ADVIES SCHULDENPREVENTIE

JONGEREN



NIET JOUW SCHULD

young 010

BREDE RAAD 010

December 2025

COLOFON

© 2025 Brede Raad 010 & Stichting LOKAAL Rotterdam - Young010

Brede Raad 010

De Brede Raad 010 is het adviesorgaan van de gemeente Rotterdam voor beleid in het sociaal domein: de Jeugdwet, Wmo, Participatiewet, Armoedebeleid en Schulddienstverlening. Op basis van de ervaringen van Rotterdammers maakt de Brede Raad 010 adviezen voor het college van B&W. Door de stem van Rotterdammers te laten horen, is de ambitie van de Brede Raad 010 het beleid beter te laten aansluiten op de praktijk.

Contact:
Schiekade 105
3033 BH Rotterdam
06 27279360

info@brederaad-010.nl
brederaad-010.nl
@destemvanrotterdam

Stichting LOKAAL Rotterdam - Young010

Stichting LOKAAL Rotterdam is het Centrum voor democratie in Rotterdam en faciliteert en ondersteunt Young010. Young010 is dé jongerenadviesraad van Rotterdam en adviseert het college van B&W gevraagd en ongevraagd. Young010 heeft als doel de stad mooier, beter en leuker te maken. Voor en door jongeren.

Contact:
Schiedamsedijk 67a
3011 EJ Rotterdam
010 443 30 60
info@lokaal.org
lokaal.org
@lokaalrotterdam

young010@lokaal.org
young010.com
@young010rotterdam

MET DANK AAN

Allereerst bedanken wij alle jongeren voor hun tijd en het delen van hun ervaringen. Door over dit thema met elkaar te praten, werken we al aan het doorbreken van het enorme taboe dat op geldzaken rust. De aanbevelingen die zij met ons deelden, maakt het mogelijk om concrete adviezen te formuleren aan de gemeente hóe ze jongeren beter kan bereiken.

Daarnaast spreken we onze dank uit aan alle betrokken professionals en organisaties: Albeda, Geldplein, Hogeschool Rotterdam, Jongeren Informatie Punt (JIP), Koersvast Zorg, Rotterdamse Douwers, Samen010, SKIN-Rotterdam, Station Roffa, Stichting MAIT, Stichting Nieuw Vaarwater en SOL. De waardevolle informatie en ervaringsverhalen die zij hebben gedeeld vanuit hun expertise en het mede-organiseren van de gesprekken hebben een essentiële bijdrage geleverd aan het opstellen van de adviezen.

VOORWOORD

Jongeren bereiken met schuldenpreventie: het klinkt eenvoudig, maar in de praktijk blijkt dit ontzettend lastig. De gemeente Rotterdam investeert in armoedebeleid en schuldenpreventie, maar de vraag blijft: hoe zorgen we dat deze maatregelen terechtkomen bij de jongeren voor wie ze bedoeld zijn?

Uit de signalen die wij ophaalden, kwam naar voren dat de leefwereld van jongeren sterk verandert. Met name de opkomst van Buy Now Pay Later-diensten en een online context waarin verleiding, vergelijkingsdruk en impulsaankopen de norm zijn, spelen een steeds grotere rol in hoe jongeren met hun geld omgaan. Deze nieuwe context beïnvloedt hun keuzes, verwachtingen en risico's en maakt het nóg urgenter om jongeren vroeg en effectief te bereiken.

Om die reden bundelden de Brede Raad 010 en Young010 wederom hun krachten. Jongeren en professionals deelden hun ervaringen en ideeën. Eén les die we in eerdere adviezen al hebben geleerd en uitgedragen werd ook in dit adviestraject weer duidelijk: wie jongeren écht wil bereiken, moet hen vanaf het begin actief betrekken. Niet achteraf toetsen wat zij ervan vinden, maar samen met hen bepalen wat nodig is. Dat vormt dan ook ons eerste advies: betrek jongeren in een vroege fase bij het ontwikkelen van beleid voor schuldenpreventie zodat er niet alleen over hen, maar vooral met hen wordt gesproken (geheel in lijn met het Kinderrechtenverdrag).

Vraag hen wat wel werkt, wat niet werkt en welke ondersteuning zij zélf nodig hebben om financiële problemen te voorkomen voordat deze uitgroeien tot schulden die jarenlang blijven doorwerken. Alleen zo kunnen we maatregelen ontwikkelen die aansluiten bij hun leefwereld en dus ook echt effect hebben.

Dit advies bundelt de inzichten die uit onze samenwerking zijn voortgekomen. Het laat zien waar het al goed gaat, maar ook waar Rotterdam concreet nog stappen kan zetten om jongeren echt te bereiken: op tijd, op maat en op een manier die hen verder helpt. Wij hopen dat dit advies de gemeente inspireert om die stappen daadwerkelijk te zetten en verder te bouwen aan een stad die haar jongeren begrijpt en ervoor zorgt dat geen enkele jongere onnodig kopje onder gaat.

Namens de Brede Raad 010 en Young010,

Koen van Dijk, Directeur-voorzitter Brede Raad 010

Kiran Bihari, Voorzitter Young010

INHOUD

Inleiding 6

1. Context 7

1.1 Onrealistisch beeld van de waarde van geld 7

1.2. Het gemak van schulden aan kunnen gaan 8

1.3 Beeldvorming op schuld 8

2. Ervaringen 10

2.1. Praten over geld en geldproblemen 10

2.2. Gebrek aan kennis 11

2.3. Financiële opvoeding 13

Als ik wethouder was... 14

2.4. Kennisdeling op school 16

2.5. De stap naar hulp 18

2.6. Zichtbare aanwezigheid 22

3. Conclusie 25

4. Adviezen 26

ERVARINGSVERHAAL LARA

‘Ik liep zelf tegen dingen aan waarover ik graag anoniem had willen praten. Zo’n anonieme, laagdrempelige constructie voor jongeren is ontzettend belangrijk. In de politiek wordt dat echt onderschat. Gemeenten gaan er vaak vanuit dat je thuis met alles terecht kunt. Voor heel veel jongeren is dat helemaal niet zo en is het onveilig om thuis te delen. Juist daarom is een anonieme, veilige plek essentieel.

Als informele hulporganisaties bij lessen op school aanwezig zijn, leren jongeren meteen de naam en de gezichten kennen, twee vliegen in één klap. Maar het gaat dan niet om twee mensen in hoodies met een keycord die alleen maar informatie komen geven. Herkenning en emotionele connectie zijn veel belangrijker dan het simpelweg overbrengen van kennis.

Schulden voelen als een onveilig probleem, iets waarover je dichtklapt. Daarom helpt het enorm als jongeren na zo’n les kunnen blijven hangen in de pauze. Door vooraf of achteraf aanwezig te zijn, creëer je een bewuste, anonieme veilige ruimte met een duidelijk aanknopingspunt om in gesprek te gaan. En als je een les geeft, moet je er ook zijn voor jongeren die tijdens die les buikpijn krijgen van spanning. Zij moeten de mogelijkheid hebben om te blijven plakken, of te horen dat je later die dag nog in het kantoortje zit. Dat maakt de drempel echt laag.

Ik had ook vrienden die met flinke problemen worstelden. Sommigen stalen dingen omdat ze het niet konden betalen en kregen daardoor een winkelverbod. Dat vertelden ze dan wel, maar de echte problemen erachter deelden ze niet. Een social worker op een externe locatie, dicht bij school, waar je gewoon kunt binnenlopen, zou voor veel jongeren heel fijn zijn.

Ik ken iemand met een enorme Klarna-schuld, maar dat is niet eens zijn grootste probleem; hij heeft geen vaste woonplek en daardoor wisselvallige uitgaven. Anderen hebben juist een koopverslaving. Het is vaak een copingmechanisme. Door sociale media neemt dit gedrag toe: de constante stroom aan informatie zorgt ervoor dat jongeren overprikkeld raken en vaak op een ongezonde manier met die prikkels omgaan.

Er bestaan misschien wel tachtigduizend organisaties waar je naar doorverwezen kunt worden, maar jongeren met multiproblematiek hebben juist behoefte aan één plek waar ze met alles terecht kunnen. Dat je niet hoeft niet te verdwalen in het systeem. Bovendien hoeft daar geen groot gemeentelijk logo op; hoe minder officieel en institutioneel het voelt hoe beter.’

INLEIDING

De problematiek rondom schulden onder jongeren is zorgelijk. De Brede Raad 010 en Young010 ontvangen steeds meer signalen over jongeren met schulden, variërend van honderden tot tienduizenden euro's. De rol van Buy Now Pay Later-diensten lijkt in de verhalen van Rotterdammers de laatste tijd groter geworden.

De zorgen en ervaringen van jongeren over de schuldenproblematiek deelden wij met de gemeente, waarop een adviesaanvraag volgde. De gemeente zet stevig in op preventie om problematiek vroegtijdig te signaleren en te voorkomen. In de praktijk blijkt het echter lastig om jongeren effectief te bereiken met deze preventieve aanpak. Het niet weten te bereiken van jongeren door de gemeente is voor Young010 geen onbekend probleem. Eerder adviseerde Young010 al over hoe de gemeente jongeren beter kan bereiken[1] en adviseerde de Brede Raad 010 over hoe de gemeente Rotterdam mensen in armoede beter kan bereiken[2]. Young010 en de Brede Raad 010 sloegen de handen ineen voor een advies over het bereiken van jongeren met betrekking tot schuldenpreventie.

Vraagstelling
De gemeente wil advies inwinnen over het beter bereiken van jongeren (12-27 jaar) met betrekking tot schuldenpreventie.

- Hoe kan de gemeente jongeren van 12 tot 27 jaar beter bereiken?
- Wanneer en via welke kanalen werkt dat het beste?
- Aan welke informatie hebben jongeren behoefte op het gebied van het voorkomen van schulden?

Methodiek
De Brede Raad 010 en Young010 hebben op verschillende manieren ervaringen van ruim zeventig Rotterdammers opgehaald, zowel van jongeren als professionals.

De Brede Raad 010 heeft diepte-interviews gehouden met jongeren en professionals. Young010 heeft socratische gesprekken met jongeren georganiseerd. Op deze manier hebben we een breed scala aan perspectieven verzameld en hebben we ervoor gezorgd dat zowel experts, jongeren als ervaringsdeskundigen aan het woord zijn gekomen. Middels twee analysebijeenkomsten hebben we de verzamelde informatie en ervaringen samengebracht en omgezet in een concreet advies.

1 Young010 (2024) Ik heb de toekomst van Rotterdam
2 Brede Raad 010 (2023) Code Rood

1. CONTEXT

Jongeren kunnen niet hetzelfde benaderd worden als volwassenen. Hun brein is immers pas volledig volgroeid op 25-jarige leeftijd. Dat betekent dat het voor hen veel lastiger is dan voor een volwassene met een volgroeid brein om oorzaak en gevolg scherp te hebben. De focus ligt bij jongeren op de beloning op korte termijn in plaats van lange termijn waardoor zij eerder geneigd zijn risico's te nemen.

In de gesprekken die wij voerden, bleek telkens dat de context waarin jongeren opgroeien enorm verschilt met tien jaar geleden. Dat verschil maakt het ontzettend ingewikkeld om jongeren te behoeden voor schulden.

1.1. ONREALISTISCH BEELD VAN DE WAARDE VAN GELD

Jongeren hebben een onrealistisch beeld van wat 'normaal' is qua financiële huishouding. Via sociale media krijgen zij voortdurend prikkels door die sturen op het kopen van dure spullen. Zowel van jongeren als van professionals horen wij hoe het beeld dat jongeren hebben van wat 'normaal' is qua waarde van geld veranderd is. Hierin worden twee factoren genoemd: de rol van sociale media én de rol van opvoeding.

Bij Koersvast Zorg komen jongeren met mentale problematiek. In de ontwikkeling van mentale problematiek spelen schulden vaak een rol. '*Jongeren hebben een heel onrealistisch beeld van geld en spullen. Ik zie veel groepsdruk. Vroeger was dat er ook, maar ging het om andere bedragen. Dan hoorde je erbij als je een Lacoste shirt had. Dat kostte dan bijvoorbeeld 100 euro. Nu moeten jongeren Balenciaga's hebben van 800 euro. Welke ouder met een modaal inkomen kan dat betalen? Maar door sociale media wordt het zó genormaliseerd.' (Freddy Tavares, bestuurder Koersvast Zorg).* Dat beeld wordt bevestigd door andere professionals: *'Jongeren willen er graag bij horen. Dat betekent dat je nagels zijn gedaan, je de juiste merkkleding hebt, de nieuwste telefoon en elk seizoen nieuwe sneakers draagt. Dit beeld wordt versterkt door sociale media. Daar krijgen ze constant te zien wat er allemaal te koop is' (Medewerkers SKIN-Rotterdam). 'Er wordt van alles op ze afgevuurd: reclames, influencers, aanbiedingen... alles is gericht op kopen. Tegelijkertijd leren we ze niet hoe geld eigenlijk werkt.' (Schoolmaatschappelijk werker Wilma)*

Madelief: '*Wat het dus is, is dat je constant in je omgeving geconfronteerd wordt met jongeren die alles maar krijgen en kopen. Ondertussen zie je dat ook op sociale media. Ik vind het best lastig om dan te moeten zeggen: ik heb het geld niet.'* Meer jongeren benoemen de hyperconsumptie door groepsdruk als probleem. *'Om erbij te horen doe je wat anderen doen, wil je hebben wat anderen hebben.' (Sven)*

Die groepsdruk gaat niet alleen om kopen, maar ook om het meedoen aan sociale activiteiten. *'De druk om mee te doen in het studentenleven zorgt er soms voor dat ik meer uitgeef dan ik heb.' (Amara)*

Naast de voortdurende prikkels om te kopen, schetsen sociale media ook een niet realitsch beeld van snel rijk worden. Jongeren krijgen voortdurend beelden te zien van andere jongeren of jongvolwassenen die heen en weer kunnen naar Dubai of met sociale media veel geld verdienen. *'Op Instagram zie ik elke dag video's van mensen die vertellen hoe zij snel rijk zijn geworden. Ze doen dan alsof iedereen makkelijk en snel 'passief inkomen' kan genereren. Maar niet iedereen die je daar ziet is echt rijk of verdient echt geld met crypto ofzo. Mensen denken dat wel en leggen soms heel veel geld in bij iets wat je niet kan vertrouwen. Dat snel heel veel geld verdienen eigenlijk niet bestaat, zou ook meer gedeeld moeten worden als tegengeluid tegen finfluencers*[3]*.' (Achmed)* Volgens medewerkers van SKIN-Rotterdam komt gokken onder jongeren steeds vaker voor, vooral online. *'Jongeren zijn daarbij extra kwetsbaar omdat hun impulsen en*

3 Finfluencers zijn financiële inlfuencers die bijvoorbeeld beleggingsaanbevelingen doen.

besluitvorming nog volop in ontwikkeling zijn. Daardoor kunnen ze sneller meer geld inzetten dan bedoeld, verliezen verdoezelen of gokken gebruiken als ontspanning of vlucht. Bij een deel groeit dat uit tot risicovol of zelfs verslavend gedrag.'

Naast de prikkels van sociale media horen we ook dat de manier waarop jongeren financieel opgevoed worden nogal eens verschilt. Bij sommige jongeren lijkt financieel realisme of financieel bewustzijn geen standaard onderdeel van de opvoeding. Zo werd bij een van de gesprekstafels duidelijk dat geen van de jongeren zakgeld ontving of zicht had op hun eigen bankrekening. Ze hadden wel een betaalpas, maar daar werd willekeurig door de ouders geld op gestort wanneer dit nodig was.

1.2. HET GEMAK VAN SCHULDEN AAN KUNNEN GAAN

Het aangaan van een schuld is steeds gemakkelijker geworden. Dat komt onder andere door Buy Now Pay Later-diensten. Iets kopen waar je het geld niet voor hebt – of dat nou schoenen zijn of een vakantie – is opeens mogelijk. *'Er hoeft maar één ding op TikTok rond te gaan, een matcha trend, een crompouce of weet ik veel wat, iedereen wil het. Iedereen wil het nieuwste, of het nou kleren zijn of iets anders. We leven in een volgmaatschappij. Iedereen volgt elkaar en dan letten mensen er niet op van: hé, ik kan het me niet veroorloven. Nee, die heeft het, dus ik moet het ook hebben. Ik denk dat dat ook een groot probleem is: dat mensen niet op de hoogte zijn wat de gevolgen zijn van hun uitgaven. En sowieso denken jongeren daar niet aan want papa en mama regelen dat negen van de tien keer. Dat hoeft niet bij iedereen natuurlijk zo te zijn, maar tot je 18e regelen je ouders dat en daarna, wat doe je dan?' (Jouzra)*

Het gemak van leningen aangaan of spullen op afbetaling kopen, lijkt steeds normaler én gemakkelijker. *'Ik vind dat het nu véél te gemakkelijk is om in de schulden te komen. Een telefoonabonnement heb je zo afgesloten. Je hebt alleen een paspoort nodig. Er is nul controle op.' (Freddy Tavares, bestuurder Koersvast Zorg)*. De beweging van achteraf betalen beperkt zich niet alleen tot online shoppen, maar is actief bezig met uitbreiding naar fysieke winkels, wat het nóg verleidelijker maakt om een schuld aan te gaan.

Positief is dat per november 2026 het voor jongeren onder de 18 jaar moeilijker wordt gemaakt om via Riverty of Klarna te bestellen. Kredietverstrekkers en aanbieders van Buy Now Pay Later-diensten krijgen dan te maken met nieuwe Europese regels die vooral jongeren beter beschermen tegen het gemak waarmee ze in de schulden kunnen raken. Tegelijkertijd maken jongeren zich zorgen dat het alsnog te gemakkelijk is door bijvoorbeeld een paspoort van moeder in te scannen.

1.3. BEELDVORMING OP SCHULD

De lading van het woord 'schuld' lijkt te zijn verschoven. Een schuld bij Klarna ervaren jongeren vaak niet als schuld want, zo zeggen ze: 'je kan het toch over een maand betalen'. *'Bijna iedereen die ik ken gebruikt wel eens de optie achteraf betalen. Het is zo normaal geworden. Maar niemand vertelt dat je eigenlijk gewoon aan het lenen bent.' (Lars)* Dat beeld ziet Freddy Tavares van Koersvast Zorg ook: *'De schulden die ik zie, gaan over Unibet, Toto, Bol, maar vooral Klarna. Klarna is echt oorzaak nummer één. Weet je wat het ergste is? De jongeren denken dat het geen schuld is. Ze zeggen: 'Ik krijg dan en dan geld en dan betaal ik het.' Maar het is gewoon een schuld.'*

Naast 'officiële' schulden bij diensten als Klarna, horen wij van jongeren dat 'vrijwel iedereen' wel een schuld heeft bij zijn ouders, broer of zus. *'Of ik schulden heb? Hoe serieus bedoel je dat? Ik moet nog 120,56 euro aan mijn zus betalen. Maar dat kan ik nog doen en dat voelt niet als een schuld. Er hangt toch ook niets*

aan vast?' (Madelief). En Emily vertelt: *'Van mijn vrienden weet ik dat best veel van hen schulden hebben bij hun ouders. Maar dat telt natuurlijk niet helemaal, want dan betaal je geen rente en kan je zelf beslissen wanneer en hoe je dat terugbetaalt.'* Schulden bij familie zien jongeren niet als schuld maar als iets wat 'iedereen' doet.

Jongeren vertellen ook dat in hun uitgavenpatroon het gebruikelijk is om uitgaven met elkaar te verrekenen waardoor eigenlijk iedereen in bepaalde groepen wel een schuld bij een ander of een ander bij jou heeft uitstaan, wat ervoor zorgt dat er weinig overzicht is.

Ook de normaliteit van lenen bij DUO speelt een belangrijke rol. De overheid heeft genormaliseerd om schulden aan te gaan door de basisbeurs af te schaffen en studiefinanciering of OV enkel als lening te verschaffen. Dat dit van jongeren wordt verwacht, normaliseert het aangaan van schulden op jonge leeftijd. Het lijkt normaal geworden te zijn dat wanneer je studeert, je bij leent bij DUO. Daarmee draagt de overheid óók bij aan het normaliseren van schulden aangaan. *'Ik ken best veel mensen om mij heen die een heel hoge DUO schuld hebben. Ook je studenten-OV is in eerste instantie een lening die pas na het behalen van je diploma wordt omgezet in een gift. Vaak weten jongeren niet dat studiefinanciering een lening is en dat je dat allemaal moet terugbetalen als je de studie niet afmaakt.' (Kiki)*

2. ERVARINGEN

Wij vroegen jongeren en professionals wat ervoor zorgt dat jongeren schulden aangaan en wat ertoe leidt dat zij de stap naar hulp niet snel nemen.

2.1. PRATEN OVER GELD EN GELDPROBLEMEN

2.1.1. TABOE

Praten over schulden en gebrek aan geld doen jongeren niet snel. In een maatschappij waarin uiterlijk vertoon belangrijker lijkt te zijn dan een gezonde financiële huishouding, is het voor jongeren extra moeilijk om hierover met iemand te praten. In eerdere gesprekken die wij voerden over mentale gezondheid, merkten wij dat jongeren daar makkelijker over lijken te praten dan over schulden. Praten over geld voelt voor jongeren ongemakkelijk. In vriendengroepen ontstaat daardoor snel de stilzwijgende verwachting dat degene met het grootste budget betaalt. *'We spreken niet uit wat we van elkaar verwachten. Ik ga er dan maar vanuit dat de persoon met het meeste geld betaalt en juist daar gaat het mis. Als je niet eens bespreekt hoe je kosten eerlijk verdeelt, hoe durf je dan te vertellen dat je schulden hebt?' (Hamid)*. Doordat het taboe blijft om je financiële zorgen te bespreken, wordt het probleem ook niet opgelost. Vaak bespreken jongeren hun geldzorgen pas als deze echt problematisch zijn. *'Onze hoop is dat jongeren leren eerder over geldzorgen te praten. Als je anoniem over je geldzorgen kan praten, zoeken jongeren wellicht ook eerder hulp. Jongeren wachten gemiddeld tweeëneenhalf jaar voordat ze bij ons aankloppen. In die tussentijd groeien de schulden enorm. De belangrijkste oorzaken daarvan zijn schaamte en niet weten dat er hulp is.' (Rotterdamse Douwers)*. Ook SKIN-Rotterdam ziet schaamte en schuldgevoel: *'Veel jongeren vinden dat hun schulden hun eigen schuld zijn.'*

Dat er een taboe zit op praten over geldproblemen en het zoeken van hulp herkennen jongeren die schulden hebben (gehad): *'Mag je wel om hulp vragen? Veel jongeren ervaren best een groot verantwoordelijkheidsgevoel. Dan staan schulden gelijk aan falen. Het is JOUW probleem.' (Arend)*

> ► **Doorbreek het taboe rondom schulden door geldzaken bespreekbaar te maken. Ontwikkel daarom een campagne om jongeren effectief te bereiken. Doe dat zowel fysiek als online.**

Het taboe is nog groter onder jongeren met een 'zwarte' schuld. Zij hebben geen schulden bij formele instanties maar bij anderen die hen bijvoorbeeld afpersen.

De Rotterdamse Douwers vertelden over een jongen die in ruil voor de vrijlating van een neef geld moest overmaken. Dit soort geldstromen komen vaak pas laat aan het licht. Dat deze groep jongeren aandacht verdienen, komt in meer gesprekken naar voren: (…) *'Dit gaat allemaal om zwarte schuld. Het zijn geen bedragen die uitstaan bij instanties, maar bij mensen van de straat. Dat is veel ingewikkelder. Want er is geen weg om dit goed op te lossen. De enige oplossing is: niet betalen. Die vormen van zwarte schuld spelen allemaal bij jongeren onder de achttien. De schulden die dan ontstaan, worden vaak ook omgezet in pesterijen. Uiteindelijk breken de jongeren mentaal en dan komen ze bij ons in zorg. Als we dan doorvragen, blijkt dat zo'n zwarte schuld vaak de oorzaak is.' (Freddy Tavares, bestuurder Koersvast Zorg)*

Volgens financieel jongerenwerker Michel[4] heeft één op de vijf problematische schulden bij jongeren een relatie met criminaliteit. Belangrijk is dan ook om schulden niet als apart thema te benaderen maar in samenhang met andere problemen en daarmee integraal aan te pakken.

2.1.2. TABOE DOORBREKEN

Het stimuleren van praten over geldzorgen is een eerste stap voor jongeren om de stap naar hulp te durven en kunnen zetten. Als er niet over gepraat wordt, weten jongeren ook niet waar ze terecht kunnen en blijven zij alleen met hun (oplopende) schulden rondlopen: '*Wat mij het meest raakt, is dat ze zich schamen. Ze denken dat ze de enige zijn die dit overkomt, terwijl het eigenlijk heel vaak voorkomt. Jongeren proberen het eerst zelf op te lossen, maar als er aanmaningen komen of extra kosten bijkomen, weten ze niet meer wat ze moeten doen.' (Schoolmaatschappelijk werker Wilma)*

Jongeren geven aan dat rolmodellen (jonge mensen waarin zij zich herkennen en die openlijk vertellen over hun (vroegere) schulden) hen zouden helpen te beseffen dat zij niet de enigen zijn met geldproblemen. Het inzetten van ervaringsdeskundigen zou voor jongeren helpen zich minder alleen te voelen en zou ervoor zorgen dat zij makkelijker het gesprek met anderen aangaan.

Daarnaast zou het zichtbaar en relevant maken van het thema schulden jongeren kunnen helpen. Jongeren praten onderling over onderwerpen die in het nieuws zijn of online veel aandacht krijgen. Volgens sommige jongeren kan meer media-aandacht het onderwerp actualiseren en zo gesprekken over schulden onder jongeren stimuleren.

2.2. GEBREK AAN KENNIS

Jongeren vertellen dat zij kennis missen. Het gebrek aan kennis gaat in brede zin over wat een gezonde financiële situatie is tot aan wat de schuldenindustrie inhoudt.

2.2.1. ALGEMENE KENNIS

Jongeren missen basiskennis over hoe zij op een gezonde manier met geld moeten omgaan. Vragen als 'hoe zorg je voor een gezonde financiële basis?' en 'hoe spaar je?' hoorden wij in verschillende gesprekken. *'Ik weet gewoon niet hoe het wél moet,'* benoemt een jongere.

Weinig jongeren leren budgetteren. *'Als jongeren weten dat sparen belangrijk is, weten ze vaak niet hoe ze dat moeten aanpakken. Waar begin je mee? Hoe stel je spaardoelen? Wat is verstandig?' (Ben)*

Wat ook opvalt in de gesprekken is dat weinig jongeren echt inzicht hebben in hoeveel geld zij hebben. Zij kunnen bijvoorbeeld niet bij hun rekening. Een jongere (18 jaar): *'Ik heb geen idee wat er op mijn rekening staat. Ik heb apple-pay, daar zit de bankpas van mijn moeder aan gekoppeld. Dus ik betaal alles met haar pas.'*

'Goed met geld omgaan betekent ook dat je leert vooruitkijken. Bijvoorbeeld weten wanneer iets een probleem wordt: als je niet genoeg geld hebt om noodzakelijke dingen te doen, of als je keuzes moet maken tussen basisbehoeften en luxe-uitgaven.' (Sven)

4 Radstake, D. (2025, 12 november). Michel leert jongeren hoe ze met hun geld moeten omgaan

Het gebrek aan kennis over sparen, prioriteiten stellen en een gezonde financiële huishouding wordt extra belangrijk als jongeren achttien worden. Hoewel de meeste jongeren informatie hebben ontvangen in een brief, blijkt toch dat zij zich onvoldoende toegerust voelen in hun overgang naar volwassenheid en hoe dit invloed heeft op hun financiën: *'Ik heb geen idee wat er allemaal bij komt kijken als ik volwassen word.'* In een groepsgesprek kwam het gebrek aan informatie ook naar voren: '*Wij leren echt te weinig op school over geld. Bijna niemand krijgt uitgelegd wat je zelf moet regelen zodra je achttien wordt: zorgverzekering, toeslagen, belasting, huur, etc.'* Een jongere die inmiddels volwassen is, heeft de overgang als intens ervaren: *'De overgang naar volwassenheid kan financieel gezien best zwaar zijn. Zodra je achttien wordt, moet je ineens alles zelf regelen: huur, verzekeringen, belastingen, zorgpremie, rijbewijs, enzovoorts.'*

2.2.2. KENNIS OVER DE RISICO'S VAN LENEN

Ook missen jongeren kennis over de risico's van schulden aangaan. De risico's zijn weinig bekend. Als voorbeeld noemt een jongere DUO: *'Ik weet dat als ik ga studeren DUO kan aanvragen. Natuurlijk ga ik dat doen. Maar bijna niemand in mijn omgeving weet dat als je extra leent of je diploma niet haalt dat dan ook moet terugbetalen.'* Annelies: *'Een vriend heeft 80.000 euro schuld bij DUO. Dat komt deels door de rente, maar ook doordat hij zijn studie niet heeft afgemaakt. Als je niet weet waar je aan begint, kan het zo snel oplopen.'* Soraya: *'Ik had graag meer duidelijkheid gehad voordat ik een lening aanging en wat de studieschuld later voor mij zou betekenen.'*

Ook de risico's van lenen bij andere organisaties zijn weinig bekend. Vaak worden Buy Now Pay Later-diensten genoemd. Informatie daarover ontbreekt. Het gaat dan zowel om het gemis van kennis over de risico's als over de gevolgen en wat er allemaal bij komt kijken als je schulden hebt die je niet kunt afbetalen, zoals een deurwaarder, wat een BKR-registratie inhoudt en wat een incassobureau is.

2.2.3 INFORMATIEBEHOEFTE

Jongeren hebben behoefte aan meer informatie over financiën.

Twee dingen vinden zij belangrijk:

1. Dat zij leren hoe zij verantwoordelijk met hun geld moeten omgaan;
2. Dat zij weten waar zij terecht kunnen als het onverhoopt niet goed gaat.

Wat jongeren graag willen leren is allereerst informatie over hoe zij financieel gezond kunnen zijn:

- wat een gezonde financiële situatie is;
- hoe zij effectief kunnen sparen;
- hoe zij prioriteiten moeten en kunnen stellen;
- wat de consequenties kunnen zijn en gevaren van niet bewust omgaan met je financiën.

Daarnaast hebben zij behoefte aan kennis over wat er gebeurt als het toch misgaat: inzicht in de risico's en gevaren van schulden: *'We leren van alles, maar niet hoe je met geld omgaat. Terwijl dat juist superbelangrijk is. Ik denk dat als je beter snapt hoe afbetalingen werken, je minder snel in de problemen komt.' (Lars)*

De kennisbehoefte is gericht op:

- Voorlichting over hoe belangrijk het is om alleen dingen te kopen die je op dat moment kunt betalen.
- Informatie over hoe de schuldenindustrie werkt en wat daar allemaal bij komt kijken. Daarbij willen zij specifiek informatie over deurwaarders, incassobureau's, beslaglegging, faillissement en BKR registratie.

Tot slot willen jongeren weten waar zij terecht kunnen als het onverhoopt toch niet goed is gegaan.

2.3. FINANCIËLE OPVOEDING

Uit gesprekken blijkt dat de thuissituatie en de aandacht die daar wordt gegeven aan financieel gezond zijn belangrijk is. De rol van ouders komt in verschillende gesprekken terug, zowel bij jongeren als professionals. Professionals vertellen dat ouders vaak weinig op de hoogte zijn van de ontwikkelingen op financieel gebied, zoals Klarna en Crypto. Dat zorgt er ook voor dat zij hun kinderen onvoldoende kunnen toerusten in hoe zij hiermee om moeten en kunnen gaan. Jongeren vertellen dat wanneer zij goed inzicht hebben in hun financiën en kennis hebben van sparen en hun financiële situatie, dat vooral komt doordat zij het van hun ouders geleerd hebben. Maar waar jongeren dat niet hebben, wordt dat ook als een gemis ervaren. *'Niet iedereen heeft ouders die zomaar even bij kunnen springen. Daardoor zie ik dat sommige vrienden schulden maken.' (Diede)*

Arend kwam op zijn 22e in de schulden: *'Ik ben opgegroeid met een veilig vangnet. Doordat er nooit financiële problemen waren, heb ik nooit geleerd hoe ik met geld om moest gaan. (…) Het motto in mijn familie was: let niet te veel op geld, wees er vooral vrijgevig mee. Maak je niet druk, het komt wel goed.'*

In Arends situatie leerde hij niet van huis uit om bewust met geld om te gaan omdat er altijd genoeg was. Dat beeld kwam ook naar voren uit de ervaringen van Madelief: '*Weet je wat het is? Kinderen krijgen echt alles van hun ouders. Als ze bellen: hup, geven ze geld. Kijk, ik zou het heel fijn vinden hoor, maar ik vind het echt geen goede opvoeding. Ze hebben geen realisme. Ik weet nu al wat ik kan kopen volgende maand. En nu ik geen geld heb moet ik het doen met make-up van drie jaar geleden. Een vriendin van mij, die zegt 'ik heb echt geen geld' belt dan haar pa en die maakt een paar honderd euro over. Ze heeft echt nul besef van de waarde van geld. Een vriend stuurt constant tikkies naar z'n ma, die alles betaalt. Eigenlijk vind ik dat ouders beter moeten opvoeden. Want nu leren zoveel kinderen aan dat ze alles krijgen. Ze hoeven maar te bellen en krijgen geld.'*

De rol van ouders is minstens zo belangrijk wanneer ouders zelf geldproblemen hebben. Wanneer je opgroeit in een schulden-omgeving, kan het lastig zijn om daar uit te komen. *'Kun je dan slimme beslissingen nemen? Er is een jongen die in schuldhulpverlening zit. Zijn moeder en zijn vriendin beiden ook. Dat is echt een groot probleem; je komt er bijna niet uit.' (Medewerkers Albeda).* Ook op een andere school herkent schoolmaatschappelijk werk dit beeld: *'Ouders zijn belangrijk in dit verhaal, maar het komt vaak genoeg voor dat ouders hun geldzaken zelf niet op orde hebben. Hoe kun je dan verwachten dat zij hun kinderen dit leren?' (Schoolmaatschappelijk werker Wilma).* Het effect op de kinderen is vervolgens groot: *'Een moeder van 23 jaar was voor het eerst in haar leven schuldenvrij. Haar ouders en grootouders hadden ook te maken met schulden. Eenmaal schuldenvrij wist ze zich geen raad. Ze had geen idee hoe dat moet: je financiën onder controle houden.' (Samen010)*

‘ALS IK WETHOUDER WAS...

*‘... **zou ik** eerst zorgen voor goede reclame. Ik zou een account op TikTok aanmaken, net als Rob Jetten en die andere mensen van politieke partijen. En dan met een mix van serieus en niet serieus dingen posten. Met sketches, interviewtjes, en dan een paar geldtips. En ik zou posters ophangen, vooral bij metrostations. Op plekken waar je moet wachten. Dan ga je toch rondkijken. En ik zou natuurlijk dat levenspakket ontwikkelen en aanbieden op scholen. En dan zou ik alles laten uitleggen door leuke mensen. Dus niet mensen die er geen zin in hebben, maar mensen die het ook echt leuk vinden om erover te praten. En dan ook meenemen in dat verhaal hoe je het NIET moet doen (dus hoe je in de schulden kunt komen) en dan ook hoe je er weer uit kunt komen (met hulp van de gemeente bijvoorbeeld)’*



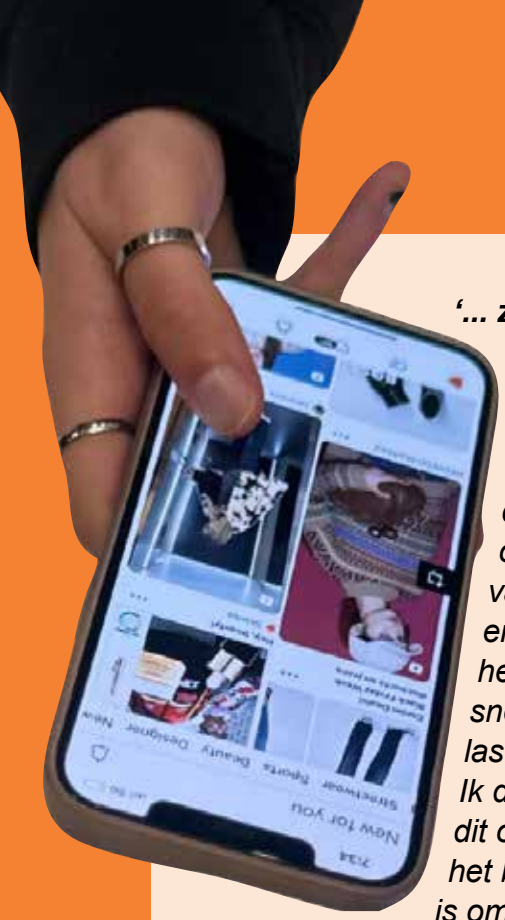
*‘...**zou ik** direct al die Klarna apps verwijderen. Dat is echt de minst nuttige toevoeging in het leven en het grootste probleem. Want je gaat vergeten. En het voelt zó k*t als je iets al hebt en dan nog moet betalen. Al die apps moet je bannen.’*

*‘... **zou ik** investeren in financiële educatie vanaf de middelbare school en structureel samenwerken met universiteiten en studentenverenigingen om preventieve informatie te verspreiden. Ook wil ik betaalbare studentenhuisvesting hoger op de agenda zetten.’*

*‘... **zou ik** zorgen dat er toegankelijke financiële voorlichting komt bij alle opleidingen in Rotterdam. Ook ga ik samenwerken met studentenverenigingen en universiteiten om het onderwerp bespreekbaar te maken.’*

*‘... **zou ik** zou zorgen dat alle studenten standaard een korte, verplichte voorlichting krijgen over financiën bij de start van hun studie (introweek bijvoorbeeld). Daarnaast zou ik subsidies of kortingen willen stimuleren voor studentenwoningen, zodat de druk van huur minder groot wordt ten koste van studie.’*

*‘... **zou ik** geldlessen koppelen aan dingen die jongeren leuk vinden, zoals games, challenges of events.’*



*‘**... zou ik** voornamelijk met jongeren van de derde t/m zesde op de middelbare over de risico’s van lenen en schulden hebben en hoe snel je daarvan last kan hebben. Ik denk dat bij dit onderwerp het belangrijk is om mensen bang te maken als het over grote bedragen gaat. Ik zou het eerder hebben over de grote gevolgen hebben en duidelijk uitleggen. Dit vaker doen gedurende de jaren, natuurlijk op mavo, dan heb je niet zes klassen daar dan op het MBO eerste jaar. Ik ben nu op die leeftijd en ik zou het fijn hebben gevonden om duidelijk uitleg te krijgen. In de zesde zou ik het dan fijn hebben gevonden dat iemand mij dat uitgelegd zou hebben.’*

*‘**... zou ik** ervoor zorgen dat als je geld leent dat je zou moeten kunnen bewijzen dat het niet naar een domme aankoop gaat, maar naar een belangrijke behoefte.’*

*‘**... zou ik** ervoor zorgen dat je op school hiervoor wordt begeleid. Vervolgens word je doorverwezen naar instanties die je persoonlijk kunnen begeleiden, want die bestaan al.’*

*‘**... zou ik** één site ontwikkelen met tips en hulp bij geldzaken.’*

*‘**... zou ik** ervoor zorgen dat er voor alle jongeren in Rotterdam die starten op de arbeidsmarkt een baangarantie is in hun veld.’*

*‘**... zou ik** ervoor zorgen dat prijzen lager worden en dat het goedkoper is en dat je minder last hebt van alles om je heen.’*

*‘**... zou ik** een festival organiseren in Rotterdam waar geldzorgen en -problemen bespreekbaar worden gemaakt.’*

*‘**... zou ik** de kracht van de gemeente gebruiken om het rijk te dwingen tot strengere maatregelen tegen schulden aangaan.’*

*‘**... zou ik** maatregelen nemen om vaste lasten te minderen.’*

*‘**... zou ik** steun bieden vanaf 18 jaar om goed terecht te komen.’*

*‘**... zou ik** Klarna of AfterPay helemaal verbieden.’*

*‘**... zou ik** jongeren een geldbedrag geven wanneer ze 18 jaar worden.’*



Samen010 begeleidt in het project ‘Geld en Gezin’ niet alleen de ouders met financiële problemen, maar betrekt óók de kinderen om hen te leren omgaan met financiën. Dit is een manier om kinderen en jongeren die in een ongezonde financiële situatie opgroeien tóch de handvatten mee te geven die nodig zijn om zelf financieel stabiel te zijn wanneer je volwassen bent.

Zowel professionals als jongeren zien een meerwaarde in het bereiken van jongeren met informatie via de ouders. Wanneer ouders meer worden toegerust in hoe zij hun kinderen financieel gezond op kunnen voeden, komt dat ook weer bij de kinderen en jongeren terecht. Het gaat dan om brede preventieve informatie: van hoe zij kinderen leren om bewust met hun financiën om te gaan tot informatie over wat er online aan informatie op jongeren wordt afgevuurd, zoals crypto, finfluencers en dropshipping. Ook de overgang van 18- naar 18+ is daarin belangrijk. Informatieoverdracht kan bijvoorbeeld in de vorm van ouderavonden, maar ook is er een idee om ouders een 18-18+ boekje te sturen zodat zij extra aandacht hebben voor deze belangrijke overgang.

- **Zet in op het voorlichten van ouders over hoe zij hun kinderen goed leren omgaan met geld. Doe dat door:**
  - **Gebruik te maken van flyers en boekjes;**
  - **Informatieavonden, zowel via het CJG als via scholen;**
  - **Sociale media in te zetten;**
  - **Het op het juiste moment in te zetten. Doe dit zowel als kinderen jong zijn (einde basisschool leeftijd) als rond zeventien jaar, om ouders óók voor te bereiden op de financiële overgang van 18- naar 18+.**

2.4. KENNISDELING OP SCHOOL

School is voor jongeren dé plek om ze effectief te bereiken. Waar thuis soms tekortschiet, kan school aanvullen.

2.4.1 LESSEN OP SCHOOL

Jongeren vertellen dat op school te weinig gepraat wordt over micro-economie: je eigen financiële situatie. Zij zouden informatie over micro-economie graag geïntegreerd zien in het onderwijs. *‘Nu leren we wel veel over macro-economie, maar niet hoe je zelf met je geld om moet gaan.’ (Zola).* De mate waarin jongeren nu op school iets meekrijgen over geldzaken lijkt sterk afhankelijk van de profielkeuze.

Verschillende (in)formele partijen zoals JIP bieden financiële educatie in de klas aanvullend op het reguliere lesprogramma. Uit de gesprekken bleek echter dat slechts een enkeling op school deze lessen over financiën heeft gehad. Het merendeel vertelde nog nooit informatie te hebben gehad. Tegelijkertijd bieden verschillende Rotterdamse organisaties geldlessen aan op het voorgezet onderwijs en mbo’s. Dit roept de vraag op of de lessen niet onthouden worden, of dat ze niet verspreid (genoeg) plaatsvinden. Een kwaliteitskader op preventie van schulden in het onderwijs kan helpen om preventie structureler aan te bieden op scholen.

- **Organiseer structurele aandacht voor geldzaken op middelbare scholen, waarbij informatie over micro-economie op huishoudniveau centraal staat.**
- **Ontwikkel een kwaliteitskader dat de kwaliteit en continuïteit van lessen over geld en geldzorgen waarborgt. Dit zorgt ervoor dat de gemeente meer regie kan nemen en de programma's van informele aanbieders breed kunnen worden ingezet op alle middelbare scholen, waardoor elke Rotterdamse jongere dit onderwijs ontvangt.**

2.4.2. DE IDEALE LES

De manier waarop er les over geld wordt gegeven is van groot belang. Niet alleen vertellen, maar juist een combinatie van luisteren naar (ervarings)deskundigen en het zelf actief aan de slag gaan werkt. Bijvoorbeeld over hoe een schuld in korte tijd kan oplopen: *'Ik heb behoefte aan informatie over de gevolgen voor andere studenten die al schulden hebben ervaren en wat de stand van zaken van hen nu is.' (Karin).* Volgens jongeren moeten de lessen niet te saai maar 'best grappig' en luchtig zijn. Jongeren noemen ideeën als educatie in de vorm van een spel als ideale manier om interactief te leren.

- **Ontwikkel een spel dat kan worden ingezet in de klas om samen interactief aan de slag te gaan met financiële uitdagingen.**

Van belang is ook dat dit niet alleen in economielessen wordt ingezet, maar voor alle profielen. *'Financiële educatie zou verplicht moeten zijn.' (Mehmet)*

2.4.3. SAMEN

Jongeren hebben behoefte aan lessen op school om – preventief – een gezonde financiële situatie te creëren, zeker als zij volwassen worden. Zij willen bovendien informatie over plekken waar zij terecht kunnen als het onverhoopt niet goed is gegaan. Zowel jongeren als professionals zien daarbij brood in samenwerking tussen formele en informele partijen. Vanuit jongeren ligt de behoefte vooral in het integreren van informatie op plekken waar zij nu al komen.

'Ik denk dat het heel belangrijk is om te investeren in financiële educatie vanaf de middelbare school én structureel samen te werken met universiteiten en studentenverenigingen om informatie te verspreiden.' (Leroy).

Jongeren krijgen een boekje toegestuurd wanneer zij bijna achttien worden met informatie. Uit de interviews die wij hielden, blijken veel jongeren die onvoldoende te vinden. Van de gemeente krijgen zij een brief, maar lezen doen zij die niet snel. *'Brieven werken voor mij echt niet. Ik lees dat toch niet. Ik vind het niet interessant, ik vind het niet belangrijk.' (Madelief)* Het zou hen helpen, als er op school óók aandacht aan de inhoud van het boekje wordt besteed zodat je niet alleen een boekje ontvangt, maar daar ook over in gesprek kunt.

► **Maak gebruik van een video naast het boekje over achttien worden dat jongeren ontvangen voordat ze achttien worden. In deze video worden de punten in het boekje visueel uiteengezet, dit blijft beter hangen dan een boekje. Deze worden vervolgens idealiter op school besproken.**

Veel jongeren vertellen het boekje over achttien worden niet te lezen. Bij jongeren die in een gezin zijn opgegroeid met financiële stress, komt daar een extra lading bij: *'Jongeren hebben vaak geen idee wat er op hun achttiende allemaal op hen afkomt. Wanneer ze uit een gezin komen waar altijd spanning is als het gaat om geld, zijn ze er vaak ook bang voor.' (Samen010)* Belangrijk is om óók oog te hebben voor deze emotionele kant, zeker van jongeren uit gezinnen waar financiën altijd een probleem zijn geweest. Zij willen hun ouders niet nog meer stress bezorgen. Dit zorgt ervoor dat ze er niet over durven praten en minder snel open staan voor informatie.

In het preventieve veld zijn al veel informele en formele organisaties actief die een aanbod hebben. Toch lijkt het heel afhankelijk van óf er een samenwerking is en óf jouw school meedoet.

► **Stel samen met Rotterdamse scholen en organisaties die nu financiële educatie aanbieden een convenant op waarin alle partijen zich committeren aan structurele financiële educatie: veranker financiële lessen voor jongeren van 10 tot 17 jaar in het lespakket.**

2.5. DE STAP NAAR HULP

De stap naar hulpverlening wanneer jongeren in financiële problemen zitten, voelt voor velen groot.
De eerste reden is dat jongeren de mogelijkheden voor hulpverlening die er zijn niet (allemaal) kennen. Daarnaast ervaren jongeren angst voor wat er gebeurt wanneer zij aankloppen voor hulp. Tot slot speelt mee dat de beeldvorming over de gemeente niet altijd bijdraagt aan het nemen van de stap naar hulp bij financiën.

Wat de stap naar hulp ook groot maakt, is dat het meestal niet gaat om één hulpvraag. Vaak spelen er meerdere problemen in het leven van een jongere waardoor het niet zo simpel is als 'ik heb schulden en ik heb daar hulp bij nodig.' Als je je ondertussen ook eenzaam voelt, geen uitzicht hebt op een huis of je studie niet lukt, kan het voor jongeren lastig zijn om dat los van elkaar te zien. Belangrijk is dan ook om schulden integraal aan te pakken.

2.5.1. GEBREK AAN KENNIS OVER DE MOGELIJKHEDEN

Geen enkele jongere die wij spraken zónder schulden wist van mogelijkheden om bij de gemeente om hulp te vragen wanneer zij in financiële problemen zouden zitten. De weg die jongeren in eerste instantie voornamelijk noemen is: 'mijn moeder'. De gemeente is niet een instantie waarvan jongeren weten dat zij er terecht kunnen.

De beeldvorming die jongeren hebben op wat de gemeente doet, is beperkt tot *'de mensen die de straat opruimen', of 'geeft geld aan scholen', of 'geeft paspoorten af?'*

Een risico van het gebrek aan kennis is dat jongeren oplossingen zoeken in het lenen bij vrienden of elkaar verkeerde adviezen geven waardoor zij nog verder in de problemen komen. *'Wat jongeren eigen is, is dat*

ze risico's nemen. Want ze willen wel aan geld komen. Ik zie dan gebeuren dat zij gaan stelen, of dat ze bij vrienden gaan lenen.' (Freddy Tavares, bestuurder Koersvast Zorg)

Belangrijk is dat jongeren in hun financiële educatie op scholen óók al informatie krijgen waar je terecht kunt als het niet goed gaat. Wanneer jongeren vervolgens informatie van de gemeente tegenkomen over hulp bij financiën, is dat eerder een herhaling dan nieuws.

Jongeren bereiken met informatie over waar zij heen kunnen gaan als zij in problemen komen, kan de gemeente op verschillende manieren doen. De gemeente kan op scholen een feestelijke dag organiseren om over geldzaken te praten. Belangrijk vinden jongeren het dat de sfeer dan luchtig is. *'Als ik wethouder zou zijn, zou ik zorgen dat alle studenten een korte verplichte voorlichting krijgen over financiën bij de start van hun studie. Bijvoorbeeld in de introweek.' (Abigail)*

Ook zien jongeren brood in een politiek spel met geldzaken op school. In spelvorm is het een stuk luchtiger. Tot slot kunnen jongeren bereikt worden via schoolmaatschappelijk werk. Dat heeft wel een kanttekening. Niet op iedere school kan een leerling zomaar aanspraak maken op schoolmaatschappelijk werk. Bij de ene school is er een soort inloopspreekuur, maar er zijn ook scholen waarbij eerst een speciale verwijzing moet komen door een zorgteam binnen de school, een hulpvraag geformuleerd moet worden en dit formulier moet ondertekend worden door alle partijen die voogdij hebben. Dit geldt voor leerlingen tot 16 jaar. Leerlingen vinden dit veel te bureaucratisch. Sommige scholen hebben ook jongerenwerkers binnen de school. De drempel om naar hen toe te gaan is lager.

Naast de rol van school spelen ook werkgevers een rol in het verlagen van de drempel tot hulp. De meeste jongeren die wij hebben gesproken hebben een baantje. Werkende jongeren kunnen óók in financiële problemen komen. Positief vinden wij dat de gemeente Rotterdam aandacht heeft voor de 'werkende armen' en de rol van werkgevers hierin. Wij pleiten voor extra aandacht voor deze groep jongeren; juist vanwege de context zoals wij die beschreven in het eerste hoofdstuk.

2.5.2. ANGST

Ook vertellen jongeren dat zij niet snel om hulp vragen uit angst de regie te verliezen. Dat herkennen de Rotterdamse Douwers: *'Voordat ze een afspraak hebben, moeten zal al hun gegevens opsturen. De stress en chaos is vaak zo groot dat ze deze niet gelijk paraat hebben. Als jongeren eindelijk een afspraak hebben bij Geldplein, zie je toch dat ze soms afhaken. De angst is dat ze in budgetbeheer moeten, dat ze de regie kwijt zijn over hun situatie. Jongeren willen wel geholpen worden met betalingsregelingen, maar ze willen dat in eerste instantie zelf doen. De weerzin om te worden geholpen door de overheid is groot. Er is vaak ook al een hoop aan de situatie voorafgegaan voordat jongeren aankloppen voor hulp.'*

Arend maakte de stap naar hulp vanuit de gemeente niet. Hij benoemt een breder gevoel van angst voor instanties; van zorgverzekeraar tot gemeente. *'Bij die brieven krijg je het gevoel dat iemand boos is. Maar het is een instantie, niet iets persoonlijks. Maar zo voelt het wel. Het voelt dreigend.' (Arend)*

Er is behoefte aan meer inzicht in de verschillende mogelijkheden die er zijn:

'Wat jongeren nodig hebben, is dat hen eerlijk verteld wordt wat hun opties zijn. Er is Geldplein, maar ook een Nieuw Vaarwater, Social Debt, en zo meer. Dat geeft ze regie en een keuze. En dat is voor iedereen belangrijk, maar voor jongeren misschien wel des te meer.' (Rotterdamse Douwers)

Wanneer jongeren dan toch voor hulp aankloppen, is het van belang dat zij goed geïnformeerd worden over wat een traject inhoudt. Ook dat geeft jongeren grip en regie.

'Ik ben bang dat als ik naar de gemeente ga het heel veel gezeik oplevert en dat ze me niet los laten. Dat je dan dus voor heel lang vast zit. Wat ik nodig zou hebben, is dat ik me eerst in zou kunnen lezen. En ik zou willen weten hoeveel gezeik het me zou opleveren als ik me zou aanmelden. Ik vind dat echt heel belangrijk, dat ik zelf dingen kan bepalen. En ik wil weten wat je precies moet doorstaan. En kost dat traject dan ook weer geld? Ik wil echt helemaal de hoe en wat weten.' (Madelief)

Een filmpje waarin de verwachtingen over en weer duidelijk zijn en welke stappen je doorloopt, kan helpen.

> ► **Verlaag de drempel naar hulp door van tevoren duidelijk aan jongeren uit te leggen wat ze kunnen verwachten van de hulp van de gemeente. Doe dit door een video-explainer te ontwikkelen waarin wordt uitgelegd wat jongeren van een afspraak bij het Jongerenloket of Geldplein precies kunnen verwachten. Zo wordt de drempel lager om naar een afspraak te komen.**

Wat ook werkt volgens jongeren, is laagdrempeligheid. Een (eerste) afspraak op een bepaalde tijd in een kantoor is voor jongeren die al zoveel aan hun hoofd hebben bijna niet te overzien. Dat herkennen Nieuw Vaarwater en de Rotterdamse Douwers. Zij hebben een laagdrempelige inloop waarbij jongeren niet direct alles mee hoeven nemen maar eerst gewoon hun verhaal kunnen doen.

> ► **Maak de gemeente laagdrempeliger door persoonlijke en positieve verhalen van jongeren die hulp hebben ontvangen uit te dragen in de communicatie.**

2.5.3. NEGATIEVE BEELDVORMING

Tot slot hebben jongeren last van een negatieve beeldvorming van de gemeente. *'De overheid, en dus ook de gemeente, heeft best een slecht imago. Ik ben slachtoffer van het toeslagenschandaal. Ik zou dus echt niet naar de gemeente stappen als ik financieel in de problemen zou komen.' (Bowie)* Ook Arend ervaart de gemeente niet als een plek waar je terecht kunt voor hulp bij financiën: *'De gemeente voelt voor mij als een deel van dezelfde groep aan wie ik moet betalen. De gemeente plaats je mentaal in de categorie van organisaties bij wie je schulden hebt. De gemeente zit voor mij meer in de probleemhoek dan in de oplossingshoek.'* Dat beeld komt ook bij Nieuw Vaarwater naar boven: *'Omdat 80-90% van de vorderingen overheid gerelateerd is, voelt de gemeente als onderdeel van het probleem en zullen jongeren wantrouwig zijn.'* Volgens hen werkt het beter als de gemeente samenwerkt met onafhankelijke organisaties zoals Nieuw Vaarwater, het jongerenwerk en geloofsgemeenschappen. *'Het maakt ons niet uit wie helpt, als mensen maar geholpen worden. Laten we ons alsjeblieft richten op die negentig procent die nu helemaal niet in beeld is.'* Een overtuiging die door meer informele organisaties wordt gedeeld.

Ook ervaren jongeren dat wanneer zij toch bij de gemeente aankloppen er vaak lange wachttijden zijn. Het JIP (Jongeren Informatie Punt) ziet de negatieve beeldvorming ook bij jongeren die bij hen komen voor hulp. *'Over het algemeen is het imago van de gemeente niet erg positief. Veel jongeren staan negatief of wantrouwend tegenover hulp. Ze vermijden deze hulp liever uit angst voor mogelijke negatieve gevolgen*

of een vervelende nasleep. Over het algemeen hebben jongeren weinig vertrouwen in gemeentelijke initiatieven. Ze denken: 'als je bij de gemeente loopt, krijg je zeker maar tien euro per week.' (JIP)

Er is behoefte aan duidelijkheid en aan positieve verhalen over hoe jongeren wél geholpen zijn. Dat vermindert de negatieve beeldvorming. Ook is behoefte aan de laagdrempelige informele organisaties; zeker wanneer jongeren uit wantrouwen écht de stap naar hulp bij de gemeente niet nemen.

2.5.4. SAMENWERKING

De organisaties met wie wij gesproken hebben – en dat is nog maar een kleine greep aan wat Rotterdam rijk is – bieden allen waardevolle, positieve en kansrijke hulp aan jongeren. Allemaal op hun eigen, laagdrempelige, specifieke manier. Zoals de Rotterdamse Douwers het omschrijven: *'Wij zijn echt aanvullend aan de formele wegen. Wij zien het als een puzzelstukje, waar iedere organisatie één stukje van de puzzel is waardoor jongeren geholpen kunnen worden.'*

Van belang is die organisaties vooral in hun kracht te laten en te laten doen waar zij goed in zijn. Júist in het stukje waar jongeren minder snel hulp van de gemeente accepteren. Maar die grote hoeveelheid aan organisaties moeten elkaar wel structureel en effectief weten te vinden. *'Het hulpaanbod in Rotterdam is te versnipperd en onoverzichtelijk. Er bestaan veel goede initiatieven, stichtingen en organisaties. Maar samen vormen zij een complex speelveld. Er is een wildgroei ontstaan. Het speelveld is te groot en onoverzichtelijk voor jongeren. Binnen de gemeente zijn verschillende plekken waar jongeren terecht kunnen. Dat leidt ertoe dat jongeren van de ene organisatie naar de andere worden gestuurd: Jongeren zijn geen speelbal die van speler naar speler kan worden gespeeld.'* Dat beeld horen we ook bij medewerkers van het Albeda: '*Wat wij wel merken, is dat er behoorlijk veel overlap is. Verschillende partijen worden gesubsidieerd en doen hetzelfde. Meer samenwerking daarin zou fijn zijn.'* Een bijkomend voordeel van de samenwerking tussen informele organisaties onderling, en tussen de gemeente en informele partijen, is dat dit jongeren helpt bij hun beeldvorming over de gemeente en eventuele angst vermindert.

Het is van grote meerwaarde als informele organisaties die jongeren goed weten te bereiken een meerjarige subsidie kunnen aanvragen. Jaarlijks aanvragen helpt niet om het werk effectief te doen.

► **Zorg voor een meerjarig subsidiekader voor informele organisaties in de stad die jongeren met schulden effectief weten te bereiken.**

2.6. ZICHTBARE AANWEZIGHEID

2.6.1 SOCIALE MEDIA

Jongeren willen het liefst bereikt worden via hun ‘eigen’ kanalen’ met een taal die aansluit op hun belevingswereld maar niet in jongerentaal.

Jongeren zitten het meest op TikTok en Instagram. Zij noemen die dan ook de plek waar zij het effectiefst te benaderen zijn. Wat lastig is, is dat zij daar óók de verhalen horen over – bijvoorbeeld – snel geld verdienen. Hoe kunnen zij filteren wat wel en niet waar is? Ze zien de berichten die hen geld gaan kosten én de berichten over hoe ze met geld moeten omgaan, zoals sparen.

Sociale media spelen een dubbele rol: enerzijds veroorzaakt het druk en consumptiegedrag, anderzijds kan het een krachtig middel zijn om jongeren te informeren. *‘De meeste jongeren klikken niet op overheidssites, dus als je via sociale media jongeren wil bereiken, moet het via rolmodellen of kleine beloningen zoals cadeaubonnen.’*

‘Op zich zou de gemeente via TikTok wel wat kunnen doen, maar het probleem blijft dat je kan wegswipen. Niemand gaat natuurlijk een video van de gemeente afkijken.’ (Madelief)

Veel jongeren herkennen zich in wat Madelief zegt. Wanneer de gemeente een filmpje zou posten op TikTok, zeggen vrijwel alle jongeren dat zij dat direct weg zouden swipen. De gemeente kan nauwelijks opboksen tegen de hoeveelheid interessantere content en verdwijnt zo in de tijdlijn. Geldzorgen is niet echt een sexy onderwerp. Om te voorkomen dat jongeren de gemeente wegswipen, hebben jongeren verschillende ideeën.

Bijvoorbeeld influencers inzetten, maar geen influencers van de gemeente. Over influencers inzetten zijn jongeren verdeeld*. ‘Ik vind dat influencers die vaak in luxe leven niet goed anderen kunnen informeren in omgaan met geld.’ (Mano)* Madelief denkt hier net zo over: *‘Ik vind influencers wel goed om in te zetten. Maar serieus, die hebben echt nooit geldproblemen. Dus kan je hen daar dan serieus in nemen, als ze gaan zeggen wat je kan doen bij geldissues?’* Dit laat de fijnmazigheid zien van het inzetten van sociale media. Belangrijk is dan ook om jongeren echt direct bij de campagnes te betrekken en het daarmee door en voor jongeren te maken.

Ook is een idee om een juicy podcast met ervaringsdeskundigen in te zetten. Bijvoorbeeld als een soort interview tussen jongeren en gemeente.

Over leren via filmpjes van de gemeente staan jongeren positief, als het maar betrouwbaar en interessant is gebracht en niet te lang duurt.

Tot slot noemen jongeren dat informatie ook goed via kanalen kan worden gebracht die zij al kennen en als betrouwbaar en te vertrouwen zien. *‘Ik zou informatie wel willen krijgen via Hogeschool Rotterdam Instagram.’*

- **Ontwikkel een online campagne met:**
  - **Verschillende influencers die worden gevolgd door diverse groepen jongeren om het taboe op geldproblemen te doorbreken en het belang van 'status' te relativeren. Kies de juiste personen om de boodschap over te brengen.**
  - **Ervaringsdeskundigen waarin jongeren zich kunnen herkennen. Het besef dat je niet de enige bent is belangrijk.**
  - **Luchtige informatieve content. Maak daarbij gebruik van korte video's van maximaal 30 seconden om online een boodschap over te brengen.**
  - **Sensitiviteit in taalgebruik. Veel jongeren geven aan dat het níet werkt om als gemeente een hele jeugdige taal aan te slaan en jongerenjargon te gebruiken. Dit werkt averechts. In plaats daarvan: hou het simpel, informatief en kort.**

Wanneer de gemeente informatie geeft over waar zij terecht kunnen, zowel voor geldzorgen als voor extra informatie, is het wel belangrijk dat die plekken vervolgens toegankelijk zijn ingericht voor jongeren. Jongeren vertellen dat zij het liefst niet bellen, maar juist behoefte hebben aan een overzichtelijke website met een chatbot met AI die je direct goede informatie geeft.

Het moment om extra in te zetten op de communicatie over mogelijkheden is voor jongeren duidelijk: *'Doe dat aan het einde van de maand. Dan zijn de meeste mensen blut.'*

'Ik maak nu wel eens gebruik van Klarna. Eigenlijk alleen als het bijna einde van de maand is en ik per sé iets moet hebben. Ik had bijvoorbeeld laatst een Halloweenfeestje maar ik had nog geen outfit dus toen heb ik snel wat besteld. Toen mijn salaris kwam, heb ik direct de rekening op Klarna betaald.' (Chris)

- **Zet een campagne op het juiste moment in. Veel jongeren zitten vlak voordat zij hun salaris ontvangen krapper bij kas en zijn dan gevoeliger voor zowel positieve als negatieve invloeden. Dat is het moment waarop een publiekscampagne zichtbaar moet zijn.**

2.6.2. FYSIEKE RUIMTE

Naast de sociale media kanalen, willen jongeren óók graag informatie op fysieke, reguliere plekken. Posters met een QR-code die je op een (toegankelijke) website brengen zou voor jongeren ook werken, of een fysieke plek waar informatie wordt gegeven: *'Ik zit zelf niet op sociale media. Voor mij zou een fysieke locatie het beste werken. Die zou ik dan ook bezoeken.' (Niels)*

Een fysieke publiekscampagne kan daarbij een belangrijke rol spelen, mits deze persoonlijk en menselijk is. Jongeren geven aan dat zij zich sneller aangesproken voelen wanneer zij echte leeftijdsgenoten zien die hun verhaal delen. Foto's en quotes van jonge mensen met eigen ervaringen op posters, schermen of via korte video's zorgen voor herkenning en normaliseren gesprekken over geld. Hierdoor verschuift de campagne van iets afstandelijks naar iets dat dichtbij voelt. *'Bijvoorbeeld toen bij het Centraal Station, daar hingen allemaal grote posters met zowel foto's als tekst. Dat pakte echt mijn aandacht.' (Máwi)* Hierbij kunnen ervaringsdeskundigen worden ingezet; bijvoorbeeld jongeren die open vertellen over schulden, sparen of financiële fouten. Dit maakt de boodschap geloofwaardiger en helpt het taboe te doorbreken. Een mooi voorbeeld is de tentoonstelling van Stichting Open Mind voor kinderen van ouders met een psychische beperking en/of een verslaving.

Ook houden jongeren van futuristische of vernieuwende elementen, zoals een opvallend digitaal scherm waar persoonlijke verhalen of tips voorbijkomen. Dit trekt de aandacht en maakt de campagne levendig. Binnen een campagne moet zowel ruimte zijn voor taboedoorbreking als heldere informatie: eerlijk, direct en in begrijpelijke taal.

Dergelijke campagnes zien jongeren graag in de publieke ruimte, op plekken waar je relatief ‘anoniem’ komt.

Afgelopen jaar is de gemeente de wijken in gegaan om inkomensondersteunende voorzieningen bekendheid te geven en daarnaast zichtbaar, toegankelijk en persoonlijk aanwezig te zijn. De wijkcampagnes bestonden uit een persoonlijke beeldcampagne en de inzet van promoteams op straten. Ook werd er gebruik gemaakt van ervaringsdeskundigen. Volgens Wethouder Norville wérkt het fysiek aanwezig zijn in de wijk met promoteams. *‘De aansprekende beeldcampagne is daarbij ondersteunend. Tijdens eerdere campagnes zijn ervaringsdeskundigen ingezet als voorlichter op straat, dit is goed bevallen en verlaagt de drempel.’*

Jongeren zijn hier positief over, al willen zij aan de gemeente meegeven: *‘Maar dan alsjeblieft niet van die oude mensen met van die suffe kleren. Ik denk dan gelijk aan Jehova-getuigen die me het Woord willen verkopen.’ (Shania)*

- **Ontwikkel een campagne in de openbare ruimte door:**
  - **Aanwezigheid in de stad op drukbezochte plekken zoals het centrum of het station met een informatiestand die wordt bemand door jonge mede-Rotterdammers die jongeren van informatie voorzien over hulp bij geldzorgen. Zorg dat dit visueel zo wordt aangekleed dat het jongeren aantrekt.**
  - **Een publiekscampagne te ontwikkelen met ervaringsverhalen. Plaats een serie abri’s in de buitenruimte (zoals bijvoorbeeld door Stichting Open Mind werd gedaan voor KOPPKOV) met daarop beelden en verhalen van jonge ervaringsdeskundigen met een tekst als: ‘ook ik heb schulden’ én hoe zij eruit zijn gekomen. Plaats daarbij een QR-code die doorverwijst naar de juiste hulp.**
  - **Een stadsbreed festival/evenement te organiseren voor jongeren met als doel het bespreekbaar maken van geldzorgen. Betrek hier scholen en (in)formele partijen bij.**

3. CONCLUSIE

Hoe kan de gemeente jongeren effectiever bereiken, met welke informatie en wanneer? En via welke kanalen kan de gemeente dat het beste doen? Op die vraag zochten wij in de gesprekken met jongeren en professionals antwoord.

Jongeren hebben een grote informatiebehoefte. Zij willen meer informatie krijgen – vóórdat zij zelf verantwoordelijk zijn voor hun financiën – over wat een gezonde financiële situatie inhoudt. Informatie over alles wat erbij komt kijken als je achttien wordt. Maar ook wat erbij komt kijken als je in de problemen komt. Die informatie krijgen zij het liefst vanaf de middelbare school, op frequente basis. Naast school zien zij een meerwaarde in het aanbieden van informatie aan ouders. Wanneer ouders beter toegerust zijn op zowel je kind financieel zelfstandig op te laten groeien als weten welke risico's er liggen in bijvoorbeeld crypto, Buy Now Pay Later-diensten, gokken etc., helpt dat jongeren preventief uit de schulden te blijven. Tot slot willen jongeren graag informatie in de wijk, op plekken waar jongeren al komen.

Jongeren zijn ambivalent over sociale media als manier om jongeren te bereiken met informatie over waar zij terecht kunnen als zij toch in financiële problemen zijn gekomen. Enerzijds benoemen zij dat Instagram en TikTok dé manieren zijn om hen te bereiken. Tegelijkertijd benoemen zij dat zij een filmpje van de gemeente direct weg zouden swipen. Het luistert heel nauw hoe, op welke manier en met welk taalgebruik de gemeente dit doet. Jongeren benoemen dat zij misschien nog wel meer brood zien in een poster met een QR-code in een bushokje, of een spel: iets waarbij je aandacht getrokken wordt. Het beste moment om jongeren te bereiken is voor hen aan het eind van de maand, wanneer het geld vaak op is.

Van belang voor jongeren is dat al deze acties simultaan gebeuren. Echte impact maak je door verschillende middelen te combineren en heeft het meeste resultaat.

4. ADVIEZEN

Algemeen

- Betrek jongeren bij toekomstig beleid voor schuldenpreventie in een vroege fase, zodat er in het ontwikkelen van beleidskaders niet alleen over maar vooral met hen wordt gepraat, conform het Kinderrechtenverdrag.

- Verjong de gemeente en haar medewerkers zodat de ambtenaren die zich bezighouden met het ontwikkelen van campagnes en preventiemaatregelen zelf nog dicht bij de doelgroep zitten en zich zo beter in de belevingswereld van jongeren kunnen verplaatsen.

Bereiken: online en fysiek

- Doorbreek het taboe rondom schulden door geldzaken bespreekbaar te maken. Ontwikkel daarom een campagne om jongeren effectief te bereiken. Doe dat zowel fysiek als online.

- Ontwikkel een online campagne met:

    - Verschillende influencers die worden gevolgd door diverse groepen jongeren om het taboe op geldproblemen te doorbreken en het belang van ‘status’ te relativeren. Kies de juiste personen om de boodschap over te brengen.
    - Ervaringsdeskundigen waarin jongeren zich kunnen herkennen. Het besef dat je niet de enige bent is belangrijk.
    - Luchtige informatieve content. Maak daarbij gebruik van korte video’s van maximaal 30 seconden om online een boodschap over te brengen.
    - Sensitiviteit in taalgebruik. Veel jongeren geven aan dat het níet werkt om als gemeente een hele jeugdige taal aan te slaan en jongerenjargon te gebruiken. Dit werkt averechts. In plaats daarvan: hou het simpel, informatief en kort.

- Ontwikkel een campagne in de openbare ruimte door:

    - Aanwezigheid in de stad op drukbezochte plekken zoals het centrum of het station met een informatiestand die wordt bemand door jonge mede-Rotterdammers die jongeren van informatie voorzien over hulp bij geldzorgen. Zorg dat dit visueel zo wordt aangekleed dat het jongeren aantrekt.
    - Een publiekscampagne te ontwikkelen met ervaringsverhalen. Plaats een serie abri’s in de buitenruimte (zoals bijvoorbeeld door Stichting Open Mind werd gedaan voor KOPPKOV) met daarop beelden en verhalen van jonge ervaringsdeskundigen met een tekst als: ‘ook ik heb schulden’ én hoe zij eruit zijn gekomen. Plaats daarbij een QR-code die doorverwijst naar de juiste hulp.
    - Een stadsbreed festival/evenement te organiseren voor jongeren met als doel het bespreekbaar maken van geldzorgen. Betrek hier scholen en (in)formele partijen bij.

- Betrek jongeren bij het ontwikkelen van deze campagnes. Zij weten het beste wat voor hen werkt en wat niet. Dit gaat zowel over wie wordt ingezet, waar, wanneer, hoe en met welke taal. Het luistert heel nauw. Om ervoor te zorgen dat de campagne aanslaat is het belangrijk dat jongeren betrokken worden.

- Zet een campagne op het juiste moment in. Veel jongeren zitten vlak voordat zij hun salaris ontvangen krapper bij kas en zijn dan gevoeliger voor zowel positieve als negatieve invloeden. Dat is het moment waarop een publiekscampagne zichtbaar moet zijn.

- Maak gebruik van een video naast het boekje over achttien worden dat jongeren ontvangen voordat ze achttien worden. In deze video worden de punten in het boekje visueel uiteen gezet, dit blijft beter hangen dan een boekje. Deze worden vervolgens idealiter op school besproken.

- Ontwikkel een uitgave van een krantje over geld en geldzorgen met daarin ervaringsverhalen en beelden van andere jongeren, leuke interviews, kruiswoordpuzzels en een quiz. Op deze manier wordt het doornemen van de informatie leuker. Verspreid dit krantje op alle middelbare scholen in Rotterdam en moedig scholen aan deze in de les zelf uit te delen.

De rol van ouders
- Zet in op het voorlichten van ouders over hoe zij hun kinderen goed leren omgaan met geld. Doe dat door:

    - Gebruik te maken van flyers en boekjes;
    - Informatieavonden, zowel via het CJG als via scholen;
    - Sociale media in te zetten;
    - Het op het juiste moment in te zetten. Doe dit zowel als kinderen jong zijn (einde basisschool leeftijd) als rond zeventien jaar, om ouders óók voor te bereiden op de financiële overgang van 18- naar 18+.

De rol van school
- Organiseer structurele aandacht voor geldzaken op middelbare scholen, waarbij informatie over micro-economie op huishoudniveau centraal staat.

- Ontwikkel een kwaliteitskader dat de kwaliteit en continuïteit van lessen over geld en geldzorgen waarborgt. Dit zorgt ervoor dat de gemeente meer regie kan nemen en de programma's van informele aanbieders breed kunnen worden ingezet op alle middelbare scholen, waardoor elke Rotterdamse jongere dit onderwijs ontvangt.

- Stel samen met Rotterdamse scholen en organisaties die nu financiële educatie aanbieden een convenant op waarin alle partijen zich committeren aan structurele financiële educatie: veranker financiële lessen voor jongeren van 10 tot 17 jaar in het lespakket.

- Ontwikkel een spel dat kan worden ingezet in de klas om samen interactief aan de slag te gaan met financiële uitdagingen.

Drempel tot hulp
- Verlaag de drempel naar hulp door van tevoren duidelijk aan jongeren uit te leggen wat ze kunnen verwachten van de hulp van de gemeente. Doe dit door een video-explainer te ontwikkelen waarin wordt uitgelegd wat jongeren van een afspraak bij het Jongerenloket of Geldplein precies kunnen verwachten. Zo wordt de drempel lager om naar een afspraak te komen.

- Maak de gemeente laagdrempeliger door persoonlijke en positieve verhalen van jongeren die hulp hebben ontvangen uit te dragen in de communicatie.

- Faciliteer de samenwerking tussen de (in)formele organisaties in de stad, zodat zij kunnen doen waar ze goed in zijn.

- Zorg voor een meerjarig subsidiekader voor informele organisaties in de stad die jongeren met schulden effectief weten te bereiken.


HAIRLINE
2E ETAGE
2E ETAGE
V&D
ROCHER
hunkemöller