



PERSBERICHT

71% jongeren besteedt meer dan 8 uur per week aan bijbaan Jongercampagne 'Zonder Cash ben je nergens' over bijbanen van start

De meeste jongeren in Nederland hebben een bijbaantje, maar ze geven het verdiende geld ook heel makkelijk weer uit. Een bijbaantje in de horeca is nog altijd veruit het populairst (61%). Uitgaan en kleding zijn de grootste kostenposten voor de jongeren. Een meerderheid van de jongeren met een bijbaantje (58%) zegt wel voorzichtiger te zijn geworden met het uitgeven van geld nu ze er zelf voor moeten werken. Toch zet slechts 30% een groot gedeelte van het verdiende geld opzij om bijvoorbeeld te sparen voor een vakantie of een scooter. Dit blijkt uit een enquête op Hyves van het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid en Wijzer in geldzaken onder ruim 500 jongeren. Het onderzoek vond plaats in het kader van de campagne 'Zonder Cash ben je nergens' (www.zondercashbenjenergens.nl), waarvan maandag 7 juni het tweede thema 'Bijbanen' is gelanceerd.

Thema 'Bijbanen'

In het eerste thema van de campagne gaf Cash tips over mobiel bellen, dit keer draait alles op www.zondercashbenjenergens.nl om (bij)baantjes en bijverdienen. Hoe hoog is het minimumloon? Hoe vraag je belastinggeld terug? Welke rechten en plichten heb je als het gaat om bijverdienen? Allemaal vragen waar jongeren op de website bij geholpen worden. Daarnaast krijgen jongeren door het spelen van het spel 'Money Mystery' inzicht waar het verdiende geld allemaal aan op kan gaan. De winnaars maken bovendien kans op een unieke bijbaanervaring bij TMF, de Efteling, Dutch Water Dreams of Ecomare. Uit onderzoek van bureau Veldkamp (mei 2010) blijkt dat 45% van de jongeren (13-16 jaar) behoefte heeft aan tips en informatie over bijbanen. 85% van hen wil graag weten waar je allemaal mag werken en 77% wat je kunt verdienen.

'Jongeren leren omgaan met geld noodzaak'

De campagne 'Zonder Cash ben je nergens' helpt jongeren te leren omgaan met geld. Daar blijkt behoefte aan, want een derde van de jongeren vertoont financieel risicovol gedrag; ze hebben schulden of spelen om geld. Tweederde van de jongeren vindt het moeilijk om met geld om te gaan. Dit kwam naar voren uit eerder onderzoek van Wijzer in geldzaken 'Financieel inzicht van 8-18 jarigen in Nederland'. Het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid vindt het belangrijk om financiële problemen en/of schulden bij jongeren tegen te gaan. Eind vorig jaar heeft het ministerie samen met Wijzer in geldzaken de campagne Moneyfest'09 gevoerd die bestond uit live, klassikale en online debatten met jongeren over de rol en betekenis van geld in hun leven. Dit jaar ondersteunt SZW het thema Bijbanen van de campagne 'Zonder Cash ben je nergens'. Algemene doel is jongeren meer bewust te maken van hun financiële gedrag.



'Cash'

Centrale figuur in de campagne is Cash, die jongeren helpt financieel slim te worden op allerlei terreinen. Hij biedt jongeren hulp op momenten en plekken waar ze geld uitgeven en kiest daarbij telkens voor een thema dat jongeren aanspreekt.

Over CentiQ, Wijzer in geldzaken

CentiQ, Wijzer in geldzaken vertegenwoordigt 45 organisaties, waaronder het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, die hun krachten bundelen om de consument 'wijzer in geldzaken' te maken, zodat consumenten beter in staat zijn financiële beslissingen te nemen. Wijzer in geldzaken is een initiatief van het ministerie van Financiën, waarin partners uit de financiële sector, de overheid, onderwijs-, voorlichtings- en consumentenorganisaties en de wetenschap samenwerken.



Noot voor de redactie

Neem voor meer informatie en/of beeldmateriaal contact op met

- Nico Mokveld, woordvoerder ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, tel. 070 333 5918 of 06 21832996
- Joost de Bree, PR adviseur CentiQ, Wijzer in geldzaken, tel. 070 342 8968 of 06 47408065.

Of per mail via pers@wijzeringeldzaken.nl of kijk op www.wijzeringeldzaken.nl/pers