



JAARVERSLAG 2025

Dit gebeurde er in 2025



Bij TEJO zetten we ons in voor de mentale gezondheid van Nederlandse jongeren. In onze TEJO-huizen kunnen zij gratis en anoniem terecht voor een gesprek met een professional die écht luistert, zonder wachtlijst of verwijzing. Zo vinden jongeren op tijd steun als het nodig is.

WE GROEIDEN

Opening TEJO-huis Gemert-Bakel

Aangesloten bij 'In je bol'

Toename gesprekken met jongeren

Stijging bereik en zichtbaarheid

TEJO HELPT
JONGEREN OP WEG



2025

4065 JONGEREN in totaal bereikt

480

Individuele gesprekken met jongeren

zoals gastlessen, bezoeken van scholieren aan TEJO-huizen & groepsactiviteiten

Jongeren ontmoet met activiteiten

922

Jongeren bereikt via individuele & groeps gesprekken

325

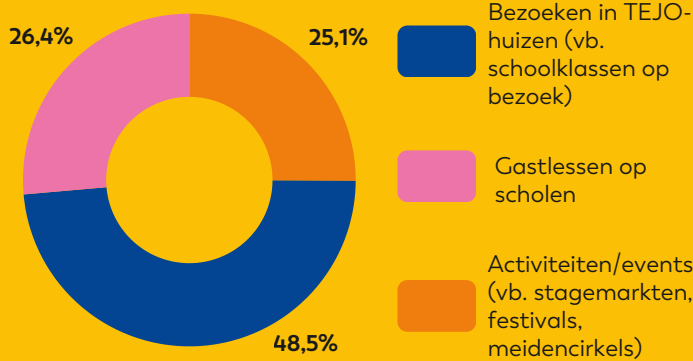
↑ +49%

Jongeren bereikt op andere manieren

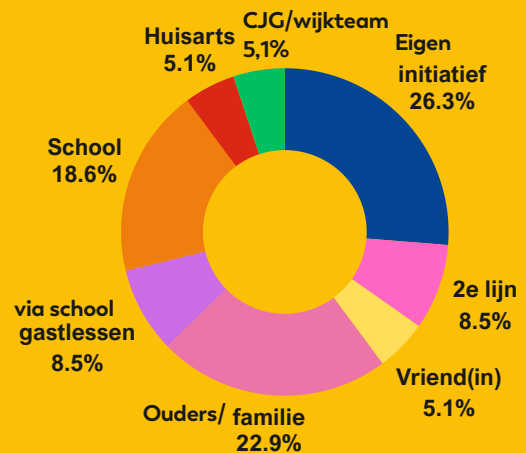
2.818

↑ +43%

ACTIVITEITEN BINNEN EN BUITEN DE TEJO-HUIZEN



HOE KOMEN ZE BIJ TEJO?



VEEL VOORKOMENDE ONDERWERPEN



158 VRIJWILLIGERS



DEMOGRAFISCHE INFO JONGEREN

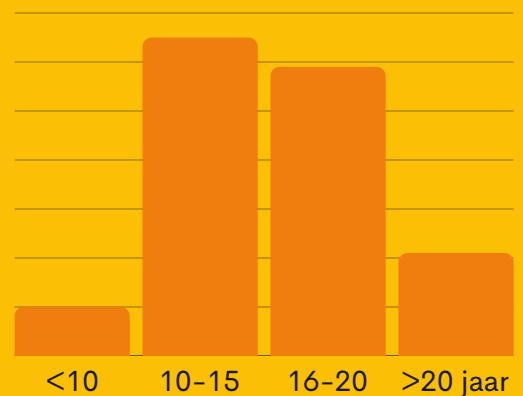
24% Jongens



72% Meiden



4% Anders





TERUGBLIK 2025


In 2025 is de groeifase voor de periode 2023-2025 afgerond. In deze periode is TEJO Nederland gegroeid van 3 naar 5 huizen, waarbij TEJO Nederland met de komst van het TEJO-huis in Almelo sinds 2024 ook in het noordoosten van Nederland vertegenwoordigd is.

In het werkplan 2025 van TEJO Nederland lag de focus op

- Continuïteit
- Groei en innovatie
- Versterking organisatie



JONGEREN PARTICIPATIE



Maar liefst **67** jongeren dachten of deden mee binnen TEJO.

IN JE BOL

TEJO is in 2025 aangesloten bij 'In je Bol', een platform ter verbetering van mentale gezondheid van jongeren en stimuleert samenwerking om laagdrempelige steun beter vindbaar te maken.



CONTINUÏTEIT

In 2025 verwelkomde TEJO Nederland een nieuwe landelijk programmamanager. Daarnaast groeide het bestuur naar vijf bestuursleden. Ook is een adviesraad opgericht die vanaf 2026 meedenkt over de koers en ontwikkeling van TEJO Nederland.



VERSTERKING ALLIANTIE INFORMELE STEUN JEUGD EN GEZIN

In 2025 is TEJO Nederland aangesloten bij de Alliantie Informele Steun Jeugd en Gezin, opgericht en aangejaagd door Kinderpostzegels. Eind oktober 2025 telt de alliantie ruim 40 leden. We leren van en met elkaar en pleiten voor een stevige plek van preventie in het jeugdhulpveld.



KINDERPOSTZEGELS
voor kinderen door kinderen



INNOVATIE

In 2025 heeft TEJO Nederland stappen gezet om zichtbaarder te zijn op plekken waar jongeren komen. Dit leidde tot nieuwe samenwerkingsvormen en de ontwikkeling van een mobiel TEJO-concept dat in 2026 verder wordt uitgewerkt.

[Ook een TEJO-huis
starten bij jou in de buurt?](#)
[Klik voor meer info!](#)



IMPACT JONGEREN

De impactmeting onder 64 jongeren laat zien dat de gesprekken bij TEJO Nederland overwegend als (heel) fijn en helpend worden ervaren. Jongeren voelen zich vooral gehoord en serieus genomen, ervaren meer rust en overzicht, en krijgen beter grip op hun gevoelens en stress. Ook noemen zij opluchting, zelfinzicht en het kunnen uiten van hun verhaal zonder oordeel als belangrijke effecten. Vrijwel alle jongeren zouden TEJO aanbevelen aan anderen.



GROEI

In 2025 is het aantal TEJO-huizen in Nederland gegroeid van 4 naar 5 huizen. Verder zijn er gesprekken gaande met geïnteresseerden in het TEJO-concept, onder andere in de regio's Den Bosch, Rotterdam en Groningen. Naast de groei van het aantal huizen, is het aantal bereikte jongeren gegroeid ten opzichte van 2024!



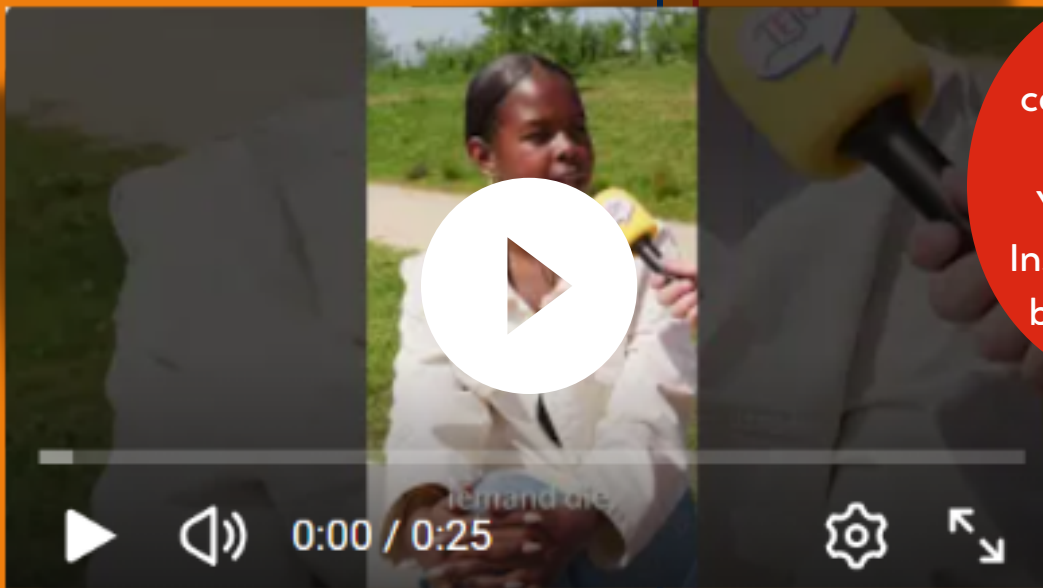
VERSTERKING IMPACTMETING

Samen met jongeren en hoogleraar pedagogiek Loes Keijsers is er een impactmeting ontworpen en uitgerold. Dit in de vorm van een vragenlijst en meetmethodiek, zodat we beter inzicht krijgen in de effecten van onze ondersteuning op jongeren.



SOCIAL JONGERENCAMPAGNE

In samenwerking met marketingbureau MEO is in 2025 een jongerencampagne uitgevoerd met een social media challenge en straatinterviews waarin jongeren spraken over hoe het met hen gaat en mentale gezondheid bespreekbaar werd gemaakt. De campagne vergrootte awareness onder jongeren en werd breed verspreid via TikTok en andere kanalen, met ruim 3,3 miljoen videoweergaven.



Jongeren-
campagne op
TikTok,
YouTube &
Instagram met
bureau MEO



COMMUNICATIE

In 2025 heeft TEJO Nederland haar 'merk' verder versterkt en het bereik flink vergroot. Online groeide het bereik sterk met +27% websitebezoekers, +69% social media groei (waaronder TikTok +202% en 3,3 miljoen views!) en een sterke stijging in contact via de website (+109%), mede dankzij betere vindbaarheid, structurele zichtbaarheid en campagne-gedreven verkeer. Tegelijk is stevig ingezet op jongerenparticipatie via een jongerenpanel, co-creatie in campagnes en de inzet van een jongere communicatiemedewerker, waarmee de basis voor verdere groei en impact is versterkt.

HUIZEN



Opening
TEJO-huis
Gemert-Bakel

GOES

DEURNE

BREDA

ALMELO

GEMERT-BAKEL





OPENING GEMERT- BAKEL

In het najaar van 2025 opende TEJO Gemert-Bakel haar deuren voor jongeren! Dit werd feestelijk gevierd tijdens de officiële opening op 12 september.



“ Ik ken het TEJO-huis al vanuit Deurne, mijn collega-wethouders zijn er al langer heel enthousiast over. Samen voor elkaar zorgen en elkaar versterken door inwoners, vrijwilligers en professionals met elkaar te verbinden, dat is ook hoe we in Gemert-Bakel werken. TEJO past in dat plaatje. De zorg staat landelijk erg onder druk en desondanks willen we heel graag dat jongeren zo snel mogelijk geholpen worden. Deze laagdrempelige voorziening kan daar aan bijdragen.

- Wethouder Wilmie Steeghs
Gemerts Nieuwsblad



EEN BIJZONDER MOMENT

Bij TEJO-huis Gemert-Bakel liepen een moeder en haar zoon spontaan binnen om te ontdekken waar jongeren terecht kunnen als ze behoefte hebben aan een luisterend oor. Het mooiste moment? De jongen vertelde in zijn klas over zijn bezoek. En hij vroeg de meester om met de hele klas langs te komen. Dit is precies waar TEJO het voor doet: dat elk klein moment kan uitgroeien tot iets groters.





Jongeren kiezen een masker dat bij hen past.



Maskerade spel

ALMELO

Jongere en vrijwilliger Suze vertelde in een interview in de Zorgkrant van de gemeente Almelo over haar rol binnen het TEJO-huis Almelo.



Het leven is niet altijd één groot feest, lastige dingen horen erbij

'Samen bezig zijn om jongeren te helpen voelt goed'

Een studie, een bijbaan, sociale contacten: Suze Kiens (20) is er, zoals zoveel jongeren, maar druk mee. Toch maakt ze ook nog tijd vrij voor vrijwilligerswerk. Ze is lid van de Jongeren Advies Raad van het TEJO-huis. 'Doordat ik zelf ook jong ben, kunnen we het bestuur helpen om jongeren te bereiken, bijvoorbeeld via social media. Met is zo gaaf om te zien hoe we gegroeid zijn.'

Jongeren Advies Raad helpt bestuur onder andere met social media

De studente Psychomotorische Therapie rolde vorige zomer bijna letterlijk haar vrijwilligerswerk binnen. 'Ik kwam langs dit mooie pand aan de Wierdensestraat en zag daar iemand die ik ken die aan het klussen was. Dus ik werd echt naar binnen getrokken', lacht ze.

Dat jongeren in het TEJO-huis zo naar binnen kunnen lopen en niets verplicht is, spreekt haar aan. 'Het ligt mooi centraal, vlakbij het station en busstation. Je hoeft niet met iemand te praten, maar het kan wel. Er is altijd een vrijwilliger met een luisterend oor, en als je wilt ook een professionele hulpverlener'. De Jongeren Advies Raad geeft het bestuur onder andere advies over hoe ze de doelgroep het beste kunnen bereiken. 'Wij zijn natuurlijk toch van een andere generatie. Wij zitten zelf ook veel op social media en weten wat jongeren aan-

spreekt en wat niet. Dat we zo gegroeid zijn in ruim een jaar, daar doen we het voor.'

Makkelijker praten

Suze maakte, zoals bijna alle jongeren, ook wel eens een mindere tijd door, bijvoorbeeld na de scheiding van haar ouders. 'Ik had toen best graag zo'n plek gehad. Natuurlijk kan je wel met vrienden of je ouders praten, maar vaak praat je makkelijker met een buitenstaander die niet meteen met oplossingen komt.'

Volgens de jonge vrijwilliger spelen social media een grote rol in het gevoel dat het leven een perfect plaatje moet zijn.

'Iedereen lijkt het zo goed te doen, allemaal gelukkige foto's. Dan kan je als jongere het gevoel krijgen dat je achterloopt omdat jij het niet zo perfect voor elkaar hebt. In de puberteit kan het echt lastig zijn om alleen maar happy mensen te zien terwijl jij je soms rot voelt. Maar het leven is niet altijd

één groot feest, lastige dingen horen erbij. Door er met anderen over te praten merk je dat je echt niet de enige bent en dat het op de social's veel uiterlijke schijn is.'

Samen bezig

Met de Jongeren Advies Raad brainstormt Suze over content op social media en maakt ze foto's en filmpjes. En ze organiseren een festival. 'We hebben ook leuke trainingen voor vrijwilligers, zoals Geluk(t), die ik ook interessant vind vanuit mijn studie. Dit vrijwilligerswerk past bij mij. Samen bezig zijn om jongeren te helpen, voelt goed. Dat is belangrijker dan alleen maar geld verdienen.'

Het TEJO-huis is iedere doordeweekse middag open van 14.30 tot 17.30 uur. Je bent altijd welkom aan de Wierdensestraat 18 in Almelo.



en brievenbus binnen in hu

TikTok-video TEJO Almelo

TEJO Almelo richtte zich op ontmoeting en jongerenparticipatie. Zij organiseerden laagdrempelige groepsactiviteiten zoals een Eat & Meet party, wat ook leidde tot meer 1-op-1 vervolgesprekken. Daarnaast ontvingen zij klassen in het TEJO-huis en gaven zij workshops aan groepen 7 en 8, waarbij jongeren via de TEJO-quiz en het Maskerade spel, ontwikkeld door oprichter Marleen, in gesprek gingen over zichzelf en hun gevoelens. Ook hadden zij een actief jongerenpanel en zetten in op jongerencommunicatie, met meer gebruik van TikTok.





DEURNE

TEJO Deurne zette in op zichtbaarheid en ontmoeting, onder meer met de ontvangst van de Geluksmobiel, de verwelkoming van 200 leerlingen van het Peellandcollege en deelname aan het Cultuurfestival Deurne. Daarnaast was er aandacht voor culturele diversiteit, onder meer met een bijeenkomst voor de Poolse gemeenschap over pesten op school.



Met **#Wijdoenhetanders** maken jongeren een film dóór en vóór jongeren, van script tot montage en lesprogramma. TEJO Deurne ondersteunt tijdens de draaidagen en denkt mee over de invulling. De film gaat in 2026 in première tijdens de Nacht van het Witte Doek en laat zien hoe jongeren zelf hun verhaal vormgeven.



GELUKSMOBIEL

TEJO Deurne was betrokken bij de ontwikkeling van de Geluksmobiel van Kei Goed Gezond & Gelukkig Deurne, een interactief project dat leerlingen op een verrassende en speelse manier meeneemt in de overstap naar het voortgezet onderwijs. Via het verhaal van 'meisje Geluk' ontdekken zij met creatieve opdrachten rond emoties, mindfulness, veerkracht en omgaan met tegenslagen hoe zij deze nieuwe fase sterker en met meer zelfvertrouwen ingaan.





BREDA

TEJO Breda investeerde in samenwerking en groepsactiviteiten en nam deel aan het jongerenfestival Generation Breda en evenementen zoals 'Gluren bij de Buren'. Zij verzorgden gastlessen en organiseerden het eigen jongerenfestival HOW DO YOU DO. Ook hielden zij maandelijkse meiden- en mannenavonden (meiden samen met Jongerenwerk Surplus). In samenwerking met Brabant Maatjes en Grote Broer, Grote Zus werden activiteiten voor jongeren die zich eenzaam voelen opgezet en met vier partners werden grotere jongerenactiviteiten georganiseerd zoals een disco en het spel Jachtseizoen.



HOW DO YOU DO FESTIVAL

Op 16 januari organiseerde TEJO Breda in MEZZ het festival How Do You Do?, waar 200 jongeren werden verwelkomd. Het festival bracht muziek, acts en verrassingen samen met aandacht voor mentaal welzijn en bood jongeren een laagdrempelige ontmoetingsplek.





GOES



LUISTERBANKJE

Burgemeester en wethouders van de gemeente Goes bezochten het TEJO-huis. Daarnaast werd de Internationale Dag voor de Rechten van het Kind gevierd samen met bezoekers en vrijwilligers. Ook onthulde wethouder Marga van de Plasse-Nagelkerke van de gemeente Borsele het luisterbankje, een plek waar voorbijgangers even tot rust kunnen komen of hun verhaal kunnen delen.

TEJO Goes voerde samen met bureau LMG een socialmedia-campagne om de zichtbaarheid onder jongeren te vergroten. In de campagne benadrukten Voice Kids-winnaar Dax Hovius en andere jongeren dat wat je ziet niet altijd is hoe het voelt. Daarnaast organiseerden ze meidencirkels, open dagen, hielden een 'pizza night' voor de jongerenraad, twee open dagen en gaven gastlessen op scholen.



Campagne 'Wat je ziet, is niet altijd hoe het voelt' met o.a. Dax Hovius

