Een opvallend kanaal dat ook veel gebruikt zou worden zijn gemeente- en jongerenorganisatie websites. Dit komt met name door de groep 25 – 30 jaar (37% - geen MDT gedaan).

Hulpbronnen – wel MDT gedaan



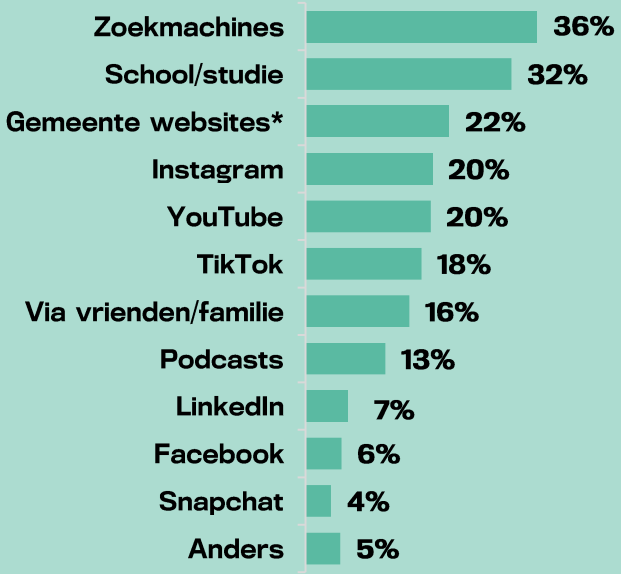
Q32: Wat heeft jou tijdens het oriënteren geholpen om te beslissen of MDT iets voor jou is? (n=51)

Hulpbronnen – geen MDT gedaan



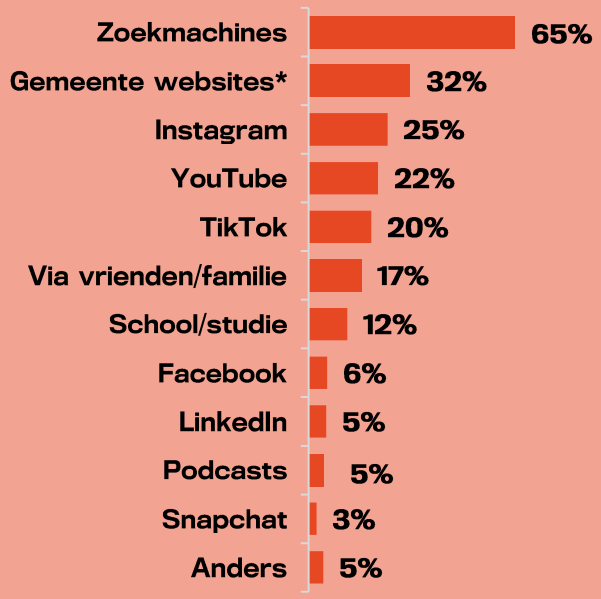
Q23: Stel: je wilt meer over MDT weten en ontdekken of dit iets voor jou kan zijn. Wat zou jou helpen? Je kunt meerdere antwoorden selecteren. (n=669)

Kanalen – wel MDT gedaan



*Q34: En via welke kanalen heb jij uitgezocht of MDT iets voor jou is? (n=51) | *gemeente en/of jongerenorganisatie websites*

Kanalen - geen MDT gedaan



*Q25: Stel: je wilt onderzoeken of MDT iets voor jou is. Via welke kanalen ga je op zoek? (n=699) | *gemeente en/of jongerenorganisatie websites*

Mogelijke drempels

De belangrijkste drempels om een MDT te gaan doen zijn met name van praktische aard. Zoals tijdgebrek, combinatie met school of werk en bereikbaarheid. Daarnaast speelt voor jongeren onzekerheid over wat te verwachten en twijfels over of het bij ze past. Deze drempels worden breed gedeeld over de doelgroep heen. Maar er zijn een paar interessante significante verschillen:

- Voor jongeren tussen de 16 en 24 jaar is de twijfel of MDT wel bij hen past een grotere barrière, dan voor de 25 – 30 jaar (25% vs. 18%).
- Voor midden- (36%) en hoogopgeleide (37%) jongeren zit er vaker twijfel of zij zich niet beter op school/werk kunnen focussen dan bij laagopgeleide jongeren (21%).
- Vrouwen hebben vaker dan mannen twijfels over praktische zaken. Bijvoorbeeld of het te ver weg is (36% vs. 22%) of dat het kosten met zich meebrengt (31% vs. 22%).

Mogelijke drempels om een MDT te doen. Als...

Q27: Wat zou jou kunnen tegenhouden om een MDT te gaan doen? (n=699)

Mogelijke drivers

Voor jongeren is het van groot belang dat MDT ‘leuk en interessant is’. Daarna verschuiven de accenten per groep: Jongeren met MDT-ervaring waarderen vooral de inhoud en waarde die MDT toevoegt (zoals ervaring opdoen richting een baan, 33%), terwijl jongeren zonder ervaring met MDT vooral kijken naar praktische haalbaarheid.

Wat jongeren kan overtuigen om een MDT te doen verschilt nauwelijks per geslacht, leeftijdscategorie of provincie. Vrijwilligerservaring maakt wél verschil. Jongeren zonder vrijwilligerservaring letten vooral op praktische drempels, zoals of MDT te combineren is met school of werk, hoeveel tijd het kost en of het iets oplevert voor hun toekomst. Jongeren met vrijwilligerservaring hechten juist vaker waarde aan de inhoud: zoals iets doen voor anderen, persoonlijke ontwikkeling en het opdoen van relevante ervaring. Dit laat zien dat praktische duidelijkheid bepalend is voorafgaand aan deelname, terwijl de inhoudelijke waarde pas echt gaat leven ná deelname aan MDT of het doen van vrijwilligerswerk.

Belangrijkste aspecten om MDT te doen – wel MDT gedaan
Dat ik...

Q32: Wat heeft jou tijdens het oriënteren geholpen om te beslissen of MDT iets voor jou is? (n=51)

Belangrijkste aspecten om MDT te doen – geen MDT gedaan
Dat ik...

Q29: Stel: je overweegt een MDT te doen. Welke 3 aspecten zijn dan het belangrijkste? Dat ik... (n=699)

Mogelijke drivers

De drie bevraagde pijlers van MDT (1) jezelf ontwikkelen, (2) iets doen voor een ander en (3) het ontmoeten van nieuwe mensen, worden door jongeren overwegend als belangrijk beoordeeld. Verreweg de meest belangrijke pijler voor jongeren is het ontwikkelen van eigen talenten (80%), gevolgd door 'iets doen voor een ander' (59%) en met afstand op de derde plek: 'mensen ontmoeten buiten de eigen bubbel' (39%).

Deze mate van belangrijkheid is grotendeels consistent over geslacht, leeftijd en provincie. Vrijwilligerservaring vormt hierbij de belangrijkste onderscheidende factor. Jongeren die nu vrijwilligerswerk doen, beoordelen deze pijlers vaker als (heel) belangrijk of heel belangrijk dan jongeren zonder dergelijke ervaring.

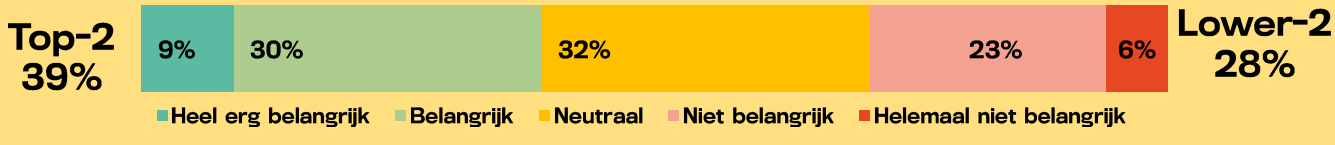
"Ik vind het belangrijk om mijn eigen talenten te ontwikkelen."

Q39: "Ik vind het belangrijk om mijn eigen talenten te ontwikkelen." (n=750)

"Ik vind het belangrijk om iets te doen voor een ander/de samenleving."

Q40: ~Ik vind het belangrijk om iets te doen voor een ander/de samenleving~ (n=750)

"Ik ontmoet graag mensen buiten mijn eigen bubbel."



Q41: "Ik ontmoet graag mensen buiten mijn eigen bubbel." (n=750)

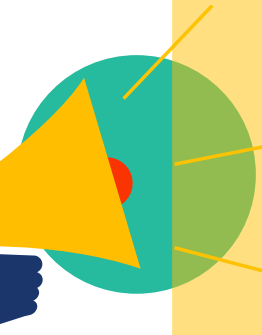
Conclusie en aanbevelingen

In het MDT Naamsbekendheid- en communicatieonderzoek hebben we jongeren gevraagd wat zij weten over MDT, hoe zij de uitlegvideo ervaren en welke informatie zij nodig hebben om te bepalen of MDT bij hen past. De resultaten laten zien wat jongeren belangrijk vinden, waar zij enthousiast van worden en welke vragen of twijfels zij nog hebben. Ook wordt duidelijk welke informatie hen helpt om zich beter te kunnen oriënteren en welke drempels zij ervaren om daadwerkelijk mee te doen.
De inzichten geven hiermee een duidelijk beeld van hoe jongeren MDT op dit moment zien: wat ze al begrijpen, welke punten nog uitleg nodig hebben en welke onderdelen van MDT het meest aanspreken. De conclusies en aanbevelingen hieronder laten zien welke stappen helpen om MDT beter onder de aandacht te brengen bij de doelgroep 16 t/m 30 jaar, twijfels weg te nemen en jongeren te ondersteunen bij het maken van een keuze.

MDT is het meest genoemde programma, ondanks lage totale bekendheid

Hoewel veel jongeren (72%) nog geen enkel ontwikkelingsprogramma kunnen noemen, valt op dat MDT wel het vaakst wordt genoemd door de jongeren die wél een voorbeeld kunnen geven. Dit betekent dat MDT een relatief herkenbare naam heeft binnen de doelgroep die de categorie nog nauwelijks kent (op de manier waarop nu uitgevraagd). Tegelijk geeft ongeveer de helft van de jongeren aan nog nooit van MDT gehoord te hebben en weet slechts 16% wat het precies is. Ook daarmee laat het onderzoek zien dat MDT een duidelijke voorsprong heeft binnen een verder onbekende markt, maar dat de grote groep jongeren nog steeds onvoldoende wordt bereikt.

De campagnevideo laat vooral het 'waarom' zien, wat jongeren achterlaat met de vragen 'hoe' en 'wat'.



De getoonde campagnevideo laat de drie pijlers van MDT goed naar voren komen. De video laat dus goed zien waarom MDT waardevol kan zijn. Na het kijken hebben jongeren vooral behoefte aan uitleg wat MDT *concreet* is. Ze stellen vragen zoals: ''Wat doe je dan?", "Hoeveel tijd kost het?" Is het verplicht of vrijwillig? ''Waar kan ik het doen?'', ''Hoe meld ik me aan?'', "Kost het iets?".
Deze vragen sluiten ook aan bij de grootste drempels (tijd, afstand, onduidelijkheid, zie kopje 4) en de informatie die men in het oriëntatieproces wil opzoeken (kopje 3).

De campagnevideo focust op betekenis, motivatie, gevoel en identiteit (de "waarom").
En de doelgroep moet vervolgens zoeken naar praktische invulling (de "hoe").

Heldere en betrouwbare uitleg als startpunt van het oriëntatieproces

Opvallend is dat jongeren zich naast de standaard zoekmachines veelal zouden oriënteren via school en gemeente- en jongerenorganisatie websites. Dit wijst erop dat zij MDT zien als iets officieels en lokaals en ook bij betrouwbare bronnen hun informatie zouden zoeken. De grootste behoefte als men het oriëntatieproces (online) begint, is duidelijke basisuitleg over wat MDT is. Wat logisch aansluit bij de vragen die zij na de video stellen: "wat doe je precies?", "hoe werkt het?", "voor wie is dit bedoeld?". Dit laat zien dat jongeren zich pas verder willen verdiepen als de kern heel helder is.

Praktische en persoonlijke twijfels vormen de grootste drempels voor MDT

De grootste drempels om een MDT te gaan doen zijn vooral praktisch van aard: ‘te weinig tijd hebben’, ‘kan ik het combineren met school/werk?’ en ‘is het te ver weg?’. Deze drempels komen breed voor in de doelgroep. Uit de open antwoorden blijkt dat jongeren het programma soms niet passend vinden bij hun levensfase (“ik zie mezelf niet meer als jongere (29)”), geen behoefte hebben aan extra sociale activiteiten (“ik ben introvert en tevreden met mijn vrienden”), of zichzelf juist te druk achten door werk en studie. Samen laten deze antwoorden zien dat zowel tijd en duidelijkheid als persoonlijke identiteit en levensfase een rol spelen in hun keuzeproces.

Persoonlijke ontwikkeling belangrijkste drijfveer om een MDT doen

MDT voegt voor jongeren met name waarde toe als een ‘persoonlijk ontwikkelprogramma’: 80% vindt ‘het ontwikkelen van eigen talenten’ het belangrijkste, duidelijk boven ‘iets doen voor een ander’ (59%) en ‘nieuwe mensen ontmoeten’ (39%). De uitvraag naar de belangrijkste drivers om een MDT te doen ondersteunt dit beeld: zowel jongeren mét als zonder MDT-ervaring vinden het het belangrijkste dat MDT ‘gewoon’ leuk en interessant is, zij relevante ervaring opdoen en dat het praktisch haalbaar is.

Vrijwilligerservaring bepalend voor hoe jongeren naar MDT kijken

Uit de resultaten blijkt dat vrijwilligerservaring een duidelijke scheidslijn vormt in hoe jongeren MDT beoordelen. Jongeren die al vrijwilligerswerk doen ervaren MDT vaker als inhoudelijk waardevol: zij vinden aspecten als iets doen voor een ander, persoonlijke ontwikkeling en nieuwe ervaringen opdoen richting studie of werk belangrijker. Zij herkennen de betekenis en impact van maatschappelijke inzet al, waardoor de inhoudelijke opbrengsten van MDT sterker aanspreken. Jongeren zonder vrijwilligerservaring kijken daarentegen vooral naar praktische haalbaarheid: is het te combineren met school of werk, kost het iets, hoeveel tijd kost het en wat levert het concreet op. Voor deze groep is MDT niet vanzelfsprekend relevant, maar moet eerst duidelijk zijn wat het precies is en hoe het past in hun leven.

Advies

Hoewel veel jongeren spontaan geen ontwikkelingsprogramma kunnen noemen, is MDT wél het vaakst genoemde programma onder degenen die iets weten te noemen. Daarnaast kent 50% MDT ten minste van naam, wat een goede start is. Om die naamsherkenning om te zetten in echte bekendheid en begrip is het belangrijk om de communicatie verder te versterken. Duidelijke basisuitleg (wat MDT is, hoe het werkt, tijd- en geldinvestering) is hierbij cruciaal, en misschien nog wel belangrijker dan het ‘waarom’. Laat daarnaast zien hoe MDT bijdraagt aan persoonlijke ontwikkeling, omdat dat de belangrijkste motivatie is voor jongeren. Maak MDT vindbaar en zichtbaar op de plekken waar jongeren daadwerkelijk zoeken: zoekmachines, social media en bij betrouwbare bronnen als scholen en gemeente- en jongerenorganisatiewebsites. Door de combinatie van sterke (online) vindbaarheid, eenvoudige en praktische uitleg en een heldere positionering als persoonlijk ontwikkelprogramma met maatschappelijke waarde, kan MDT de bestaande naamsbekendheid verder versterken en meer jongeren bereiken.