



STICHTING
WEET WAT JE
BESTEEDT

6 JAAR
WWJB

DE 3 PIJLERS VAN WWJB

Inzicht en evaluatie

- ➡ Verdiepen inzicht in jongeren, financieel gedrag en hoe dat te veranderen.
- ➡ Het meten en evalueren van effectiviteit en op basis daarvan bijstellen van activiteiten en strategieën.



Dialogo en interactie

- ➡ Dialoog faciliteren tussen en met jongeren.
- ➡ Jongeren stimuleren tot vergroten financiële zelfredzaamheid.



Co-creatie en tools

- ➡ Jongeren faciliteren en uitdagen om zelf aan de slag te gaan en oplossingen aan te dragen.
- ➡ Het ontwikkelen van door en voor jongeren bedachte tools.



VOORWOORD

Eind 2009 werd Stichting Weet Wat Je Besteedt opgericht vanuit een sterk gevoel van urgentie. SNS REAAL en SNS Bank namen samen met Nibud en PGGM het initiatief om het inzicht van jongeren in geldzaken te verbeteren. En vele andere partners sloten zich in de loop van de jaren aan bij dit initiatief.

De aanpak om met jongeren in gesprek te gaan, online en offline, en om samen te werken met partners bleek succesvol. De onderzoeken die we deden samen met scholen en partners hebben veel nieuwe inzichten opgeleverd, die concreet vertaald zijn naar interventies en goede adviezen, ook voor onze partners. Door, met en voor jongeren en met diverse partners hebben we hard gewerkt aan leuke en leerzame lessen en tools, met als resultaat 13 verschillende workshops, een spannende film, het interactieve Edgie-platform, de tool Financieel Studieplan en andere populaire testen en tools, zoals de Geldtype test. En daarmee gingen jongeren, docenten en vrijwilligers van onze partners aan de slag.

We zijn trots en dankbaar dat ons initiatief van zes jaar geleden tot deze bloei mocht komen. Zeker gezien de successen in al die jaren, met ruim 2 miljoen online bezoekers, bijna 300.000 deelnemers aan een online test of tool en ruim 60.000 leerlingen die in de klas met onze financiële educatie aan de slag gingen. We hebben veel bereikt door, met en voor jongeren. We hebben laten zien dat jongeren graag aan de slag willen met hun financiële zelfredzaamheid... als je ze op de juiste manier prikkelt. En we hebben een unieke aanpak gevonden, in co-creatie met jongeren en met partners. En we hebben heel veel geleerd, we hebben nieuwe methodieken ontwikkeld en alle nieuwe inzichten en leerervaringen hebben we vervolgens weer toegepast in nieuwe tools, games, workshops en lessen.

Daarom vinden we het heel jammer dat het niet mogelijk bleek om Stichting Weet Wat Je Besteedt als organisatie te continueren. En tegelijkertijd zijn we verheugd en trots dat diverse partners de door WWJB ontwikkelde online en offline materialen hebben overgenomen en zullen blijven inzetten, zodat deze materialen de komende jaren hun weg blijven vinden naar scholen en jongeren.

Want nog steeds is de urgentie waar onze ambities uit ontstonden onverminderd aanwezig. Eigenlijk is die noodzaak zelfs alleen maar groter geworden. Jongeren hebben het zwaar in een tijd waarin goed omgaan met geld steeds ingewikkelder wordt, ze zelf steeds meer verantwoordelijkheid moeten dragen, leningen moeten aangaan voor hun studie en baantjes schaars zijn. Juist daarom is het nu belangrijker dan ooit om jongeren bij te staan in het versterken van hun financiële zelfredzaamheid.

We hopen daarom dat deze terugblik een bron van inspiratie mag zijn voor bestaande en nieuwe initiatieven ter ondersteuning van de financiële zelfredzaamheid van jongeren.

Marijke Vos,
Voorzitter Stichting Weet Wat Je Besteedt

2010

FOCUSGROEPEN MET JONGEREN

Om meer inzicht te krijgen in jongeren en hun geld start een onderzoek met interviews en focusgroepen door YoungWorks.

> februari 2010

START EVENT

De waarde van geld, hoe ervaar je die nog in een wereld waar muntstukken en briefgeld plaatsmaken voor getallen op je beeldscherm of mobiel? Omdat financieel bewustzijn vaak niet bewust wordt aangeleerd, worden veel jongeren met schulden volwassen.

Om het inzicht van jongeren in geldzaken te verbeteren is in december 2009 een onafhankelijke stichting opgericht: 'Weet Wat Je Besteedt'.

In maart 2010 was de startbijeenkomst met alle partners.

> maart 2010



EERSTE CO-CREATIE

> 8 april 2010

GROOT GELD ONTBIJT

Groot Geld Ontbijt: jongeren brainstormen samen met de top van het bedrijfsleven over de vraag wat jongeren nodig hebben om beter met geld om te kunnen gaan.

> 4 oktober 2010



WORKSHOP

STARTERS HELPEN STARTERS

Een gastcollege door young professionals voor eerstejaars studenten, over de kosten en keuzes tijdens de studie.

> augustus 2010

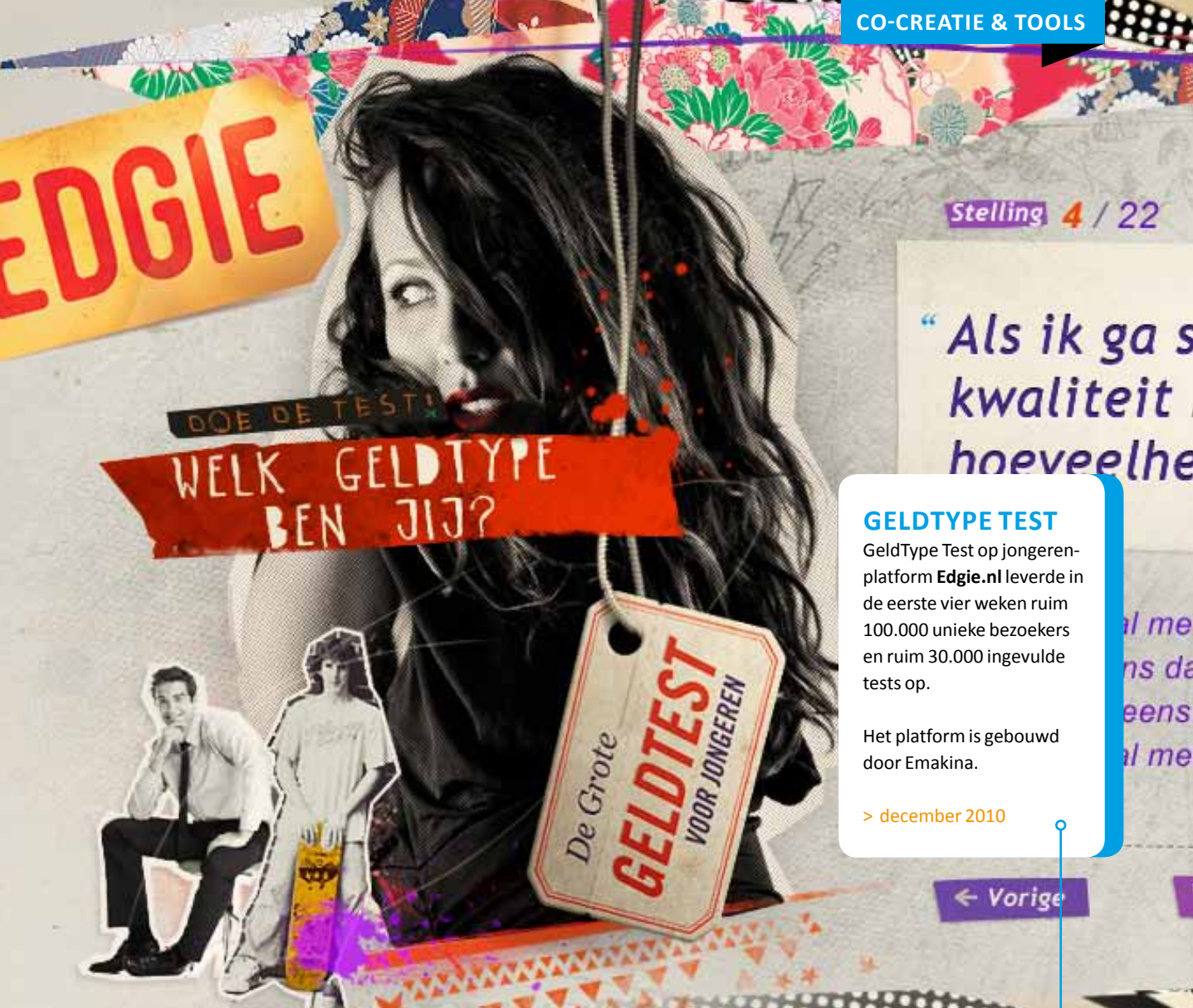
2010

6

AUG

SEP

OKT



Stelling 4 / 22

“Als ik ga s
kwaliteit
hoeveelhe

GELDTYPE TEST

GeldType Test op jongeren-
platform **Edgie.nl** leverde in
de eerste vier weken ruim
100.000 unieke bezoekers
en ruim 30.000 ingevulde
tests op.

Het platform is gebouwd
door Emakina.

> december 2010

← Vorige



FILM OLIEDOM

In een online wedstrijd konden jongeren een script indienen voor een reclamefilmpje over goed omgaan met geld. Het winnende script is verfilmd.

Centrale boodschap: niet alles is voor geld te koop!

> december 2010

2010

DEC





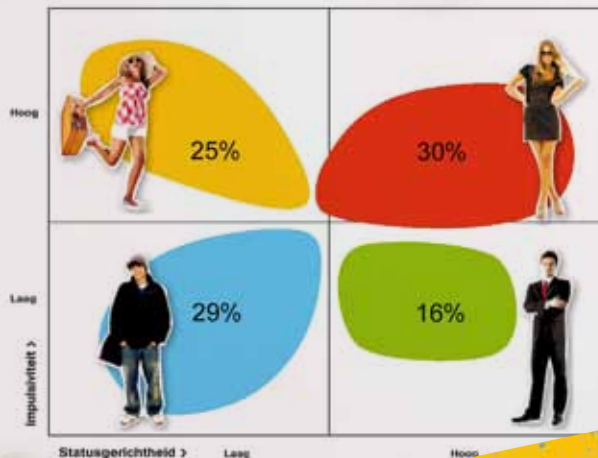
CONFERENTIE JONGEREN & GELD

De toenmalige Prinses Máxima nam de publicatie MoneyMindsets in ontvangst, met daarin de resultaten van het onderzoek dat inzicht biedt in de vier verschillende geldtypes onder jongeren. Ook brainstormde ze met de aanwezige jongeren over geld en de geldtypen. Acteur Chris Zegers en WWJB bestuursleden Marijke Vos, Wouter Bos, Peter Borgdorff en Henk Kroeze waren aanwezig om met jongeren in discussie te gaan over hoe je het beste over financiële thema's kunt communiceren met jongeren.

> 16 maart 2011

2011

Moneymindsets (12 - 25 jaar)



MONEYMINDSETS

Het onderzoek, uitgevoerd met YoungWorks en Motivaction, leidde tot het MoneyMindsets-model. Met dit model kan de houding van jongeren tussen de 12 en 25 jaar ten opzichte van financiën en hun financiële toekomst zo nauwkeurig en inzichtelijk mogelijk in kaart worden gebracht.

> 16 maart 2011



EDGIE

Edgie.n
platform
versch

HOME

PROFIELEN

ARTIKEL

Home



WEDSTRIJD

START EDGIE THE MOVIE

Samen met Eddy Terstall, Nick en Leon Golterman en Willem Martinot is een trailer gemaakt voor een film, die verder via een online wedstrijd steeds meer vorm kreeg. Het hele project startte in juni 2011 en eindigde in mei 2012 met de filmpremière.

> juni 2011



Ho
jou
ke

0 react

Toren
eigen

GELDTTEST

K GELDTYPE
BEN JIJ?



Doe de test!

TRENDSETTER

2011

12

JUN

FF SHAREN:



nl is hét interactieve
m waar jongeren het
il maken.

EN

GELDTYPEN

TESTEN

CONTEST

VIDEO

e zit het met
uw financiële
nnis?? - win...

les | Op 5-12-2011 | Door: Geldcoach

hoge schuld..maar wat betaal ik
lijk aan rente??

Lees meer →



LAATSTE REACTIES



Dalu

*Delusio heeft gelijk.. Maar het kan wel
als Omar een nieuwe telefoon...*

Delusio

*Je weet toch wel dat Omar zijn
telefoon stuk heeft gegooid? (tenzij...*

GoldHawk

*Met art Department bedoel ik,
Director Type fout sorry ;S*

LANCERING EDGE.NL

- interactief platform
- met artikelen, tips en video's
- door, met en voor jongeren
- en met de geldtypetest

> augustus 2011

AUG

REGELAAR

LEVENSGENIETER

TOEKOMSTPLANNER

2011



WORKSHOP

MONEY POSTER

Deze les is door jongeren bedacht tijdens het Groot Geld Ontbijt. Jongeren leren in deze les over reclame en maken zelf een verleidelijke poster voor een slimme geldtip.

> september 2011



WORKSHOP

BRIGHT ABOUT MONEY

Deze les met dilemmaspel is het resultaat van een wedstrijd binnen KPMG. De les werd gelanceerd met WWJB bestuurslid Wouter Bos.

> november 2011

OKT

NOV



MONEYSKILLS

Op basis van het onderzoek is een online test gemaakt voor jongeren. Deze is in co-creatie met jongeren ontwikkeld en gelanceerd tijdens een gongslag op de AEX.

> december 2011

MONEYSKILLS TEST

> december 2011

JONGEREN & GELD EVENT

Thema reclame: jongeren en volwassenen in gesprek over de invloed van reclame. Teams formuleerden advies aan jongerenmerken. Inspiratie van trendwatcher Tom Palmaerts en van universitair docent Niels van de Ven. Aankondiging PIRA awards voor meest financieel vriendelijke reclame.

> mei 2012



WORKSHOP

MONEYRACE

Deze opzet voor deze les, met een kennisspel, is gemaakt door studenten Toegepaste Psychologie van Fontys Hogeschool in Eindhoven.

> maart 2012

2012

PREMIÈRE EDGIE THE MOVIE

De première van de crowdsourced project 'Edgie The Movie'. De film heeft als doel jongeren te laten reflecteren op eigen geldproblemen of financiële uitdagingen. In totaal werkten er 88 jongeren mee. Wouter Bos, Chris Zegers en Sanne Heijen spelen een gastrol en de film is geregisseerd door Eddy Terstall. Na de première schoven Wouter Bos en Eddy Terstal aan bij Knevel & Van den Brink om meer media-aandacht te genereren voor Edgie the Movie.

> mei 2012



GONGSLAG VOOR LANCERING

MONEYSKILLS TEST

> juni 2012

PROMOTIEONDERZOEK UNIVERSITEIT TILBURG

> september 2012

In samenwerking met de Universiteit Tilburg is een promotieonderzoek gestart in 2012 naar beïnvloeding van jongeren en hun financieel gedrag.

Onderzoekster Terri Seuntjens combineert inzichten uit de gedragseconomie en psychologie, op zoek naar toepassingen die jongeren prikkelen om beter met hun geld om te gaan.



WORKSHOP

SNOEP & SNACKS

Deze les is ontwikkeld door studenten Toegepaste Psychologie van Fontys Hogeschool.

> 2012

ONDERZOEK PENSIOENBELEVING

> oktober 2012

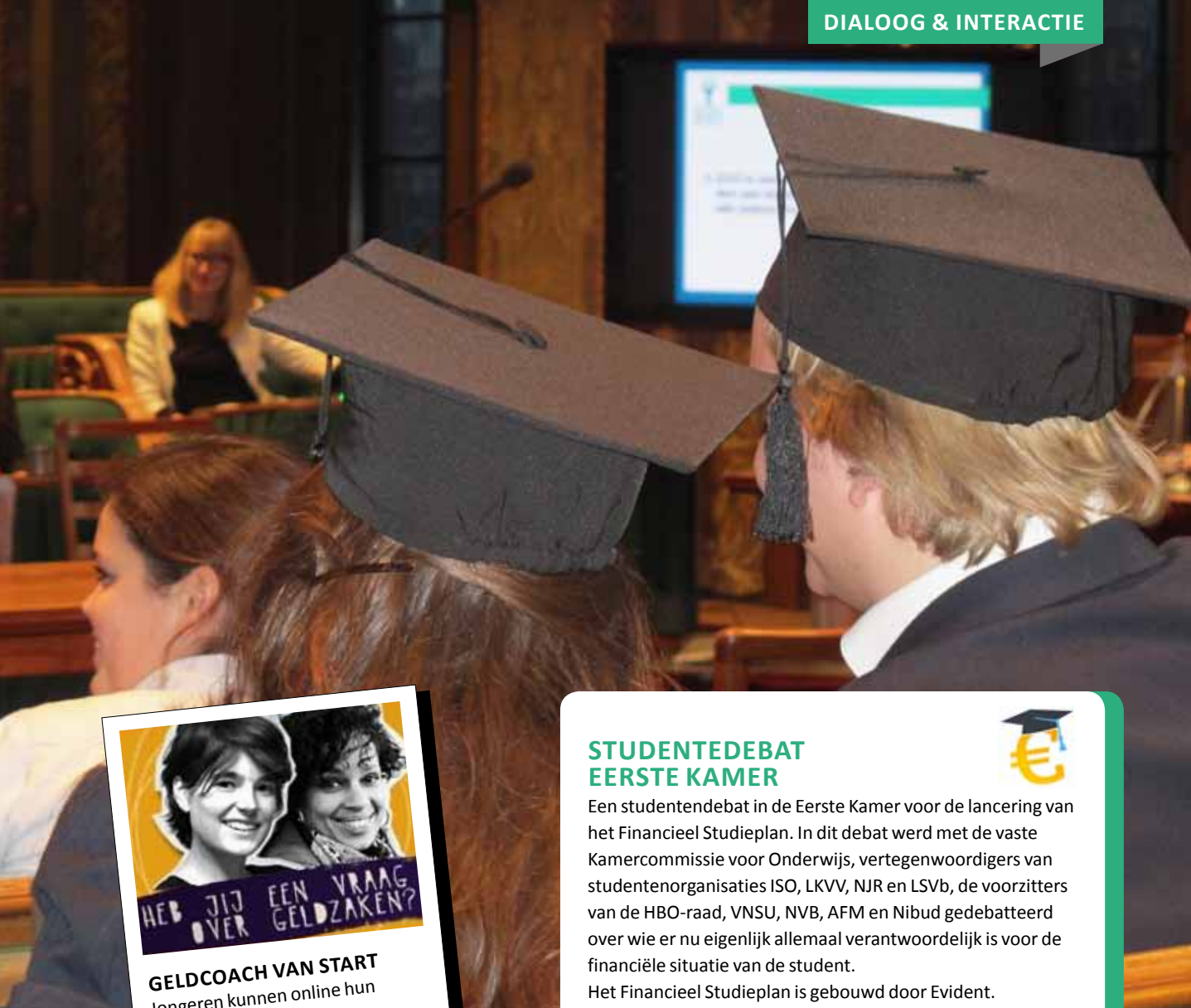
Hoe kijken jongeren naar pensioen? Met kwalitatief onderzoek uitgevoerd door YoungWorks samen met PGGM en Zwitserleven, brachten we de visie van jongeren op pensioen in beeld.

Uit de uitgevoerde focusgroepen bleek dat jongeren maar moeilijk een voorstelling kunnen maken van hoe het pensioen eruit gaat zien.

2012

AUG

SEP



GELDCOACH VAN START

Jongeren kunnen online hun vragen over geld kwijt.

> 2012

STUDENTEBAT EERSTE KAMER



Een studentendeбат in de Eerste Kamer voor de lancering van het Financieel Studieplan. In dit debat werd met de vaste Kamercommissie voor Onderwijs, vertegenwoordigers van studentenorganisaties ISO, LKVV, NJR en LSVb, de voorzitters van de HBO-raad, VNSU, NVB, AFM en Nibud gedebatteerd over wie er nu eigenlijk allemaal verantwoordelijk is voor de financiële situatie van de student.

Het Financieel Studieplan is gebouwd door Evident.

> november 2012



VERHUIZING

De Pionier, een oud schoolgebouw, is een bedrijfsverzamelend gevestigd nabij verschillende scholen. Een ideale plek dichtbij onze doelgroep.

> februari 2013



UITREIKING PIRA AWARDS

Welke bedrijven maken eerlijke reclame in de ogen van jongeren? En welke slaan de plank mis? Dit werd bekend gemaakt bij de uitreiking van de PIRA-Awards (de Positieve Invloed door Reclame Award) tijdens het Congres Trends in Kids-en Jongerenmarketing. Met deze award wil WWJB bedrijven uitdagen eerlijke communicatie-uitingen te produceren voor jongeren, zodat zij weloverwogen financiële beslissingen kunnen nemen.

> 2013

WAAROM VERDIENEN MANNEN MEER DAN VROUWEN?

AUTEUR



Nizar

Zondag 31 maart 2013 - 16:00 uur

Elke week beantwoordt geldcoach Gwenn jouw vragen over geld. Deze week geeft ze antwoord op de vraag waarom mannen nog steeds meer verdienen dan vrouwen terwijl ze precies dezelfde baan hebben. En hoe over je salaris?

GELDCOACH OP DE RADIO

Vanaf maart is de Geldcoach van WWJB-jongerenplatform **Edgie.nl** ook te beluisteren op radiostation FunX.

De Geldcoach is een vast item geworden op zondagavond in radioshow Hi5. De vragen van jongeren komen per e-mail binnen, via platform Edgie of via een reporter van FunX op straat. De vragen verschijnen na de uitzending ook op Edgie.nl.

> maart 2013



SHARE DEZE PAGINA



1 comment

Meer vragen over geld? Lees op [Edgie.nl](#) meer over '[waarom verdienen mannen nog meer dan vrouwen](#)' en '[hoeveel salaris kun je vragen?](#)'

EDGIE

om meer uit
je geld te
halen

HOME

SLIM UITGEVEN

GOED VERDIENEN

MIJN GELD

GELDTYPEN

TEST & TOOLS

GELDCOACH

Home



Gijs: 'Ik voel me gewaardeerd dankzij The...

Gijs Berendse (19) is een van de oprichters van The MealMakers. Al snel werden hij en Zua Cozijn bekend als ondernemers die betaalbaar en gezond eten konden voorschotelen tijdens het uitgaan in...

[Lees meer](#)


Nore
0 reacties

EDGIE IN EEN NIEUW JASJE

Het nieuwe uiterlijk van **Edgie.nl** werd in co-creatie met jongeren ontwikkeld. Door het nieuwe design is nu in één oogopslag duidelijk dat Edgie over geld gaat. Verder is het nog makkelijker geworden om direct zelf aan de slag te gaan. De testen en tools hebben een centrale plek op de homepage gekregen. Ook kunnen jongeren nu hun persoonlijke Edgie omgeving maken door hun favoriete artikelen en tips op te slaan in 'My Edgie'.

> juli 2013



Welk geldtype ben jij? →

Helemaal mee eens →

Meer eens dan oneens →

Meer oneens dan eens →

Helemaal mee oneens →

TEST JEZELF!



Test jezelf! →

Hoe goed ben jij met het regelen van je geldzaken? Ontdek het met de test en tools van Edgie! Hoe hebberig ben jij? Wat weet jij van pensioen? En waar sta jij op je 30e? Hoeveel kost het...

NIEUWSTE GELDTIPS

Dit kan je met het Financieel
Studieplan



Edgie
0 reacties

TicketSwap: veilig online
concertkaarten kopen en
verkoppen



Edgie
0 reacties

Interview: Anette vertelt over
haar bijbaan en geld



Jantina Kamminga
0 reacties

[Deel je eigen tip](#)

2013

JUL

22

OP JEZELF QUIZ

AUG

TEST JE MONEY SKILLS!



WELKOM

INFLUENCING YOUTH FINANCIAL BEHAVIOUR

BRINGING SCIENCE INTO PRACTICE

Het Jongeren & Geld Event 'Influencing Youth Financial Behavior - bringing science into practice' werd georganiseerd op 25 oktober in de Endemol studio's, waar diverse internationale wetenschappers hun inzichten over de psychologie van het financieel gedrag bij jongeren deelden. In de middag werd er gebrainstormd met deelnemers van het event.

> oktober 2013



WORKSHOP

MONEY MATTERS

Samen met jongeren en met SNS Operations is de online game MoneyMatters gemaakt door ijsfontein. Het is een simulatiespel dat in de klas wordt gespeeld.

> september 2013



PENSIOEN WORKSHOP

MAÑANA

Deze workshop over pensioen is samen met PGGM en ZwitserLeven ontwikkeld.

> oktober 2013



WORKSHOP

DO THE 45

> februari 2014

IMPACTMETING

Om inzicht te krijgen in het effect van de lessen en online hulpmiddelen voert WWJB vanaf 2014 samen met Nadja Jungmann, lector rechten, schulden en incasso aan de Hogeschool van Utrecht, een impactmeting uit. De meting wordt uitgevoerd door onderzoeksbureau Regioplan. Met de impactmeting willen we in kaart brengen wat het effect van ons materiaal is op de kennis, houding en gedrag van jongeren.

> 2014

Hoe zorg je ervoor dat jongeren weerbaarder worden tegen problematische schulden? Met de Budget Challenge!

We hebben deze nieuwe les ontworpen in samenwerking met de NVVK. De workshop is in 2014 gekoppeld aan 'Do The 45' van de dj's Barend en Wijnand van 3PM/NCR V, die de uitdaging aangingen om een maand lang rond te komen van €45 uit solidariteit met jongeren met problematische schulden.

2014

FEB

MRT

ONDERZOEK JONGEREN EN TELEFOONKOSTEN

Samen met Vodafone doken we in het thema 'jongeren en telefoonkosten'. YoungWorks voerde het kwalitatieve en kwantitatieve onderzoek uit. Uit het onderzoek bleek onder andere dat ouders vaak bijspringen bij hoge telefoonrekeningen en dat 82% dan ook niet in geldproblemen komt door hoge rekeningen.

> mei 2014

JONGEREN & TELEFOONKOSTEN

GEEN GELDPROBLEMEN, MET DANK AAN OUDERS

OVERSCHRIJFTE TELEFOONKOSTEN
2% MAANDELIJKE
10% BIJNA MAANDELIJKE



TOTALE UITGAVEN
MEESTAL
OMGEF. €20
TOT
€300

OUDERS SPRINGEN VAAK BIJ
EN GEVEN
OOK EEN PREEK



DE MOBIEL IS
EEN EERSTE
LEVENSBEHOEFTE
VAN JONGEREN



OUDERS WERKEN ALS
PROBLEEMDEMPER

40% VAN JONGEREN OVERSCHRIJFT WEL
TEVEEL DATA
TEVEEL BELLEN
TEVEEL OMZEN



ALS JONGEREN VERLIEFD ZIJN
GAAN ZE VAKER OVER HUN LIMITE REKEN



JONGEREN ERVAREN HIERDOOR
GEEN GELDPROBLEMEN



GLEICHT EEN
MIN-STRESS-MOMENT JE

21% RISICOGROEP
BEWUST
GOED MET KOSTEN
KAN OMGAAN

VERKLARING LAAG URGENTIE AANPASSEN GEDRAG?



ONTWIKKELING PUBERBEID

SAMEN MEER GRIP
BIEDEN OP KOSTEN



CONCRETE
HULPMIDDELEN
VOOR JONGEREN



EINDE



GONGSLAG AEX

In kader van Financial Literacy week mocht WWJB de beurs openen. Zo konden we meteen aandacht vragen voor de start van de impactmeting van een aantal lessen.

2014

AUG

26



100.000⁺ BEZOEKER
FINANCIEEL STUDIEPLAN
> augustus 2014

AUG

STUDENTENDEBAT

In oktober organiseerden we het studentendebat 'Let op! Studeren kost geld'. Het doel van het studentendebat was ouders en aankomend studenten informeren over de voor- en nadelen van een studie en studielening in het licht van de nieuwe plannen voor het leenstelsel.

> 6 oktober 2014



WORKSHOP

SLIM SHOPPEN

Deze les is samen met Actiam ontwikkeld en met hulp van de NEVI, om van jongeren slimme inkopers te maken.

> november 2014



De gastlessen worden gegeven door leden van de KBvG en de NVVK.
> maart 2015

> maart 2015

2015

JAN

FEB



WORKSHOP

PHONE CHALLENGE

Staatssecretaris Klijnsma was aanwezig bij de lancering. De gastlessen worden gegeven door medewerkers van KPN en Vodafone.

> mei 2015

ONDERZOEK HEBZUCHTSCHAAL

Sommige mensen zijn nooit tevreden en willen altijd meer, terwijl andere mensen blij kunnen zijn met de kleinste dingen. De ene mens is dus hebzuchtiger dan de andere; de mate waarin is sinds kort meetbaar. Tilburgse onderzoekers hebben de hebzuchtschaal ontwikkeld, waarmee ze objectief kunnen vaststellen hoe hebzuchtig iemand is. Belangrijke conclusie: als je hebzuchtig bent, geef je makkelijk geld uit. Op basis van het onderzoek is een online test gemaakt, die te vinden is op Edgeie.nl

> april 2015



Financieel Studieplan

Begrippen

Tips & nieuws

Inloggen/registeren

Maak je eigen Financieel Studieplan

Wat betekent studeren voor je uitgaven? En hoe zit dat bij andere studenten?

In vijf stappen zie je hoe de gemiddelde inkomsten, uitgaven en lening van een vergelijkbare student eruit zien. Vul vervolgens je eigen inkomsten en uitgaven in of kijk hoe jouw financiële situatie eruit ziet als je klaar bent met studeren.

Maak je Financieel Studieplan



Het Financieel Studieplan:

- ✓ Geef je inzicht in wat studeren kost
- ✓ Laat je zien wat vergelijkbare studenten verdienen en uitgeven
- ✓ Is voor mbo-, hbo- en wo-studenten
- ✓ is gratis!

Tips & nieuws

Het Financieel Studieplan is vernieuwd!

Het Financieel Studieplan is vernieuwd! Het Financieel Studieplan is geschikt voor mbo-, hbo- en wo-studenten en is een nieuw jasje gestoken. [meer »](#)



Lees meer Tips & Nieuws

NIEUW FINANCIEL STUDIEPLAN

Het nieuwe leenstelsel is ingebouwd en de tool is nu ook beschikbaar voor het mbo. De aangepaste tool is gebouwd door Infi.

> september 2015

2015

SEP

WORKSHOP

STUDIE IN ZICHT
Aankomende studenten
leren over de kosten van
studeren.

> september 2015

ONDERZOEK FINANCIËLE PLANNING MBO'ERS:

> september 2015

Mbo'ers hebben naar eigen zeggen goed inzicht in hun inkomsten en uitgaven. Toch heeft slechts een klein deel van de mbo'ers daadwerkelijk een financieel plan tijdens en na de studie.

Dat blijkt uit een representatief onderzoek uitgevoerd door Motivaction.

WWJB heeft dit onderzoek laten uitvoeren omdat het Financieel Studieplan, een online tool voor studenten, nu ook toegankelijk is gemaakt voor mbo'ers.

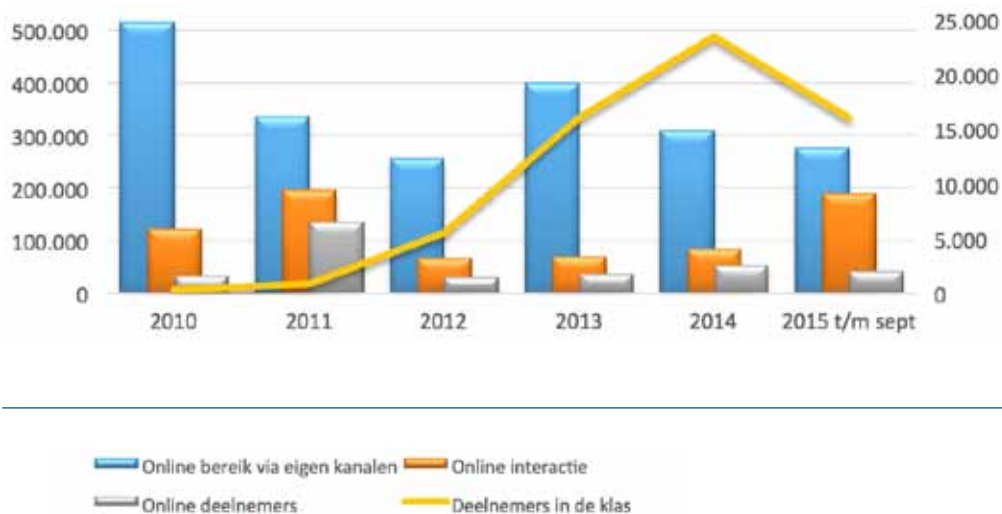
>>>

Daarnaast is de tool is voorzien van nieuwe cijfers en opties en is de tool in een nieuw jasje gestoken.



CIJFERS

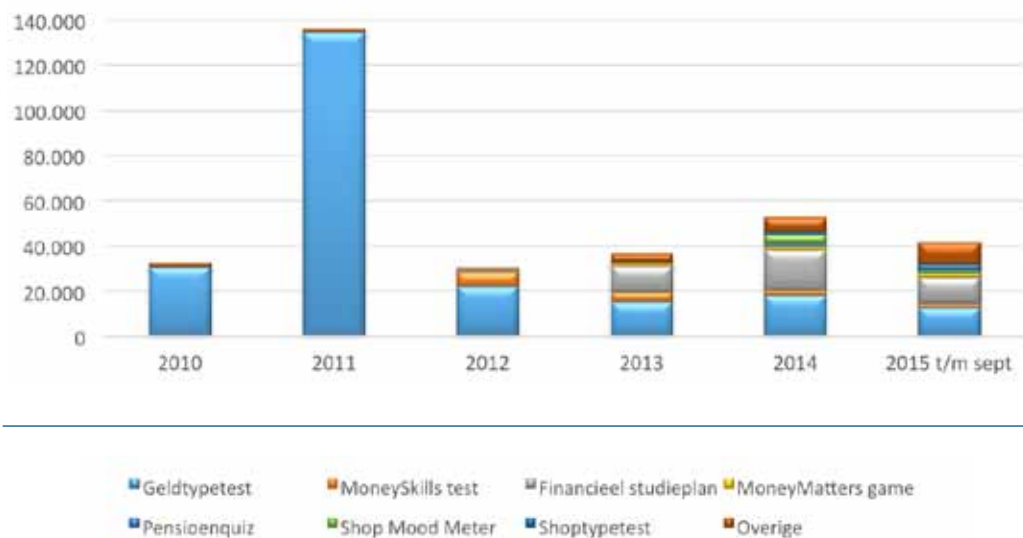
WWJB heeft zich ingezet voor financiële zelfredzaamheid onder alle jongeren tussen 12 en 25 jaar. Dankzij onze onderzoeken kregen we meer inzicht in waar jongeren behoefte aan hebben om zelfredzamer te kunnen zijn. We ontwikkelden lessen en tools voor diverse leeftijdsgroepen en opleidingsniveaus. En dit alles met en door maar liefst 1.535 jongeren die in co-creatie met ons samenwerkten, voor nog veel meer jongeren. We kijken met veel plezier terug op de afgelopen jaren en zijn trots op de resultaten die we hebben bereikt.



RESULTATEN 2010-2015

Online hebben we heel veel jongeren bereikt. Onze geldpagina op MSN, onze Facebook-pagina, het eigen platform Edgie en de site van het Financieel Studieplan hebben ruim 2.000.000 unieke bezoekers getrokken. In de afgelopen 6 jaar namen 282.727 jongeren deel aan een test of gebruikten ze een tool om zich te verdie

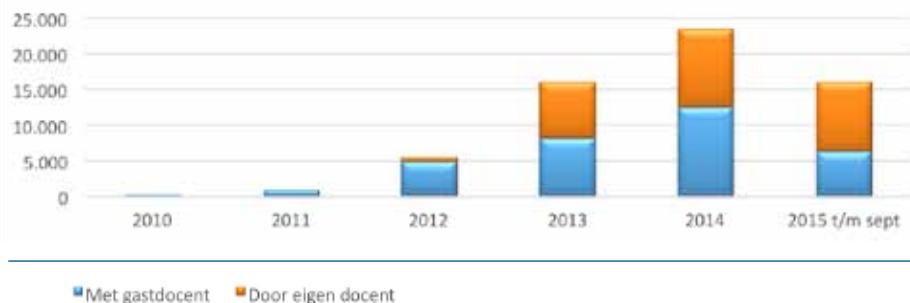
pen in hun financiële vaardigheden op de site van het Financieel Studieplan en op het online platform Edgie met: GeldType Test, Trendsettertest, Levensgenietertest, Money Skills test, Geldcoach, simulatiegame Money-Matters game, Pensioenquiz, pensioentool Isla Mañana, Shop Mood Meter, Shoptypetest, Hoe hebberig ben jij? Hebzucht test, Kasboek, Mobiel Profiel test, Dataquiz, Op Jezelf quiz en vele video's en artikelen. Uiteindelijk bereikten we maandelijks zo'n 25.000 jongeren online, waarvan er ongeveer 4.400 actief deelnamen aan een van de educatieve instrumenten op de sites. In 2011 waren er veel deelnemers aan de GeldType Test, dankzij de gratis publiciteit door het bezoek van de toenmalige Prinses Máxima op het Jongeren & Geld event over de geldtypes.



ONLINE DEELNEMERS

Het aantal leerlingen dat we in de afgelopen 6 jaar hebben bereikt met workshops voor in de klas is enorm gegroeid. We begonnen in 2010 met 285 leerlingen en bereikten er in 2014 ruim 23.000. Iets meer dan de helft van onze lessen wordt begeleid door een gastdocent uit ons partnernetwerk. In totaal hebben we ruim 62.000 jongeren bereikt met een van onze workshops voor financiële educatie. Dat dankzij de met, door en voor jongeren ontwikkelde lesmaterialen voor het voortgezet onderwijs en het mbo: MoneyPoster, 'Studie In Zicht',

Snoep & Snacks, Bright About Money, MoneyRace, Edgie The Movie, MoneyMatters, Slim Shoppen, Mañana, Budget Challenge, Phone Challenge en Klaar voor de Start.



FINANCIËLE EDUCATIE IN DE KLAS

Ook in de media bleven de activiteiten van WWJB niet onopgemerkt en via deze media-aandacht wist WWJB ook veel jongeren te bereiken – dit bereik is niet meegenomen in de bereikcijfers.

- Al in het voorjaar van 2010 wijdde het Financieel Dagblad een artikel aan de oprichting van de stichting. Later dat jaar was er in diverse media aandacht voor het YoungWorksonderzoek over Jongeren en Geld. En radiostation FunX stond stil bij het Groot Geld Ontbijt.
- In 2011 was er heel veel media-aandacht voor WWJB, met name voor het Jongeren en Geld event met de MoneyMindsets en de aanwezigheid van toenmalige Prinses Máxima en voor de toetreding van Wouter Bos tot het bestuur.
- In 2012 lag het accent in de persaandacht op de lancering van Edgie The Movie, met rollen voor Wouter Bos, Chris Zegers en de regie van Eddy Terstall. Dankzij interviews bij FunX konden we veel jongeren via de radio bereiken.
- In 2013 werd het bereik onder jongeren via radio-uitzendingen op FunX meer structureel door een wekelijks item met de Geldcoach. Daarnaast was er aandacht voor de uitreiking van de PIRA Awards voor verantwoorde reclames, voor het scholierenonderzoek, de studentenpeiling, de pensioenles en de lancering van de game MoneyMatters.
- In 2014 breidde het bereik via de media uit met een Geldcoach item op de Telegraaf online. Bovendien was er persaandacht voor het studentendebat en het Financieel Studieplan, voor het onderzoek over jongeren en telefoonkosten en voor de Budget Challenge workshop met Barend en Wijnand van 3FM (die een maand lang wekelijks spraken over het voorkomen van schulden).
- In 2015 was de media-aandacht vooral gericht op de Budget Challenge workshop met het nummer van artiest JeBroer, die diverse interviews gaf aan media die gericht zijn op jongeren.

LEARNINGS

FINANCIËLE ZELFREDZAAMHEID VAN JONGEREN

Stichting Weet Wat Je besteedt had de opdracht de financiële zelfredzaamheid van jongeren tussen 12 en 25 jaar te vergroten door met jongeren in gesprek te gaan, online en offline, en door samen te werken met partners. Geen eenvoudige opdracht, omdat het financieel gedrag van jongeren complex is en het veranderen daarvan nog veel complexer.

Beïnvloeders > Jongeren worden beïnvloed in hun financieel gedrag door ouders, door school, door hun vrienden en andere leeftijdsgenoten, maar ook door verleiders – marketeers die jaarlijks zo’n € 800 miljoen mediabestedingen richten op producten voor jongeren.

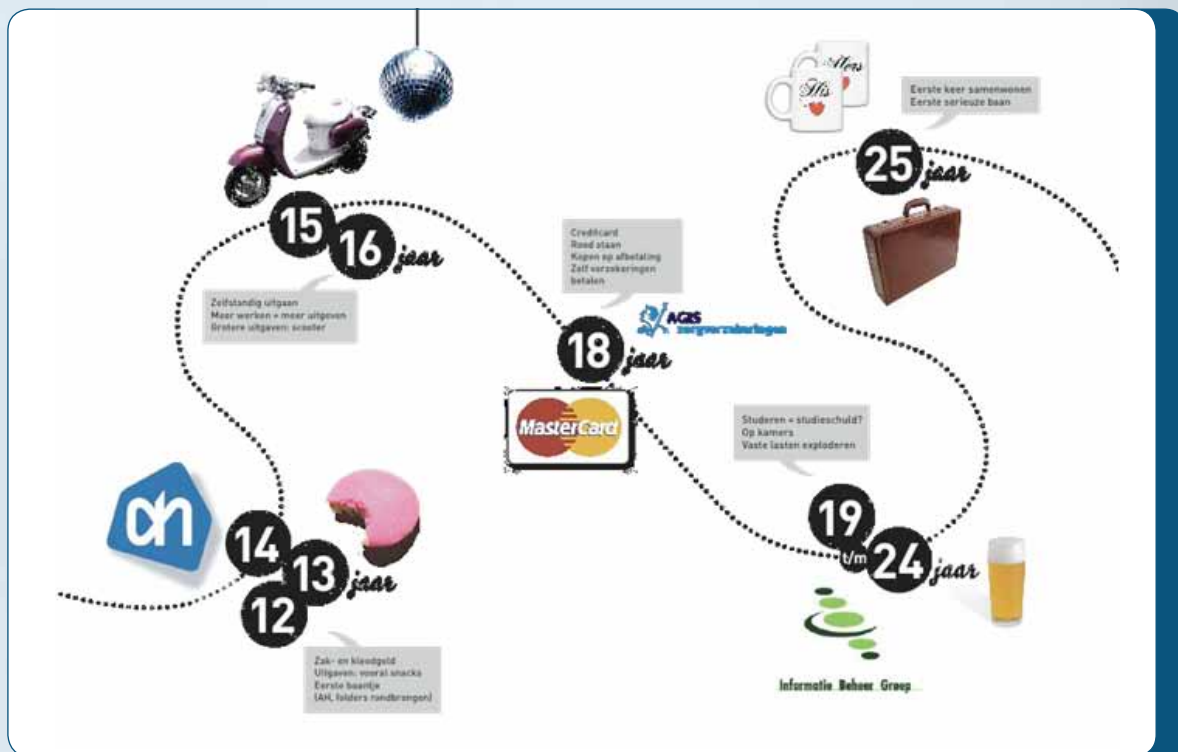
Veranderde samenleving > Jongeren van nu groeien op in een maatschappij die veel welvaart kent en waarin marketing een belangrijke rol speelt. Geld is door de nieuwe digitale vormen minder tastbaar dan vroeger en tegelijkertijd veel toegankelijker. Bovendien nemen de verleidingen waar jongeren aan bloot gesteld worden om geld uit te geven alleen maar toe. Jongeren groeien op met internet, waar 7 dagen per week, 24 uur per dag informatie beschikbaar is, contact met anderen mogelijk is en geld uitgegeven kan worden.

Puberbrein > Vanuit inzichten uit de sociaal-emotionele ontwikkeling van jongeren is het duidelijk dat jongeren begeleiding nodig hebben om goed met geld om te gaan, zeker als de korte termijn verleidingen toenemen. Jongeren hebben

moeite met vooruitkijken, lange termijn gevolgen in te schatten en impulsen te beheersen en hebben daarom begeleiding nodig. Zij willen experimenteren en zijn gevoelig voor sociale druk – gedrag dat financiële zelfredzaamheid kan belemmeren, maar waar ook op ingespeeld kan worden om diezelfde financiële zelfredzaamheid te vergroten.

Jongeren en geldzaken > Uit onderzoek van Young Works in 2010 kwam naar voren dat geld voor jongeren in eerste instantie een ruilmiddel is om spullen te kopen en leuke dingen te ondernemen. De betekenis van geld verandert naarmate jongeren ouder worden; geld staat dan in toenemende mate voor zelfstandigheid en onafhankelijkheid. Jongeren hebben over het algemeen een rooskleurig beeld van hun financiële situatie, ze denken niet dat ze ondersteuning nodig hebben. De meeste jongeren houden hun financiën in de gaten ‘op gevoel’, inkomsten en uitgaven worden niet consequent bijgehouden. Niet met geld om kunnen gaan blijkt een taboe: de sociale norm is dat je met je geld moet kunnen omgaan.

Op momenten van grote veranderingen zijn jongeren gevoelig voor sturing en advies. Iedere jongere doorloopt globaal dezelfde levensfasen en de daarbij behorende gebeurtenissen; deze betekenen veel voor het financieel gedrag. Voorbeelden van belangrijke financiële momenten zijn het eerste bijbaantje, 18 worden en op jezelf gaan wonen. Hierop inspelen op een manier die aansluit bij hun belevingswereld vergroot de kans op gedragsverandering.



Jongeren worden in al deze fasen constant uitgedaagd door de toenemende financiële verantwoordelijkheden en overrompeld door de keuzemogelijkheden die daarbij komen kijken. terwijl hun verantwoordelijkheden toenemen, blijven kennis, competenties en vaardigheden vaak achter. in de communicatie met jongeren is het van belang om direct handelingsperspectief te bieden en te laten zien wat anderen doen. bovendien is het van belang om rekening te houden met verschillen tussen jongeren. Hoe jongeren omgaan met geld hangt samen met emotie en achterliggende motivaties, normen en waarden.

VERANDERAANPAK WWJB

In 2010 heeft WWJB een strategie bepaald met acht uitgangspunten voor de ondersteuning van jongeren in hun financieel gedrag. Die aandachtspunten vormden een goede leidraad voor succes:

- 1. We willen weten wat er speelt.** Daarom volgen we de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van jongerencultuur, technologie, marketing, gedragseconomie, psychologie en andere relevante thema's en passen we die waar mogelijk toe. En we doen met regelmaat onderzoek onder jongeren.

2. **Jongeren staan aan het roer.** WWJB stimuleert jongeren om zelf met ideeën te komen en ondersteunt hen bij de uitvoering. Door co-creatie ontstaat input waar de doelgroep écht iets aan heeft.
3. **We richten ons op positieve actie.** De toon van onze uitingen is positief en nooit belerend. De focus ligt op het voorkómen van (grotere) financiële problemen, we bieden jongeren altijd een handelingsperspectief.
4. **Right time, right place, right voice.** We houden rekening met het feit dat jongeren en hun bestedingspatronen sterk verschillen, leeftijd speelt daarin een belangrijke rol. We zorgen ervoor dat we zoveel mogelijk aanwezig zijn op relevante keuzemomenten, op plekken waar de jongeren zijn en sluiten dan zoveel mogelijk aan op hun belevingswereld.
5. **We groeien mee en vernieuwen continu.** WWJB past zo veel mogelijk de nieuwste inzichten toe op het gebied van wetenschap, marketing, technologie, psychologie en gedragseconomie. Daarbij maken we uiteraard gebruik van nieuwe media.
6. **We starten pilots om samen te leren.** WWJB experimenteert met verschillende benaderingen, probeert dingen uit en bouwt verder bij bewezen succes.
7. **We meten, evalueren en leren.** WWJB is een 'lerende organisatie': we evalueren onze aanpak en stellen die bij op basis van de resultaten en nieuw verworven inzichten.
8. **We verbinden en blijven bouwen.** Om het beste resultaat te bereiken, verbinden we ons met andere organisaties. We maken gebruik van de expertise, contacten en resources van partners en delen de opgedane kennis actief. Voor onze eigen activiteiten zetten we regelmatig vrijwilligers in.

Vanuit die uitgangspunten werd gekozen voor een aanpak bestaande uit drie clusters:

- > **Inzicht & evaluatie:** We willen ons inzicht in jongeren en hun financiële gedrag vergroten en meer leren over het veranderen ervan. Dit hebben we gedaan door onderzoek te laten uitvoeren en door samen te werken met experts uit de wetenschap, marketing en jongerenorganisaties. Ook wilden we de effectiviteit van onze inzet meten en evalueren, aan de hand van maandelijkse monitoring van onze resultaten, door evaluaties met scholen en jongeren en door de impact van een aantal projecten te meten.
- > **Cocreatie & tools:** We willen jongeren uitdagen en faciliteren om zelf oplossingen aan te dragen en te ontwikkelen. Om ervaring op te doen met het betrekken van jongeren en het beïnvloeden van hun financiële besluitvorming, hebben we pilots opgezet. Jongeren creëerden de ideeën voor deze pilots zelf en voerden ze waar mogelijk ook zelf uit. Onze tools, platformen en lesmiddelen ontwikkelden we in co-creatie met jongeren. Zo wisten we zeker dat de materialen aansluiting vinden met de belevingswereld van jongeren. We spraken in de afgelopen jaren ruim 1.500 jongeren over omgaan met geld, lessen en tools op de vele activiteiten die we organiseerden of waar we betrokken waren. Daarnaast gebruikten we ook studieprojecten om jongeren tijdens hun opleiding actief te betrekken bij het bedenken van ideeën en het maken van materiaal. Zo ontwikkelden communicatiestudenten van de Hogeschool van Amsterdam een communicatieplan voor ons platform Edgie en werkten studenten toegepaste psychologie van de Fontys Hogeschool aan ideeën voor online hulpmiddelen en lesmateriaal.



- > **Dialogoog & Interactie:** We willen een dialoog faciliteren met én tussen jongeren en ze zo stimuleren tot het vergroten van hun financiële zelfredzaamheid. Naast real life conversaties hebben we onze doelgroepen voortdurend actief betrokken via een multichannel aanpak, online en offline. Online in de vorm van online platforms, met onder meer zelftests, vergelijkingstools, een forum, filmpjes, vergelijkingstools, een geldcoach, polls en tips en de jongerenredactie. Offline zijn er succesvolle workshops voor op scholen.

In 2013 werd de strategie aangescherpt met drie punten:

- > **Focus in doelgroep:** met accent op 15-20 jaar en op vmbo leerlingen en mbo studenten;
- > **Clustering, verdieping en digitalisering van het aanbod:** met leerlijnen voor de verschillende

schooltypen, met een modulaire opbouw van het lesmateriaal met daarin een duidelijke verbinding naar online onderdelen op Edgie en met thema-maanden om de lessen in een specifieke periode te promoten;

- > **Verbreding van het partnernetwerk:** met samenwerking met projectpartners vanuit de commerciële hoek en vanuit jongerenorganisaties, overheid, politiek en fondsen.

BELANGRIJKSTE LEERPUNTEN

Onze strategie richting jongeren werkte goed. Om in een complex veld als dat van financiële zelfredzaamheid bij jongeren succesvol te zijn, bleek het volgende van groot belang:

- > **Durf te vragen:** Heb nooit de illusie dat je weet of begrijpt wat er gebeurt of moet gebeuren, hoe het werkt of zou moeten werken en hoe jongeren in

- elkaar zitten. Met jongeren in gesprek gaan en hen in alle fasen van het ontwikkelproces betrekken bleek de effectiefste manier om aan te sluiten op hun belevingswereld.
- > **Geef richting met ruimte:** Bepaal in cocreatie met andere betrokkenen een lange termijn visie die iedereen (her-)kent. Vertaal die visie naar een strategie op hoofdlijnen, zonder teveel detail, om maximaal ruimte te houden om flexibel in te spelen op kansen en veranderingen om ons heen. Door velen te betrekken bij de visie en strategie, via interviews of workshops met team, bestuur, programmaraad en partnerorganisaties, voelde iedereen zich betrokken en medeverantwoordelijk voor het te bereiken resultaat.
 - > **Leg de lat hoog:** Stel ambitieuze doelen vast met duidelijke mijlpalen en daag iedereen uit om met creatieve ideeën te komen om deze doelen te bereiken. Wij wisten daardoor vaak dingen te bereiken die iedereen voor onmogelijk hield.
 - > **Sta open voor nieuwe ideeën:** Ben bereid om met partijen te praten die daartoe initiatief nemen. In de afgelopen jaren bleken sommige van tevoren onzinnig geachte gesprekken te leiden tot prachtige nieuwe initiatieven en partnerships. En bleken jongeren, soms na veel doorvragen, met heel goede ideeën te komen die we nooit zelf hadden kunnen bedenken.
 - > **Experimenteer en beweeg mee:** Probeer nieuwe ideeën en werkwijzen uit en ben bereid om de aanpak onderweg bij te stellen als het niet uitpakt zoals verwacht. Houd in de gaten wat er in de wereld om je heen gebeurt en haak aan om positieve initiatieven te versterken of om te reageren op mogelijk negatieve invloeden. Soms moesten we pilots volledig aanpassen om tot resultaat te komen; in andere gevallen bleek een simpel idee heel goed te werken.
 - > **Bouw door op wat er is:** Vind het wiel niet opnieuw uit, maar kijk wat er al is en ga daarmee verder, bouw erop door en durf vooral ook te delen wat je zelf hebt ontwikkeld. Dat levert een steile leercurve op, met meer potentiële impact. We vertaalden bijvoorbeeld Duits lesmateriaal en werkten succesvol samen met twee dj's die voor een tweede jaar op rij jongeren met schulden wilden helpen.
 - > **Empower anderen en creëer allianties:** Ondersteun jongeren, scholen, partners en gastdocenten om aan de slag te gaan met de financiële zelfredzaamheid van jongeren. Haal deze partijen bij elkaar en betrek hen actief bij projecten en bij de strategie. Dit bleek een sleutel tot succes – op deze manier werd het team uitgebreid van formeel 4-8 mensen tot informeel wel 500 enthousiastelingen.
 - > **Houd de aandacht vast:** Zorg dat mensen betrokken en enthousiast blijven. Zowel online als richting scholen en gastdocenten gebruikten we themamanden om focus aan te brengen en de aandacht van iedereen vast te houden met een maandelijks wisselend aanbod. Heel succesvol waren ook de jaarlijkse events, waar aanwezige jongeren en partners opnieuw met het onderwerp aan de slag gingen.
 - > **Laat anderen schijnen:** Vier successen en zet betrokkenen in de schijnwerpers, zodat zij trots zijn en als ambassadeur optreden voor de missie van financiële zelfredzaamheid van jongeren. We hopen nu ook van harte dat de partners die de materialen overnemen veel successen zullen boeken.
 - > **Meet om te leren:** Stel doelen vast en meet, niet alleen op aantallen, maar ook op impact. Een impactmeting zorgt vooraf voor een duidelijke doelstelling en achteraf voor inzichten in wat werkt en wat niet werkt en daarmee voor een plan voor verbetering. En positieve uitkomsten van een impactmeting leveren fantastische promotie!

EDGIE

In 2010 was WWJB online aanwezig via de MSN-website van Microsoft, met daarop polls, teksten en peilingen voor jongeren over geld en met de Geldcoach, die online vragen van jongeren beantwoordde. Eind december 2010 zijn we gestart met de eigen website Edgie.nl, met daarop in eerste instantie alleen de GeldType Test, die was gebaseerd op het MoneyMindsets onderzoek. Deze trok in de eerste maand al ruim 100.000 bezoekers, met als resultaat ruim 30.000 ingevulde tests.

In augustus 2011 ging het interactieve jongerenplatform Edgie online, waarop jongeren artikelen, tips en video's kunnen uploaden, tests kunnen doen en vragen kunnen stellen aan de Geldcoach. Dankzij promotie met online banners, promotie op scholen en aandacht op FunX, MSN, Facebook en in jongerenbladen trok het platform veel bezoekers. In september startte op het platform de wedstrijd voor de crowdsourced film Edgie The Movie. En ook startte dat najaar de jongerenredactie voor Edgie: een wisselende groep jongeren die voor een

Edgie werd vanaf lancering in december 2010 tot september 2015 veel gebruikt:

- 839.885 bezoekers
- 274.065 jongeren vulden een test in of gebruikten een tool (33% van de bezoekers)

bepaalde periode een bijdrage artikelen schrijven voor het platform.

In de loop van de jaren werd Edgie steeds verder uitgebreid, met artikelen, met video's en met meer testen en tools. Het platform werd gepromoot met online en offline campagnes. Bovendien werden jongeren naar het platform geleid als huiswerk voor de workshops over financiële educatie in de klas.

In 2013 begon een nieuwe fase, met de lancering van de online simulatiegame MoneyMatters op Edgie. Daardoor werd het Edgie platform ook gebruikt tijdens de les. Dat gebeurt inmiddels veel meer: vele workshops hebben een eigen online lesomgeving op Edgie, met links naar testen, tools en video's voor in de les. Voor Slim Shoppen is in Edgie zelfs een complete webshop gebouwd!



TOOLS & TESTS



GELDTYPE TEST

Miljonair worden?
Ben jij een big spender of zit je
als Dagobert bovenop je geld?
Doe de GeldType Test!

In de lucht sinds:
december 2010

Aantal keren ingevuld:
203.691



LEVENSGENIETER

Ben jij een planner of is het
lang-leve-de-lol?
En hoe merk je dat in je
portemonnee? Test jezelf!

In de lucht sinds:
augustus 2011

Aantal keren ingevuld:
17.605



TRENDSETTER

Ben jij een echte Trendsetter of
gaan de laatste trends aan je
voorbij?
Wat doet dit met je uitgaven?
Test jezelf!

In de lucht sinds:
augustus 2011

Aantal keren ingevuld:
11.267

TOOLS & TESTS



MONEYSKILLS

Hoe goed ben jij met het regelen van je geldzaken? Test je MoneySkills en ga voor goud!

In de lucht sinds:
juni 2012

Aantal keren ingevuld:
14.679



MONEYMATTERS

Huisje, boompje, beestje op je 30e of woon je nog thuis? Speel de game en neem een kijkje in de toekomst!

In de lucht sinds:
september 2013

Aantal keren ingevuld:
4.706



PENSIOENQUIZ

Weet jij wat je krijgt als je later stopt met werken? Beantwoord de vijf vragen en test je kennis!

In de lucht sinds:
oktober 2013

Aantal keren ingevuld:
1.538



MAÑANA

Hoe ziet jouw leven eruit tijdens je pensioen?
Check in een paar minuten hoe je oude dag eruit ziet!

In de lucht sinds:
januari 2014

Aantal keren ingevuld:
914



SHOP MOOD METER

In wat voor mood ben jij als je gaat shoppen?
Check het met de Shop Mood Meter!

In de lucht sinds:
februari 2014

Aantal keren ingevuld:
5.181



SHOPTYPE-TEST

Let jij op de prijskaartjes of koop je waar je zin in hebt?
Test hier wat voor Shoptype jij bent!

In de lucht sinds:
oktober 2014

Aantal keren ingevuld:
3.914

TOOLS & TESTS



KASBOEK

Heb jij alles op een rijtje?
Zo houd je grip op je inkomsten
en uitgaven.
Maak je eigen Kasboek!

In de lucht sinds:
februari 2015

Aantal keren ingevuld:
979



HEBBERIG?

Ben jij nooit tevreden of juist
gauw blij?
Test het!

In de lucht sinds:
april 2015

Aantal keren ingevuld:
8.403



DATA QUIZ

Hoeveel kost het kijken van
een video op YouTube?
En een foto uploaden via
WhatsApp?
Test hoeveel jij weet over
dataverbruik!

In de lucht sinds:
april 2015

Aantal keren ingevuld:
385



MOBIEL PROFIEL

Is jouw smartphone je eerste levensbehoefte of kun je ook wel zonder?

Test jouw Mobiel Profiel!

In de lucht sinds:
april 2015

Aantal keren ingevuld:
763

OP JEZELF QUIZ

OP JEZELF QUIZ

Weet jij wat er allemaal bij komt kijken als je op jezelf gaat wonen?

In de lucht sinds:
juni 2015

Aantal keren ingevuld:
43

FINANCIEEL STUDIEPLAN



In oktober 2012 werd de website van het Financieel Studieplan gelanceerd. Deze website is ontwikkeld in nauwe samenwerking met het ministerie van OCW, DUO, Nibud en jongeren- en studentenorganisaties (ISO, LKVV, NJR en LSVb).

Het resultaat is een tool die hbo en wo studenten daadwerkelijk inzicht geeft en ondersteunt op financieel terrein. De tool is toegankelijk en laagdrempelig is. Zo krijgen studenten snel inzicht in de kosten van studeren en de gevolgen van lenen. De tool biedt ook een tweede, meer verdiepende stap. Hierin kunnen studenten hun eigen uitgavenpatroon vergelijken met dat van andere studenten en inzicht krijgen in hun lening en de financiële gevolgen hiervan na de studie. In 2015 is de tool aangepast aan het nieuwe studieleenstelsel voor hbo en wo studenten.

Uit een impactmeting in 2014-2015 blijkt dat de tool ervoor dat jongeren hun financiën op de korte termijn beter in balans brengen. De studenten die gebruik maken van het Financieel Studieplan hebben daar direct financieel voordeel bij, zo blijkt uit impactonderzoek van Regioplan. Ze zijn beter in staat om hun inkomsten zo te besteden dat hun financiën (op korte termijn) in balans zijn. De gebruikers van de tool kijken vaker of ze belasting terug kunnen krijgen, weten beter waar ze recht op hebben wat betreft studiefinanciering, weten beter waar ze antwoorden kunnen vinden op vragen over studiefinanciering en hebben vaker zorgtoeslag aangevraagd.

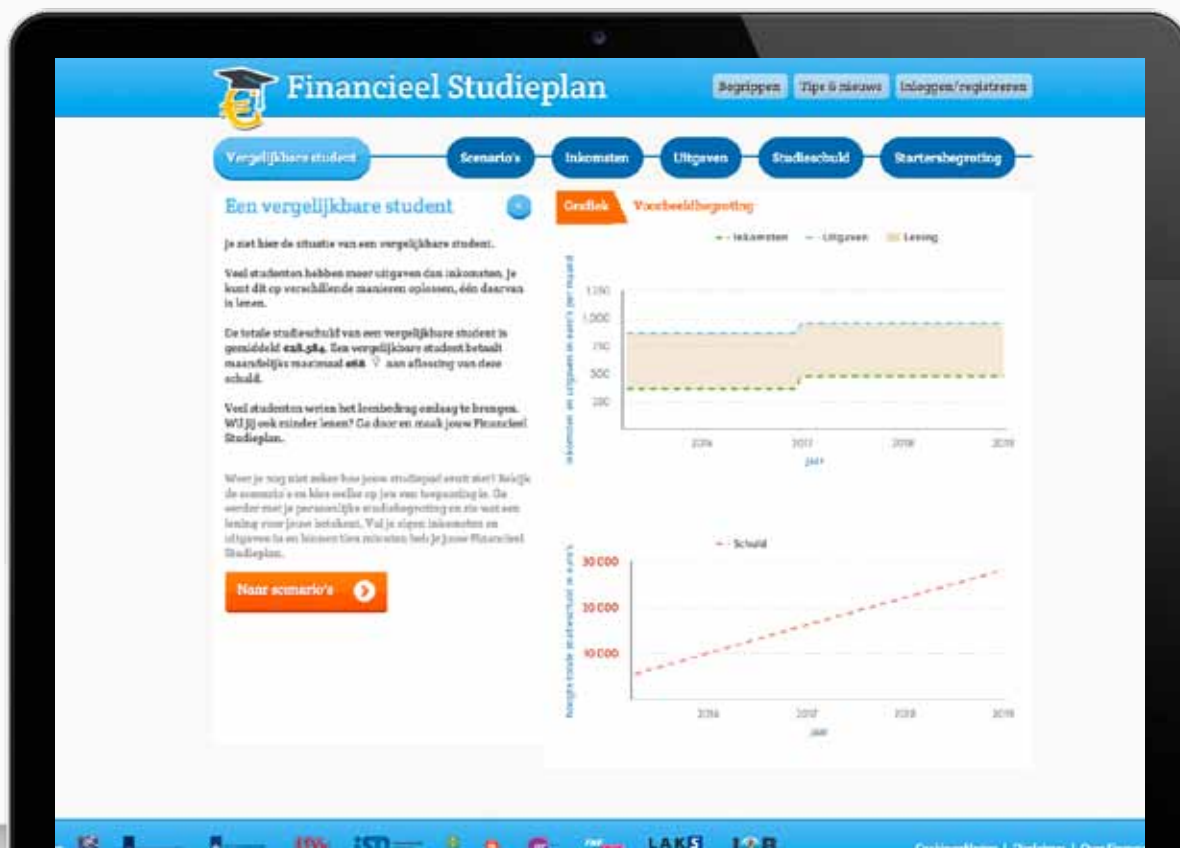
Bovendien blijkt dat studenten die het Financieel Studieplan gebruiken, volgens eigen zeggen, minder vaak geld tekort komen na het gebruik van het Financieel Studieplan dan daarvoor.

Gezien het succes van deze tool is in 2015 gewerkt aan een vergelijkbare tool voor mbo studenten, met financiële ondersteuning van Fonds 21 en Stichting Goede Doelen NH 1816 en in samenwerking met LAKS (Landelijks Actie Comité Scholieren), JOB (Jongeren Organisatie Beroepsonderwijs), DUO en Nibud. Met de tool Financieel Plan mbo krijgen jongeren een indicatie met hoeveel maandelijkse kosten zij rekening moeten houden en ook zicht op hoeveel zij zullen verdienen als ze aan het werk gaan na hun studie. Deze bedragen staan vooraf in het overzicht en zij kunnen deze bedragen zelf aanpassen naar hun eigen persoonlijke situatie. Met een

beter inzicht in de huidige en toekomstige inkomsten en uitgaven zijn studenten beter in staat om hun financiën in balans te houden en op de toekomst te anticiperen. Hierdoor kunnen zij meer kansen benutten en voorkomen zij onverwachte schulden. Het plan helpt mbo studenten keuzes weloverwogen te maken.

Het Financieel Studieplan werd vanaf lancering in oktober 2012 tot september 2015 veel gebruikt:

- 175.482 bezoekers
- 73.450 jongeren bekeken de begroting voor een vergelijkbare student (42% conversie)
- 43.346 jongeren maakten een eigen studiebegroting (49% conversie > kwart van de bezoekers)



WORKSHOPS

WWJB heeft in al die jaren samen met jongeren en partners workshops

ontwikkeld voor financiële educatie.

Het materiaal voor zo'n workshop bestaat altijd uit een paar onderdelen:

- Lesmaterialen: met bijvoorbeeld een digitale presentatie, een spel, video's testen, een quiz - voor een deel online;
- Werkbladen voor de leerlingen;
- Lesbrieven voor de docenten en gastdocenten;
- Handleiding en eventueel train-de-trainer sessie voor de gastdocenten. Gemiddeld werden de workshops gewaardeerd met een 7,8.



BRIGHT ABOUT MONEY

Leerlingen enthousiasmeren om eens écht na te denken over hoe je omgaat met geld en alle keuzes die je daarin moet maken, hoe pak je dat aan? Met die uitdaging ging KPMG, een van de partners van WWJB, aan de slag. Zij ontwikkelden het spel Bright About Money voor havo/vwo. Dit veelzijdige spel daagt leerlingen uit om via dilemma's met elkaar te bediscussieren welke financiële keuzes zij maken en waarom. Eigenlijk is het een spel dat voor alle leeftijden zinvol is volgens KPMG, want door je keuzes te motiveren leer je veel over jezelf én leer je veel van je medeleerlingen!



MONEYPOSTER

Reclame: het is een onderwerp waar jongeren graag over praten. Maar wordt er net zo enthousiast gepraat over de invloed van reclame op hun gedrag? Dat is een heel ander verhaal!

WWJB ontwikkelde samen met jongeren de workshop MoneyPoster. Deze workshop is bedoeld om VMBO'ers in gesprek te laten gaan over omgaan met geld en reclame. Als extra uitdaging konden de posters die leerlingen maken de MoneyPoster van het jaar worden en worden gepubliceerd door WWJB!



EDGIE THE MOVIE

Over geld praat je niet, dat héb je gewoon. Tenminste, dat gevoel blijkt bij veel jongeren te leven. Het is vaak een taboe om over geldzaken te praten. Dat taboe aanpakken is precies het doel van Edgie The Movie.

De film gaat over geldzaken en daagt vmbo leerlingen uit om na te denken en te discussiëren over financiële dilemma's. De film combineert spanning met de vraag aan de kijker om te reflecteren op eigen geldproblemen of financiële uitdagingen. Exit taboes; discussiëren over geld wordt zo aangemoedigd op een leuke en ontspannen manier!

WORKSHOPS



MONEYRACE

Hoe is het eigenlijk gesteld met de kennis van jongeren over geld en hoeveel iets kost? En hoe krijg je die interesse en kennis aangewakkerd? WWJB is ervan overtuigd dat je het beste aan jongeren zélf kunt vragen hoe je andere jongeren inspireert om hun kennis over financiën te vergroten. MoneyRace, een kennisspel voor de onderbouw van middelbare scholen., is bedacht door studenten aan de Fontys Hogeschool. En met succes!



SNOEP & SNACKS

Snoep en snacks zijn een populaire uitgavenpost bij jongeren tussen de 12 en 18 jaar, blijkt uit onderzoek van het Nibud.

Gemiddeld 16 euro per maand wordt uitgegeven in de kantine, kiosks en snoepautomaten. Daarnaast verdwijnt er gemiddeld maandelijks 13 euro aan frisdrank in hun magen. Deze workshop ;laat vmbo leerlingen op een leuke en interactieve manier nadenken over deze en andere kostenposten.



MONEYMATTERS

MoneyMatters laat jongeren het echte leven ervaren.

De online game MoneyMatters is ontwikkeld door gamedeveloper IJsfontein in opdracht van WWJB en de servicecentra van SNS Retail Bank. Deze online game laat jongeren alvast een kijkje laten nemen in 'het echte leven' door belangrijke aspecten voor de toekomst naar voren te laten komen. De game is een groot succes op middelbare scholen. En een uitgevoerde impactmeting liet zien dat jongeren veel leerpunten wisten te benoemen.



PENSIOENWORKSHOP MAÑANA

In co-creatie met jongeren is de pensioenworkshop 'Mañana, aan de slag met je oude dag' ontwikkeld voor de laatste klassen van het MBO, waarvan het materiaal door vorm en inhoud optimaal aansluit bij de belevingswereld van jongeren.

De les duurt 45 minuten en bestaat uit drie modules: een individuele huiswerkopdracht, een klassikale uitleg over pensioen en een interactieve opdracht. Van deze modules is zowel een offline als een online versie beschikbaar.

WORKSHOPS



STARTERS HELPEN STARTERS

Er komt een heleboel op je af als je gaat studeren. Niet alleen studeren is nieuw, maar voor veel jongeren is het de eerste keer dat zij verantwoordelijk zijn voor hun eigen financiën en misschien op zichzelf gaan wonen. Daar komt een hoop bij kijken!

SHS is een gastcollege voor eerstejaars studenten (hbo en wo) en heeft als doel om de startende student te ondersteunen in hun financiële zelfredzaamheid. Young Professionals en recruiters geven voorlichting aan deze studenten en gaan de dialoog met de student.



SLIM SHOPPEN

Hoe koop je slim in? Welke eisen stel je aan een vakantie? Waar moet je op letten als je veiligheidsschoenen koopt? Hoe weet je of de EHBO-koffer veilig is? En wat betekent ILO?

Met de workshop Slim Shoppen leren jongeren in de bovenbouw van het vmbo en de onderbouw van het mbo op een uitdagende, laagdrempelige manier over bewust inkopen doen en budgetteren.



BUDGET CHALLENGE WORKSHOP

Na een introductie start deze les voor mbo studenten met een film met portretten van jongeren met diverse soorten schulden, waarover in de klas wordt nagepraat. Vervolgens categoriseren studenten uitgaven en inkomsten in Het Kasboek, om zo te ervaren dat overzicht helpt om meer grip te krijgen en om te zien waar besparingen mogelijk zijn. Ook formuleren ze eigen vuistregels om zo nodig hun koopgedrag bij te stellen. Artiest Jebroer maakte promo's en de track "Goud" over het voorkomen van schulden. Een uitgevoerde impactmeting liet zien dat studenten veel leren van deze workshop en dat zij hun gedrag na de les hebben aangepast.



PHONE CHALLENGE WORKSHOP

De Phone Challenge Workshop voor mbo studenten is het vervolg op de Budget Challenge Workshop en gaat in op telefoongebruik en bijbehorende kosten, één van de voornaamste oorzaken van schulden onder jongeren. De les start met een film, om zicht te krijgen op dataverbruik van verschillende online activiteiten. Aan de hand van een quiz en een tool ervaren de studenten hoeveel data zij eigenlijk nodig zouden hebben, maar ze oefenen ook met het vergelijken van verschillende telefoonaanbiedingen. En ze bedenken alternatieven om hun telefoonkosten beter in de hand te houden. Een uitgevoerde impactmeting liet zien dat studenten veel leren van deze workshop.

WORKSHOPS



STUDIE IN ZICHT

Er komt een heleboel op scholieren af als ze straks klaar zijn met school en gaan studeren.

Niet alleen studeren is nieuw, maar voor veel jongeren is het de eerste keer dat zij verantwoordelijk zijn voor hun eigen financiën en misschien op zichzelf gaan wonen. Daar komt een hoop bij kijken! Studie In Zicht helpt scholieren op weg, geeft hen inzicht in de financiële dilemma's die bij studeren komen kijken en helpt ze om het Financieel Studieplan hiervoor te gebruiken. "Van school naar studie naar eerste baan".



KLAAR VOOR DE START

De workshop 'Klaar voor de Start' voor mbo-jongeren gaat over financieel plannen en de kosten van op jezelf wonen.

De workshop gaat in op keuzes die gemaakt kunnen worden nadat het mbo diploma is gehaald en de financiële gevolgen daarvan, aan de hand van een filmpje en dilemma's. Jongeren leren voor- en nadelen van keuzes tegen elkaar af te wegen en daarbij gebruik te maken van instrumenten zoals het Financieel Studieplan.

ONZE DANK GAAT UIT NAAR:

DE TEAMLEDEN: LYDIA HAVERMANS, ONNO VAN DER POEL, MARK BRENNINKMEIJER, DANIËLLE BOSKEMPER, JANNEKE HUTTENG, MARC BOUT, ELINE VAN DER ZWAARD, KIKI SMOLDERS, ANNEMARIE TOLLENAAR, LINDA VERVOLET, KARIN VAN LOOK, NIKKIE PELZER, SANNE MEIJER, PATRICIA KLERKX, JEANNEL KOLKMAN, MARIJE VAN SCHIE, MARGIT MELSE, LARA SCHWARZ, NETTY BLIJLEVEN, MARJON VAN DER VEEN, GWENN ROOMER EN THEA HAZEL-STALS;

DE BESTUURSLEDEN: RONALD LATENSTEIN, HENK KROEZE, WOUTER BOS, MAURICE VAN DEN HEUVEL, GERARD VAN OLPEN, GERJOKE WILMINK, PETER BORGDOFF, MARIJKE VOS EN ROB LANGEZAAL;

DE INITIATIEFNEMER: HARRY HUMMELS, DIE MET ONDERSTEUNING VAN AART BOUWMEESTER EN NA DIVERSE GESPREKKEN MET MENSEN BINNEN EN BUITEN SNS REAAL, ENTHOUSIASME WIST TE CREËREN OM DE STICHTING TE STARTEN;

DE LEDEN VAN DE PROGRAMMARAAD: GEERT RIETBERGEN, JEROEN VERKROOST, ARIE KOORNNEEF, HILDE KRENS, EMILE KOUWENHOVEN, MARC VAN HEESWIJK, ASHNE BISALSINGH, JOLANDA VAN SCHAIK, JAN VAN DEN HERIK, MARION BEEKMANS, WIES WIEGMANS, ZOË VAN DEN BRINK EN RAYMON DE KRUIJFF;

DE VASTE EXTERNE COLLEGA'S: DAVID GRIBNAU, TERRI SEUNTJENS, SARAH GAGESTEIN, WESLEY DRACHTER, WIM PORTON, PAUL ZUIDERVAART, PALMYRA FAMBACH, FABIAN KRAUSZ, ERNEST VERHAGEN, KIM VAN TOL, GABRI VAN SLUIS, ANNA VAN DER SCHORS, NICO BIRKENHOLZ EN KARIN VAN DUIJNHOFEN;

EN NATUURLIJK ALLE STAGIAIRES EN TIJDELIJKE KRACHTEN;

EN DE HONDERDEN GASTDOCENTEN DIE MET VEEL ENTHOUSIASME VOOR DE KLAS GINGEN STAAN OM JONGEREN TE INSPIREREN EN ONDERSTEUNEN;

ALLE JONGERENORGANISATIES EN INDIVIDUELE JONGEREN DIE IN PROJECTEN, IN CO-CREATIE SESSIES, IN STUDIEPROJECTEN, IN DE JONGERENREDACTIE EN OP ALLERLEI ANDERE MOMENTEN IDEEËN AANREIKTEN, MET OPLOSSINGEN KWAMEN EN MET ONS SAMENWERKTEN OM JONGEREN TE LEREN BETER MET GELD OM TE GAAN;

DE SCHOLEN DIE DE GASTLESSEN OF LESMATERIALEN INZETTEN;

DE PARTNERS DIE ONS FINANCIËEL OF IN NATURA STEUNDE: SNS REAAL, SNS BANK, PGGM, NIBUD, KPMG, FONDS 21, MICROSOFT, GOOGLE, VODAFONE, KPN, NVVK, KBVG, ZWITSERLEVEN, BLG WONEN, ACTIAM, STICHTING GOEDE DOELEN NH1816, MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAPPEN EN DIENST UITVOERING ONDERWIJS, MINISTERIE VAN SOCIALE ZAKEN EN WERKGELEGENHEID;

ALLE PARTNERS MET WIE WE SAMENWERKTEN OP HET TERREIN VAN FINANCIËLE EDUCATIE;

PLUS DE ANDERE PARTNERS DIE MET ENORM ENTHOUSIASME EN VEEL INSPIRATIE IN OPDRACHT VAN ONS MET MOOIE PROJECTEN AAN DE SLAG GINGEN;

EN DE MEDIA DIE VAAK MET VEEL ENTHOUSIASME BERICHTTEN OVER NIEUWE INITIATIEVEN, NIEUWE PARTNERS EN OVER BEKENDE EN ONBEKENDE NEDERLANDERS DIE EEN BIJDRAGE LEVERDEN AAN ONZE MISSIE.

ZONDER JULLIE HADDEN WE NOOIT ZOVEEL JONGEREN KUNNEN BEREIKEN!!

WE WENSEN NIBUD, NVVK, STICHTING SAMEN VOOR LATER EN WIJZER IN GELDZAKEN VEEL SUCCES EN PLEZIER -
GOED DAT JULLIE DE ONTWIKKELDE MATERIALEN BLIJVEN INZETTEN!



