

KINDEREN EN JONGEREN

1. Algemeen

1.1 Situering

Kinderen en jongeren zijn per definitie een belangrijke doelgroep als we de primaire preventie voor ogen houden. Geld speelt op jonge leeftijd al een rol in het leven van kinderen en jongeren. Het is duidelijk dat ook dan al problemen kunnen ontstaan: van verweerde kinderen die niet leren omgaan met geld tot kinderen die zich met zeer weinig moeten tevreden stellen en bij wie 'geld' al heel vroeg een negatieve connotatie krijgt. Daartussen bewegen zich nog een enorme diversiteit aan gemiddelden. Ouders hebben immers elk hun eigen manier om het financiële thema in hun pedagogisch proces met de kinderen aan te wenden.

Doorheen het taboe dat nog steeds eigen is aan het onderwerp, de verschillende levensstandaarden waar kinderen in opgroeien en de diversiteit aan normen en waarden die worden meegegeven, stelt zich de vraag: hoe kunnen we kinderen en jongeren verantwoord leren omgaan met geld, ongeacht het opvoedingsmilieu waarin zij opgroeien?

Het staat als een paal boven water dat deze vraag een diepgaande analyse vereist. Om de basis te leggen voor een verder denkproces wordt hier een onderscheid gemaakt in leeftijd. Kinderen enerzijds en jongeren anderzijds omdat hun financiële leefwereld al erg verschillend van aard kan zijn. Ook jongvolwassenen wordt als een onderscheiden basisgroep beschouwd. Dit heeft dan vooral betrekking op de leeftijd die zij bereiken die heel wat consequenties kan hebben op hun financiële situatie. Een gericht preventiebeleid is zeker aan de orde.

Kinderen (0-12)

2.1 Beleving van geld

Wanneer het over geldzaken gaat worden kinderen vaak buiten beschouwing gelaten. Er is nog geen sprake van inkomsten en uitgaven op zelfstandige basis. Toch komen kinderen op vroege leeftijd in aanraking met geld. Van kleins af aan zien zij hun ouders met geld omgaan en beleven zij de sfeer daarrond. Betalen in de winkel, afhalen aan de automaat, gesprekken of discussies over geld, een eigen spaarpot in huis enz. Spelenderwijs komen kinderen in contact met 'speelgeld' en creëren zij hun eigen sfeer daarrond. Er wordt winkeltje gespeeld alleen of met andere kinderen of een spel als monopoly wordt aangeleerd.

Belangrijk is dat kinderen geld op vroege leeftijd als negatief of als frustratie kunnen ervaren wanneer financiële problemen duidelijk zichtbaar en voelbaar zijn voor het kind. Dit zou mogelijk een invloed kunnen hebben op de latere omgang met geld bij het kind zelf.

2.2 Betekenis van de opvoedingscontext

Kinderen groeien op in een gezin dat deel uitmaakt van de hedendaagse consumptiemaatschappij. Natuurlijk zijn zij erg onderhevig aan de invloed van hun opvoedingsmilieus, in de eerste plaats nog steeds het gezin. Er is nog weinig onderzoek verricht met betrekking tot de rol van het gezin in de financiële opvoeding van het kind. Wel weten we dat meer dan 1 op 2 kinderen van 10 zakgeld krijgt van gemiddeld 21 euro. Dit bedrag stijgt uiteraard met de leeftijd.¹

Daarbij kunnen verschillende zaken onderscheiden worden die allen van invloed zijn op de latere omgang met geld. We denken aan:

- Kansarme milieus vs. rijke milieus
- Ouders in schuldbemiddeling
- Financiële spanningen in het gezin (cfr. discussies/ruzies over geld tussen de ouders)
- Zakgeldbeleid van de ouders
- De 'betekenis' van geld dat van thuis uit aan de kinderen wordt meegegeven (cfr. normen- en waardenpatroon)
- De communicatie en openheid van ouders over 'geld' naar de kinderen toe

Ook al wordt vandaag nog maar weinig aandacht geschonken aan het thema 'geld' in de lagere school, toch is ook deze context niet neutraal voor jonge kinderen. Heel wat commerciële onderwerpen komen tot uiting in de klas, alsook de, soms kleine, details die wijzen op de levensstandaard thuis. Concreet gaat het over kledij, gadgets, verzorging, verhalen over vakantie, TV programma's en andere... Inkomensverschillen en opvoedingspatronen thuis worden al duidelijk op jonge leeftijd bij kinderen onder elkaar. Zij kunnen vaak nog niet goed inschatten wat het achterliggend verhaal kan zijn van kinderen die bijvoorbeeld minder hebben.

Kinderen gaan er misschien vrij onbewust mee om maar de samenleving is er dan ook op gericht om hen al te betrekken in het consumptiepatroon van het gezin. Diverse basisbehoeftes zijn onderhevig aan stevige marketingstrategieën. Denken we maar aan het aanbod boterhamdozen, boekentassen, mappen, balpennen, kledij, drinkbekers en zoveel meer gelinkt aan TV-figuren. Dit laat kinderen niet koud. Het is bovendien voor veel ouders niet evident om hier op een constructieve wijze mee om te gaan.

We kunnen stellen dat men van kleins af aan reeds beïnvloed wordt door de consumptiegerichte samenleving. Reclamemakers zien kinderen dan ook als volwaardige doelgroep.

Doelstellingen kinderen

- Onderzoek naar factoren die op jonge leeftijd een rol spelen in de beeldvorming van en vaardigheden in het omgaan met geld.
- Het thema geld betrekken in de verschillende opvoedingsmilieus en op verschillende wijzen.
- Kinderen inzicht in de consumptiemaatschappij bieden op maat.

¹ OIVO (2011). Jongeren en geld.

- Kinderen op maat de waarde van geld leren inschatten.
- Kinderen leren waar geld vandaan komt ('mini-economie').
- Kinderen inzicht geven in alle situaties die zij al kennen waar met geld wordt omgegaan (winkel, bankautomaat, spaarpot, cadeautjes,...).
- Kinderen kennis en vaardigheden op maat laten ontwikkelen om constructief met geld om te gaan.
- Kinderen zich leren inleven in verschillende financiële situaties.
- Ouders sensibiliseren om aan financiële educatie te doen binnen het gezin.

Jongeren (12-17)

4.1 Beleving van geld

Vanaf een bepaalde leeftijd wordt het financiële belevingsveld van kinderen groter. Ze gaan meer en meer zelf met geld om en krijgen er stilaan meer verantwoordelijkheid over.

Jongeren gaan al eens op boodschappen met een lijstje en geld dat ze van de ouders mee krijgen, mogen al eens 'de overschot' houden of worden geconfronteerd met de ervaring van niet voldoende geld bij te hebben enz. Dit geeft jongeren inzichten in prijzen en in boodschappenlijstjes voor het gezin. Het kan hun waardepatroon van geld aanwakkeren, dat uiteraard nog steeds afhankelijk is van de situatie thuis.

Vanaf de leeftijd van 15 jaar willen jongeren meer geld op zak en gaan ervoor werken. Meer dan de helft van de 16- en 17- jarigen heeft een studentenjob. Onderzoek wijst uit dat hun inkomen daaruit zelden onmiddellijk uitgegeven wordt. De meerderheid van de jongeren stort het grootste deel op een bankrekening en spaart het andere deel thuis met het oog op een toekomstige aankoop.² Sommige jongeren gaan ondertussen ook deeltijds werken. Zij doen met andere woorden ervaringen op die de voorloper van een volwassen zelfstandig leven zijn.

De diversiteit in deze beleving bij jongeren is ook hier weer enorm groot. Bovendien is ze afhankelijk van verschillende factoren waaronder niet enkel meer de thuissituatie en de school, maar ook de peergroep in de vrije tijd.

Hoewel de meeste jongeren een probleemloze financiële jeugd doorlopen, komen sommigen onder hen voor het eerst zelf in aanraking met negatieve geldbesteding of met overbesteding. Gokken en verslavingen vinden hun oorsprong vaak in deze leeftijdscategorie net zoals er al eens geld geleend wordt van vrienden en familie.

De geldbesteding van jongeren blijft echter onderhevig aan de eerder voorgestelde gezinssituatie. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat zowel jongeren binnen een gezin met een laag inkomen meer gokken en minder deelnemen aan sportieve of culturele activiteiten dan in meer begoede gezinnen.³

Het is duidelijk dat jongeren weinig notie hebben van de werkelijke levensduurte en inkomens gerelateerd aan werksituaties. Go Magazine organiseerde van maart tot mei 2011 een onlinestudie waaraan ruim 3000 Nederlands- en Franstalige jongeren aan deelnamen.

² OIVO (2011). Meer zakgeld, studentenjobs een succes.

³ OIVO (2010). Arme gezinnen worden twee keer gestraft.

Daaruit bleek dat de helft van de studenten meer dan 1500 euro netto verwachten bij hun eerste loon. Daarenboven verwachten de studenten heel wat extralegale voordelen zoals maaltijdcheques en een hospitalisatieverzekering.⁴ Dit blijkt echter, helaas, voor de meerderheid niet te stroken met de werkelijkheid.

4.2 Betekenis van de opvoedingscontext

Ouders stellen hun opvoedingspatroon bij naarmate de kinderen ouder worden. Dat merken we ook aan de resultaten van een onderzoek van OIVO. In 2010 krijgen bijna 7 op de 10 kinderen tussen de 10 en de 17 jaar zakgeld van gemiddeld 39 euro per maand. Het zakgeld wordt meestal verkregen van de ouders. De zakgeld-bedragen stijgen met de leeftijd van 21 euro op 10-jarige leeftijd tot 107 euro op 18-jarige leeftijd.⁵

Naast het bieden van zakgeld is zeer weinig geweten over de financiële educatie in het gezin. Het is opmerkelijk dat jongeren een fout beeld van de latere financiële werkelijkheid hebben. Uit ervaring met vormingen op scholen, geven schuldhulpverleners aan dat veel jongeren aannemen dat een hoge levensstandaard de norm is. Twee auto's in het gezin, een eigen huis, reizen, ... maakt allemaal deel uit van hun nabije toekomstplannen. De maatschappijvisie van jongeren strookt vaak niet met de werkelijkheid. Dit kan duiden op een gebrekkig inzicht in de prijzen van inkomens en basisbehoeften en in de financiële gang van zaken bij hun ouders thuis.

Net als bij kinderen is de invloed van het gezin voor jongeren evenzeer van groot belang. Naast de zaken die bij kinderen van betekenis zijn, kunnen we voor jongeren volgende zaken toevoegen:

- De betekenis van studies in het gezin (middelbaar afmaken, hogere studies)
- Positie van ouders ten opzichte van het geld van hun kinderen (afgeven, opgebruiken, gedeeltelijk afgeven, volledig eigendom van de kinderen,...)
- De aandacht voor financiële educatie in het gezin
- De invloed van financiële problemen van generatie op generatie

Naast het gezin, wordt ook de onderwijsinstelling steeds meer als belangrijkste opvoedingsmilieu beschouwd. Hoewel financiële educatie nog te vrijblijvend in de schoolprogramma's aan bod komen (vakoverschrijdende eindtermen), lijkt het niet meer dan logisch dat jongeren erop kunnen rekenen dat zij ook hier hun inzichten verwerven met betrekking tot budgetteren in de huidige consumptiemaatschappij.

Bovendien is de school het milieu bij uitstek waar enorme consumptiedruk gecreëerd wordt. De leefwereld van jongeren is vandaag enorm doorspekt met het hebben van allerlei – dure – gadgets als trendy (merk)kledij, Ipod, smartphones, games, en andere elektronica. In sommige klasgroepen is dit dan ook de standaard waar men elkaar op beoordeelt.

Onder de jonge cliënten van OCMW en CAW bevinden zich echter veel vroegtijdige schoolverlaters, jongeren die een instellingsverleden hebben en jongeren die vroeg op eigen

⁴<http://www.roulartamedia.be/cs/Satellite/907/884/goimagostudienl.pdf?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1266583398371&ssbinary=true>]

⁵ OIVO (2011). Jongeren en geld.

benen komen te staan wegens moeilijke omstandigheden thuis. Deze achtergrond maakt hen bijzonder kwetsbaar voor situaties van schuldoverlast. In het kader van schuldpreventie is het ook belangrijk dat er bijvoorbeeld in de eerste jaren van het secundair reeds intensief gestart wordt met financiële educatie. De cijfers van het Vlaams Centrum Schuldbemiddeling zijn daar zeer duidelijk over: bijna 2/3 van de cliënten in schuldhulpverlening heeft een diploma maximaal lager secundair onderwijs. Deze groep is dan ook oververtegenwoordigd ten opzichte van de Vlaamse bevolking.⁶

De samenleving heeft, zoals eerder aangehaald, reeds een sterke invloed op kinderen. Daar waar bij kinderen het proces van beïnvloeding eerder onbewust verloopt, is dit voor jongeren niet meer van tel. De reclamecampagnes zijn er duidelijk op gericht om jongeren te overtuigen. Alles wordt in het werk gesteld om de commerciële boodschap te doen aansluiten op de leefwereld van jongeren. Zij kunnen dan ook als volwaardige deelnemer aan de consumptiemaatschappij worden beschouwd.

Zowel in de schoolcontext als in de vrije tijd van jongeren is de peergroep van groot belang. Jongeren zijn op de leeftijd waarop ze het meest met elkaar optrekken. De peergroep is dan ook een belangrijk netwerk waar jongeren vaak beroep op doen. Zowel om samen dingen te beleven als om informatie uit te wisselen of opdrachten in schoolse context te maken. Dit netwerk kan ook een grote invloed hebben op het gedrag van jongeren. Daarom mag deze groep niet ontbreken in een preventieve aanpak.

In hun vrije tijd zijn gaming en internet belangrijke bezigheden van jongeren. Deze zijn echter niet zonder gevaar. Onderzoek wijst uit dat bijna 8 jongeren op 10 heel wat vrije tijd besteden aan videospelletjes.⁷ Dit zijn zowel spelletjes op het internet, een spelconsole als een niet op het internet aangesloten computer waar gemiddeld dagelijks enkele uren wordt op gespeeld. Spelletjes zijn, na kledij en voeding, het populairste product voor jongeren om hun eigen geld aan te besteden.

Deze bevindingen zijn rechtstreeks gelinkt aan de mogelijkheid van jongeren om toegang te hebben tot een computer met internet. Meer dan de helft van deze jongeren moeten hun kamer niet uit om op internet te kunnen spelen. 3 op 4 jongeren hebben een spelconsole thuis maar minder dan de helft moet er zijn kamer wel voor uit. Daaruit volgt logischerwijs dat jongeren meer op internet spelen dan op andere dragers. Gezien de belangrijke plaats van media in de levenssfeer van jongeren, is het ook belangrijk om preventie via deze kanalen te laten verlopen. De kans is groot dat bijvoorbeeld apps op de smartphone en sociale media de effectiviteit van de preventie bij jongeren verhogen.⁸

Doelstellingen jongeren

⁶ Vlaams Centrum Schuldbemiddeling (2010). Onderzoeksrapport. Resultaten van de basisregistratie en de uitgebreide registratie uitgevoerd bij de erkende instellingen schuldbemiddeling in Vlaanderen, 2007-2009.

⁷ OIVO (2011). Je hebt spelen... en spelen.

⁸ Schuldsanering. Tijdschrift voor schuldhulpverlening en wettelijke schuldsanering, (oktober 2011)5, p. 4-7.

- Jongeren inzicht bieden in de consumptiemaatschappij en hen helpen om realistische verwachtingen te scheppen inzake financiële toekomstperspectieven.
- Jongeren inzicht geven in de mogelijkheden en de risico's/gevaren van consumptie (op krediet kopen, gokken, ...).
- Jongeren de waarde van geld leren inschatten (grote bedragen, verbanden tussen getallen, consumptie van luxeproducten...).
- Jongeren leren budgetteren (balans inkomsten en uitgaven).
- Jongeren leren zich in te leven in andere situaties.
- Jongeren vaardigheden laten ontwikkelen om met geld om te gaan.
- Jongeren inzicht in het belang bijbrengen om snel hulp te zoeken bij problemen.
- Het is nodig dat maatschappelijk werkers en jeugdwerkers ook gevormd worden in het aanbieden van financiële educatie. Het bijbrengen van vaardigheden is cruciaal binnen deze doelgroep omdat zij hun situatie soms nog zouden kunnen ombuigen naar een positieve evolutie voor hun toekomst.
- Ouders sensibiliseren om aan financiële educatie te doen binnen het gezin.

Strategieën en acties

- De school inschakelen in het aanbod financiële educatie waarbij dit in de vakgebonden eindtermen wordt opgenomen.
- Meer scholen die een bezoek brengen aan een erkende instelling voor schuldbemiddeling met de uitleg door een maatschappelijk werker of omgekeerd.
- Het begrip financiële educatie concreet maken. Onder meer volgende basiselementen kunnen er deel van uitmaken: grondige kennis over de maatschappij (sociaal, economisch, commercieel, ...), vaardigheden aanleren (assertief zijn, belangrijke zaken zoals facturen kunnen ordenen, basisbehoeften en luxeproducten kunnen onderscheiden, informatie betreffende facturen, abonnementen, kredietkaarten, postorderbedrijven, lidkaarten, verzekeringen), kennis van de realistische prijzen-cultuur wanneer je op eigen benen gaat staan.
- Training en ondersteuning voorzien voor leerkrachten, die vaak zelf niet de juiste 'knowhow' hebben over het thema.
- Verschillende momenten onderscheiden waarop jongeren de nodige informatie en vaardigheden worden bijgebracht: bijvoorbeeld bij het schoolverlaten -> rekening houdend met vroegtijdige schoolverlaters zou dit niet in een bepaald jaar moeten aan bod komen maar op een bepaalde leeftijd.
- Scholen een aanbod laten creëren voor (vroegtijdige) schoolverlaters.
- De inschakeling van het CLB in de preventieve acties kan een constructieve meerwaarde betekenen.
- Internet/sociale media/games inschakelen als medium in preventieve acties.
- Nauwe en constructieve samenwerking op vlak van schuldpromotie tussen volgende sectoren zijn een must:
 - Onderwijs
 - Bijzondere jeugdzorg
 - Jeugdwerking/jeugdbeweging
 - Sportclubs
 - Uitgaansmilieu