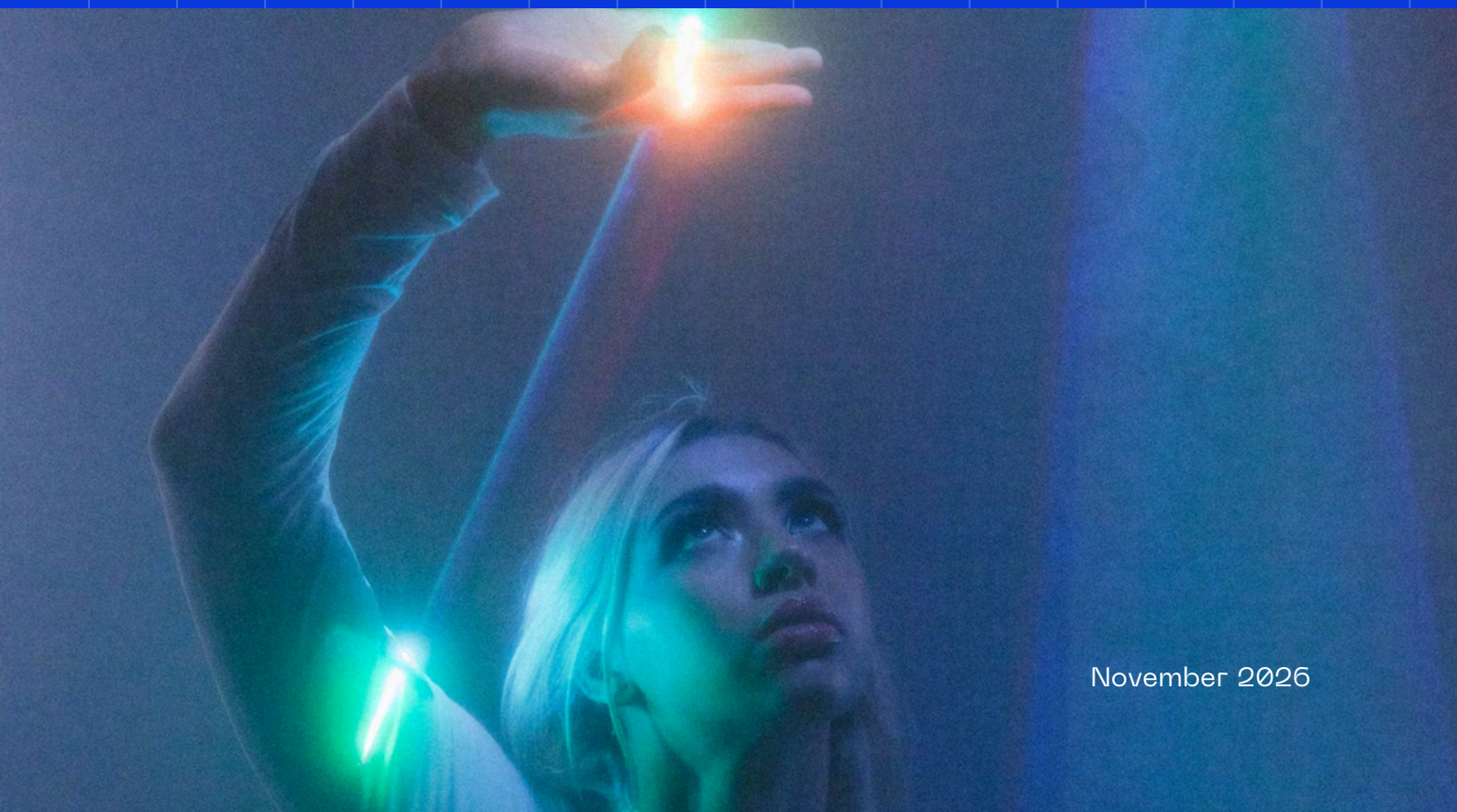
SpaceTeen ScrollReport

SCROLL/ REPORT

EXTENDED

Een jaar SpaceTeen-onderzoek: Onderzoek en ontwerpkracht voor betere sociale media



November 2026

Auteurs
Lise-Marie Nassen, Clara Virós i Martín, Amber van der Wal, Susanne E. Baumgartner, Rusen Tanribilir, Charlotte Godfried, & Sindy R. Sumter

Citeer rapport als
Nassen, L.-M., Virós i Martín, C., van der Wal, A., Baumgartner, S. E., Tanribilir, R., Godfried, C., & Sumter, S. R. (2026). ScrollReport: Een jaar SpaceTeen-onderzoek: Onderzoek en ontwerpkracht voor betere sociale media. UvA.

Inhoud

Samenvatting 4

Voorwoord 5

Introductie 6

6 Waarom SpaceTeen, waarom nu?

8 Waar SpaceTeen op bouwt

9 De SpaceTeen Monitor, het grotere geheel in beeld

10 De pilots, ontwerpen vanuit de leefwereld van jongeren

Resultaten 12

12 Resultaten I: De balans tussen gebruik en overgebruik

18 Resultaten II: Meer controle, zonder de verbinding te verliezen

25 Resultaten III: Telefoons wegleggen, ruimte maken voor meer

Nieuwe manieren ontwerpen om balans te vinden 30

31 Overzicht van prototypes

37 Ontwerpkracht visies

Verder dan onderzoek 39

SpaceTeen-Agenda voor Verandering 41

Het SpaceTeen-team 42

Samenvatting

Hoe kunnen jongeren meer grip krijgen op hun socialemediagebruik, zonder de verbinding met anderen te verliezen of in te leveren op hun offline tijd? **SpaceTeen** brengt **wetenschappelijk onderzoek en ontwerpkracht samen** om deze vraag te beantwoorden. Dit rapport presenteert de bevindingen van de SpaceTeen Monitor, een **vragenlijstonderzoek onder 990 jongeren van 10 t/m 18 jaar**, en **drie ontwerppilots** ontwikkeld samen met jongeren: Scrollternatives, Reclaimer en Happy Place. Onze bevindingen maken duidelijk waarom het vinden van balans niet altijd eenvoudig is en hoe ontwerp daarbij kan helpen.

1) Bewustzijn alleen voorkomt geen overgebruik

Veel jongeren beseffen dat ze **meer tijd op sociale media doorbrengen dan ze eigenlijk willen**: 72% van de kinderen en 75% van de tieners verliest de tijd uit het oog. **Korte video's, gepersonaliseerde content en eindeloze feeds** worden het vaakst genoemd als **functies die bijdragen aan overgebruik.** De ontwerppilots wijzen op het belang van een rustiger ontwerp, duidelijke tijdsignalen en natuurlijke stopmomenten.

2) Meer grip, met behoud van verbinding

Ook al kan het lastig zijn om te stoppen met sociale media, 51% van de kinderen en 72% van de tieners geeft aan **zich door sociale media verbonden te voelen met anderen.** Deelnemers aan **Scrollternatives** bedachten daarom feeds die na bepaalde tijd geen nieuwe content meer tonen, terwijl chatfuncties wel beschikbaar blijven. Het **prototype PAUZE Party** bouwt hierop voort en maakt van een pauze in het eindeloos scrollen een sociaal moment.

3) Pogingen om te minderen helpen niet altijd

Van de **tieners** probeert **53% soms hun socialemediagebruik te verminderen**. Toch hebben deze **pogingen niet altijd het gewenste effect:** 59% geeft aan dat de gebruikte strategieën weinig of helemaal niet helpen. De ontwerppilots laten zien dat het makkelijker maken om activiteiten met vrienden te organiseren een aantrekkelijk alternatief kan bieden.

4) Offline verbinding vraagt om ontmoetings-plekken

Ongeveer **een kwart van de kinderen en tieners, meisjes vaker dan jongens, vindt dat er in hun buurt te weinig plekken zijn om elkaar te ontmoeten en te relaxen. Happy Place** onderzoekt hoe fijne ontmoetingsplekken buiten school en thuis kunnen worden gecreëerd en ontwerpt samen met tienermeisjes een overdekte hangplek. **Reclaimer** onderzoekt met het **prototype CLUB** hoe de wens om samen iets te ondernemen kan worden omgezet in concrete plannen.



Voorwoord

Sociale media zijn de afgelopen jaren onweerstaanbaar geworden – ze verbinden jongeren, geven hen nieuwe inzichten en openen nieuwe werelden. Maar sociale media zijn niet zonder nadelen of gevaren.

De nieuwste generatie algoritmes is beresterk, het scrollen gaat eindeloos door, en soms verdringt sociale media andere belangrijke zaken in het leven. De balans is zoek geraakt en er zijn dan ook wereldwijd grote zorgen over de invloed van sociale media op het mentale welzijn van jongeren, hun schoolprestaties en hun slaap. Het is de aard van de mens om te denken dat een complex probleem kan worden opgelost met simpele oplossingen. En die zien we dan ook volop. Een advies aan jongeren om hun telefoon vaker weg te leggen. Of een verbod. Het werkt niet, of niet voldoende.

Om een echt duurzame oplossing te vinden zijn verschillende perspectieven nodig. Die van kennisinstellingen die in kaart brengen voor wie, wanneer en waardoor sociale media schadelijk zijn of juist verbindend – en die helpen de juiste balans te zoeken. Het perspectief van jongeren, die als geen ander weten hoe leuk sociale media zijn, maar ook hoe lastig het is te stoppen en wat hen zou helpen. Maar ook van designers – die nieuwe soorten oplossingen maken – samen met experts en jongeren. En vervolgens hebben we wetenschappers nodig die onderzoeken welke oplossingen het meest kansrijk zijn als ze worden opgeschaald.

In dit rapport vindt u een aantal zeer kansrijke oplossingen om de balans te herstellen. De auteurs leggen de verantwoordelijkheid waar hij hoort. Volwassenen, waaronder opvoeders, docenten, techbedrijven en beleidsmakers, moeten samen zorgdragen voor een veilige omgeving waarin kinderen zich goed kunnen ontwikkelen en opgroeien: Offline en online. En bij alles wat er wordt beslist dat kinderen aangaat, moet het perspectief van kinderen voorop staan, zodat zij alle kansen, ruimte en tijd krijgen om zich te ontwikkelen. Het werk van SpaceTeen geeft een belangrijke eerste aanzet voor nieuwe oplossingen en denkwijzen en een gezamenlijke koers.

Loes Keijsers, hoogleraar
pedagogiek Erasmus
Universiteit Rotterdam

Waarom SpaceTeen, waarom nu?

Een digitale omgeving die om aandacht draait

De discussie over het socialemediagebruik van jongeren richt zich vaak op de hoeveelheid tijd die zij online doorbrengen. Maar minstens zo belangrijk is de vraag hoeveel invloed jongeren zelf hebben op hoe zij die tijd besteden. Veel socialemediaplatforms zijn gebouwd rond een verdienmodel waarin de aandacht van gebruikers centraal staat. Algoritmes selecteren voortdurend nieuwe content om gebruikers vast te houden, terwijl functies zoals eindeloos scrollen, automatisch afspelende video's en notificaties het moeilijk maken om op een zelfgekozen moment te stoppen. Hierdoor ontstaat een spanningsveld tussen wat jongeren zelf willen en hoe platforms zijn ingericht. Jongeren kunnen zich voornemen om slechts kort online te gaan, maar vervolgens veel langer blijven scrollen dan gepland.



Waarom verandering zo moeilijk is

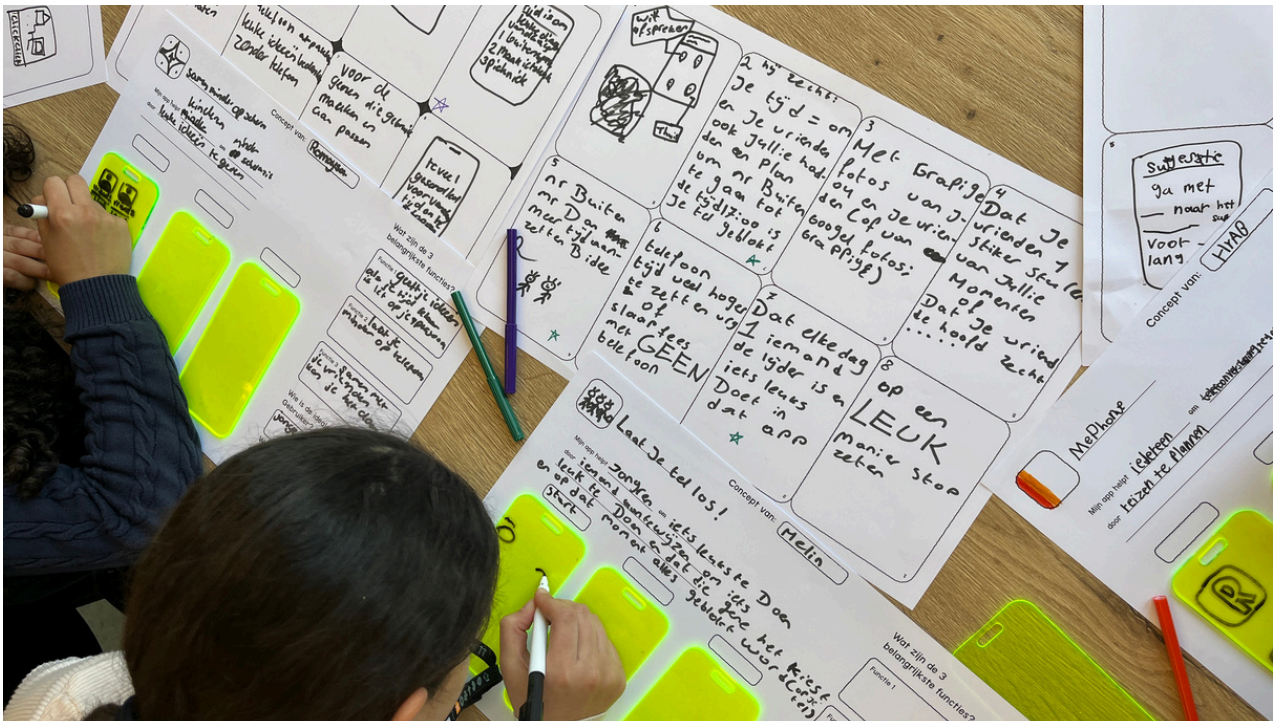
Veel bestaande maatregelen richten zich op het individuele gedrag van jongeren, bijvoorbeeld door schermtijdlimieten in te stellen of notificaties uit te schakelen. Onderzoek laat echter zien dat dergelijke zelfregulatiestrategieën vaak maar beperkt effectief zijn. Dat is begrijpelijk wanneer jongeren voortdurend moeten opboksen tegen technologie die juist is ontworpen om hun aandacht vast te houden. Ook structurele veranderingen laten op zich wachten. Socialemediaplatforms hebben commerciële belangen bij langdurig en intensief gebruik, waardoor het verminderen van overgebruik niet per se in hun belang is. Europese regelgeving, waaronder de Digital Services Act en binnenkort de Digital Fairness Act, biedt mogelijkheden om schadelijke ontwerppraktijken aan te pakken, maar het kost tijd voordat dergelijke maatregelen daadwerkelijk tot veranderingen leiden. Ondertussen groeien jongeren op in een digitale omgeving waarin zij relatief weinig invloed hebben op de manier waarop hun aandacht wordt gestuurd.

Wat SpaceTeen wil veranderen

SpaceTeen is opgericht om deze impasse te doorbreken. Het project richt zich op een centrale vraag: **Hoe kunnen we jongeren meer regie geven over hun tijd, aandacht en socialmediagebruik, en zowel online als offline omgevingen creëren die hun welzijn en ontwikkeling ondersteunen?**

Om deze vraag te beantwoorden combineert SpaceTeen wetenschappelijk onderzoek met de ontwerpkracht van de creatieve industrie. We onderzoeken hoe jongeren sociale media gebruiken en ervaren, welke rol platformontwerp speelt bij overmatig gebruik en wat jongeren kan helpen om meer grip te krijgen op hun tijd en aandacht. Op basis van deze inzichten ontwikkelen en testen we samen met ontwerpers en maatschappelijke partners nieuwe oplossingen. Denk aan alternatieven voor bestaande ontwerpmechanismen, concrete tools om jongeren meer invloed te geven op hun online ervaringen, en aantrekkelijke plekken en activiteiten waar jongeren elkaar buiten het scherm kunnen ontmoeten.

Jongeren spelen hierin een centrale rol als actieve medeonderzoekers en medeontwerpers. Hun ervaringen, behoeften en ideeën vormen het uitgangspunt voor het ontwikkelen van oplossingen die aansluiten bij hun leefwereld. Door wetenschappers, ontwerpers, jongeren, maatschappelijke organisaties, overheden en bedrijven samen te brengen, wil SpaceTeen bijdragen aan bredere veranderingen in de manier waarop we digitale technologie en de leefomgeving van jongeren vormgeven.



Waar SpaceTeen op bouwt:

Vier onderzoekscomponenten, één doel

Om het socialemediagebruik van jongeren te begrijpen, is meer nodig dan weten hoeveel uur kinderen en tieners online zijn. Het betekent ook luisteren naar wat ze leuk vinden, wanneer gebruik ongewenst wordt, wat stoppen moeilijk maakt en wat hen kan helpen om ruimte te maken voor andere activiteiten zonder hun waardevolle online contacten kwijt te raken.

SpaceTeen brengt deze vragen samen via **vier onderling aanvullende onderzoekscomponenten**: de **SpaceTeen Monitor**, een grootschalige survey, en drie participatieve ontwerppilots: **Scrollternatives**, **Reclaimer** en **Happy Place**. De Monitor brengt de socialemediagewoontes en -ervaringen van kinderen en tieners in kaart. De pilots gebruiken diepgaande gesprekken, creatieve activiteiten en co-design om de dagelijkse werkelijkheid van jongeren te verkennen en samen met hen alternatieven te ontwikkelen.

Het onderstaande overzicht laat zien waar elke component zich op richt en hoe die bijdraagt aan het doel van het project: meer grip op aandacht en tijd.

01 Monitor

KWANTITATIEF

Het dagelijkse digitale leven: het grotere plaatje

De socialemedia-gewoontes van jongeren, hun ervaringen met overgebruik en hoe ze online en offline leven in balans houden.



02 Scrollternatives

KWALITATIEF

Betere alternatieven voor de infinite scroll

Hoe platforms verbinding en plezier kunnen behouden en tegelijk bewuster gebruik kunnen ondersteunen.



03 Reclaimer

KWALITATIEF

Minder scrollen, meer tijd voor wat telt

Wat kinderen en jonge adolescenten helpt om van schermen weg te stappen en ruimte te maken voor gezamenlijke activiteiten.

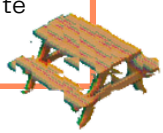


04 Happy Place

KWALITATIEF

Andere ruimtes om samen te komen

Wat fysieke plekken aantrekkelijk maakt voor jongeren om elkaar te ontmoeten, te ontspannen en tijd samen door te brengen.

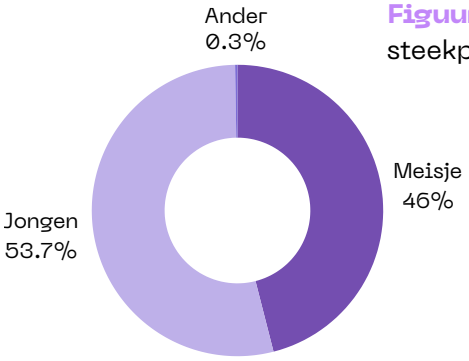


De volgende pagina's leggen uit hoe elke component is opgezet en uitgevoerd, inclusief wie er hebben deelgenomen en welke methoden zijn gebruikt. In het hele rapport worden de bevindingen van elke component vergezeld door de bijbehorende kleur en/of het bijbehorende icoon.

De SpaceTeen Monitor, het grotere geheel in beeld

De SpaceTeen Monitor brengt de socialemediagewoontes en -ervaringen van jongeren in kaart, en hun pogingen om balans te vinden. De survey in dit rapport is ingevuld door **990 deelnemers van 10 tot 18 jaar:**

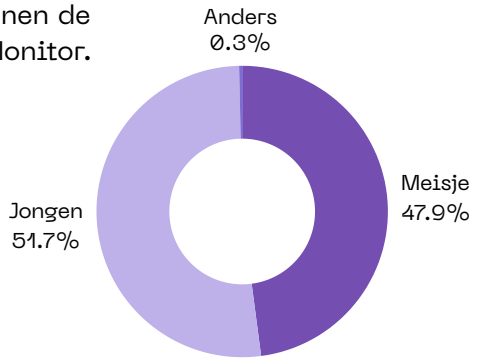
Figuur 1. Genderverdeling binnen de steekproef van de SpaceTeen Monitor.



389 kinderen, 10–12 jaar

Gemiddelde leeftijd = 11.14 (SD = 0.81)



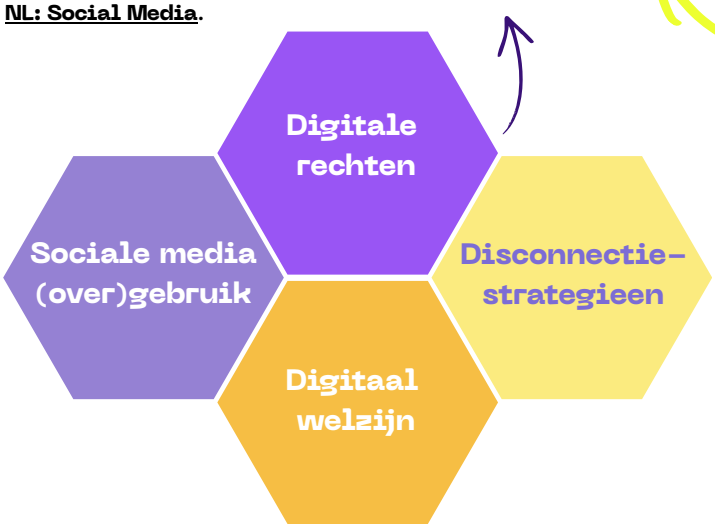


601 tieners, 13–18 jaar

Gemiddelde leeftijd = 15.51 (SD = 1.62)

KidsRights en Kinderpostzegels hebben meegewerkt aan het onderdeel over digitale rechten. De bevindingen over digitale rechten en aanverwante thema's staan in het aparte rapport **State of Youth NL: Social Media**.

De survey is ontwikkeld in samenwerking met kinderen en adolescenten, met een aangepaste versie voor jongere deelnemers. Voor deze versie is een mascotte gemaakt: maak kennis met **Scrollie**!



De SpaceTeen Monitor besloeg **vier hoofdthema's** (zie diagram links). Alle cijfers in dit rapport zijn gebaseerd op zelfgerapporteerde antwoorden van deelnemers. Waar vragen vergelijkbaar zijn, worden leeftijdsgroepen met elkaar vergeleken. Sommige quotes komen uit de open vragen van de Monitor.

Sommige onderdelen van de Monitor werden alleen aan een deel van de deelnemers getoond. Daarnaast konden deelnemers ook kiezen voor 'Ik begrijp de vraag niet'. Daardoor kan de steekproefgrootte per vraag verschillen. Deze wordt bij elk resultaat in dit rapport vermeld.



Let op **Scrollie** naast sommige quotes: zo lichten we de eigen woorden van jongeren uit de Monitor uit!

De pilots, ontwerpen vanuit de leefwereld van jongeren

BETER



today tomorrow®

Scrollternatives

Betere alternatieven voor de infinite scroll

Ontwerpstudio TodayTomorrow ontwerpt samen met tieners social-mediafeeds opnieuw. Samen ontwikkelden ze verschillende low-fi prototypes. In het eerste interactieve prototype verandert doomscrollen in tijd samen. Op termijn levert Scrollternatives een verzameling geteste ontwerpkenmerken op die verslavend ontwerp tegengaan.

MINDER



scroll
scroll
scroll

Reclaimer

Minder scrollen, meer tijd voor wat telt

Al vanaf 10 jaar hebben kinderen het gevoel dat ze te veel tijd op apps doorbrengen. Daarom ging ScrollScrollScroll met kinderen aan de slag om CLUB te maken! Dit appvrije sociale platform beoogt kinderen te helpen om zelf de regie te nemen over hun vrije tijd en samen met vrienden plannen te maken voor de gouden uurtjes na school.

ANDERS



MUZUS

Happy Place

Andere plekken om samen te komen

Ontwerpstudio Muzus onderzoekt samen met jongeren wat zij nodig hebben om hun online en offline leven in balans te brengen. Samen bedenken ze nieuwe 'third spaces': gastvrije plekken waar jongeren kunnen samenkomen (die niet thuis of op school zijn), afspreken en offline tijd met elkaar doorbrengen.

Introductie: De pilots, ontwerpen vanuit de leefwereld van jongeren



BETER

Scrollternatives

met TodayTomorrow

- Design sprint over meerdere dagen (4 sessies)
- Februari–Maart 2026
- Studenten, leeftijd 16–18, N=14
- Grafisch Lyceum Utrecht

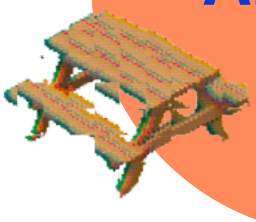


MINDER

Reclaimer

met ScrollScrollScroll

- Co-creatie workshops op 3 basisscholen, leeftijd 10–12 (± 30 kinderen)
- Design sprint in 2 brugklassen, leeftijd 12–13



ANDERS

Happy Place

met Muzus

- Focus groepen en co-creatie sessies in Rotterdam (bij Netwerk Nieuw Rotterdam), leeftijd 16+ (± 15 jongeren)
- Focus groepen en maakdagen in Amsterdam, meisjes, 12+ (± 7 meisjes)

Resultaten I

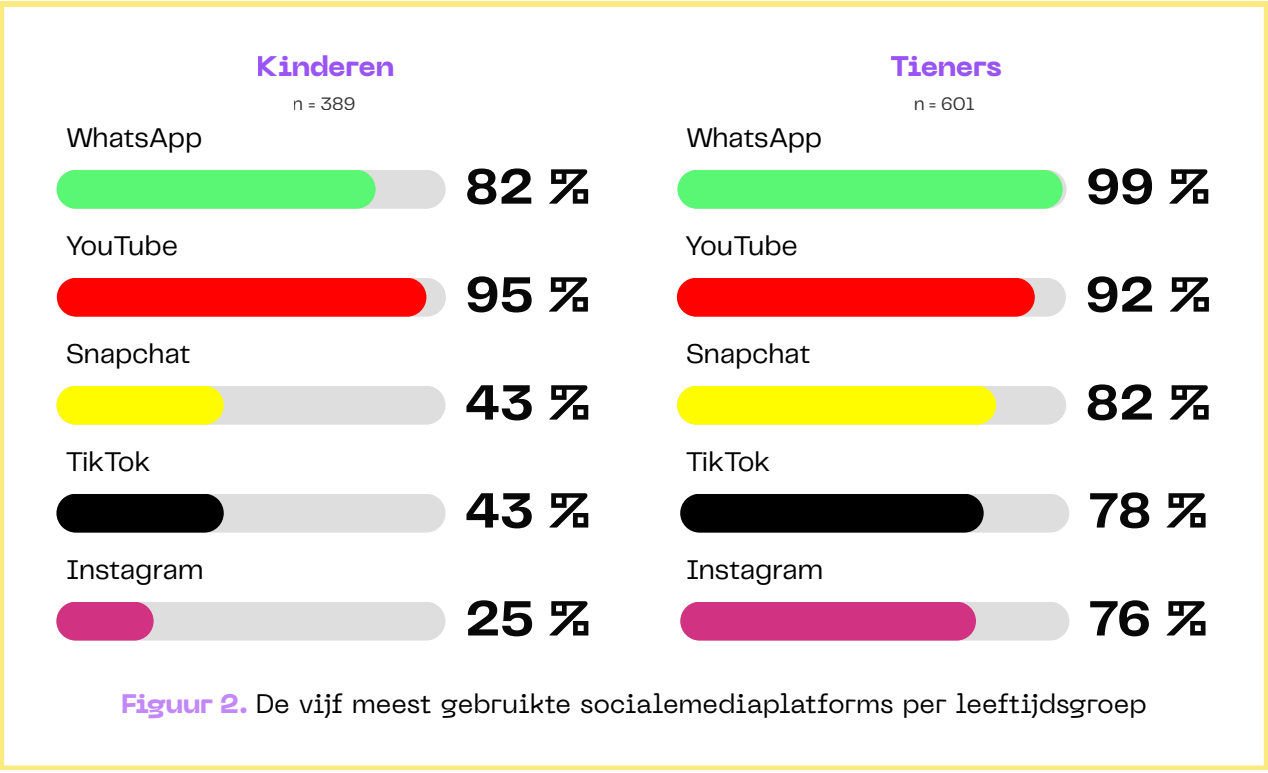
De balans tussen gebruik en overgebruik: hoe platforms, ontwerp en alledaagse momenten de ervaringen van jongeren vormen

In dit deel komen data uit de SpaceTeen Monitor en verschillende pilots samen. Zo onderzoeken we hoe jongeren sociale media gebruiken en waarom het bij sommige platforms moeilijker is om een balans te vinden dan bij andere. Het laat zien welke alledaagse momenten stoppen lastiger maken. Ze herkennen vaak welke functies zijn ontworpen om hen te laten doorscrollen, maar kunnen de verleiding om dat te doen niet altijd weerstaan. Uit hun ervaringen blijkt de wens naar een rustigere socialemedia-ervaring waar ze beter grip op hebben.

De balans tussen gebruik en overgebruik

Inzicht in het platformgebruik van jongeren

Deelnemers aan de Monitor kregen eerst vragen over 12 verschillende platforms. **YouTube** en **WhatsApp** werden door **zowel kinderen als tieners het meest gebruikt**. Ook Snapchat, TikTok en Instagram werden vooral door tieners veel gebruikt.

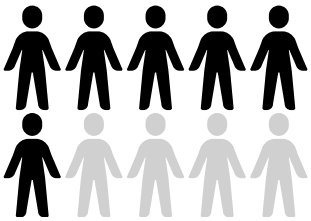


Figuur 2. De vijf meest gebruikte socialemediaplatforms per leeftijdsgroep

Populaire platforms zijn niet altijd makkelijk in balans te houden

Van de gebruikers vinden zowel **tieners (58%)** als **kinderen (41%)** dat ze **TikTok te veel gebruiken**. Daarna volgen Snapchat bij tieners (46%) en YouTube bij kinderen (36%).

6 van de 10 tieners vinden dat ze TikTok te veel gebruiken



WhatsApp springt eruit: ongeveer driekwart van de gebruikers in beide leeftijdsgroepen (76% van de kinderen en 73.5% van de tieners) vindt hun gebruik "**precies goed**".



3 van de 4 jongeren vinden hun WhatsApp-gebruik precies goed

	Kinderen			Tieners		
	Te weinig	Precies goed	Te veel	Te weinig	Precies goed	Te veel
WhatsApp	12.0%	**76.0%**	12.0%	7.5%	**73.5%**	18.9%
YouTube	10.0%	54.5%	**35.5%**	7.6%	61.4%	31.0%
Snapchat	14.4%	56.9%	28.7%	5.7%	48.5%	**45.8%**
TikTok	12.6%	46.7%	**40.7%**	2.5%	39.3%	**58.2%**
Instagram	25.3%	58.6%	16.2%	12.0%	67.5%	20.5%

Tabel 1. Ervaren hoeveelheid platformgebruik onder kinderen en tieners.
Percentages zijn berekend onder deelnemers die aangaven het betreffende platform te gebruiken.

Sommige momenten maken stoppen nog lastiger

Sociale media nemen **in het weekend meer tijd in beslag** dan doordeweeks, in beide leeftijdsgroepen. Tieners rapporteren langere gebruiksperiodes: bijna de helft van hen zegt **4 uur of meer** te besteden!



Figuur 3. Percentage kinderen en tieners dat aangeeft op doordeweekse dagen en weekenddagen vier uur of meer per dag sociale media te gebruiken.

Sociale media nemen ook op doordeweekse dagen een aanzienlijk deel van de tijd in beslag: **67% van de kinderen** en **58% van de tieners** gaf aan ze **1 tot 3 uur te gebruiken**, terwijl een gebruik van 4 uur of meer vaker voorkwam onder tieners.

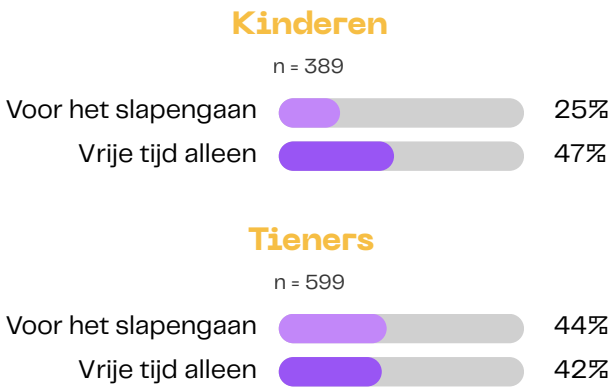
	Kinderen		Tieners	
	Doordeweeks	Weekend	Doordeweeks	Weekend
Minder dan 1 uur	22.9%	17.5%	8.0%	8.2%
1–3 uren	**67.1%**	57.1%	**58.2%**	39.4%
4 uren of meer	8.2%	**23.4%**	31.4%	**49.3%**
weet niet/NA	1.8%	2.1%	2.3%	3.2%

Tabel 2. Zelfgerapporteerde tijd besteed aan sociale media op doordeweekse dagen en weekenddagen door kinderen (n = 389) en tieners (n = 601).

Deze dagelijkse totalen vertellen ons niet wanneer het gebruik plaatsvindt, maar in **Reclaimer** kwam **de periode na school** naar voren als een **kwetsbaar moment**: deelnemers gaven aan dat alleen thuis zijn, vermoeidheid of verveling, zonder iets gepland te hebben, kon leiden tot automatisch scrollen.

In de Monitor werd deelnemers ook gevraagd in **welke situaties** zij vonden dat **ze te veel tijd** op sociale media **doorbrachten**. In beide leeftijdsgroepen sprongen **twee momenten** eruit: **vrije tijd alleen** en **voor het slapengaan**; opnieuw momenten waarop jongeren mogelijk alleen zijn, met minder activiteiten of interacties die het scrollen onderbreken.



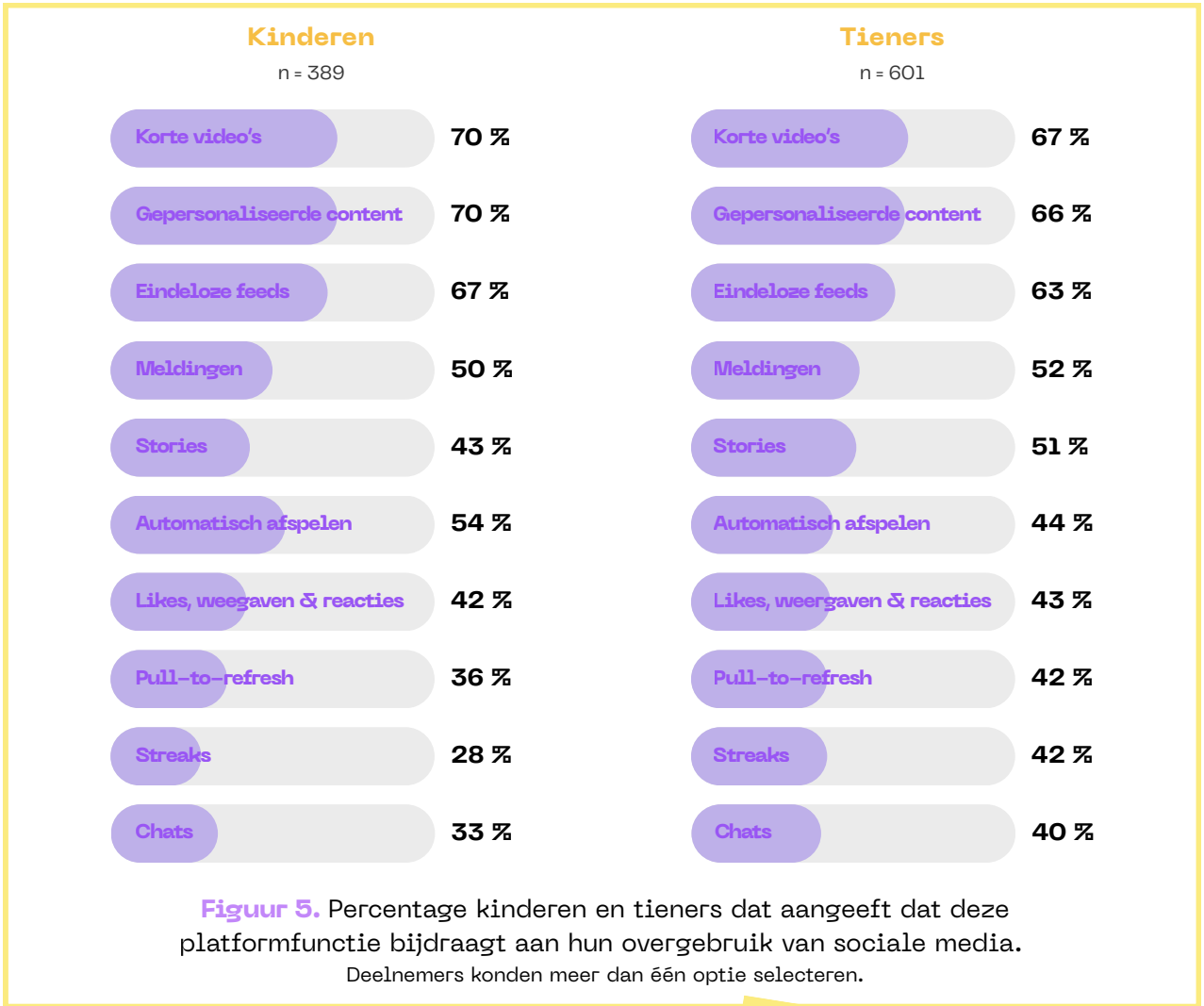


Figuur 4. De twee meest voorkomende situaties waarin deelnemers naar eigen gevoel te veel tijd op sociale media doorbrachten per leeftijdsgroep.
De percentages geven aan hoeveel deelnemers deze situatie selecteerden; meerdere antwoorden waren mogelijk.

Kinderen selecteerden het vaakst vrije tijd alleen (47%), gevolgd door voor het slapengaan (25%), terwijl **tieners voor het slapengaan** (44%) iets vaker **selecteerden** dan vrije tijd alleen (42%). Deelnemers aan Reclaimer uitten dezelfde bezorgdheid over het gebruik voor het slapengaan (zie citaat).

Jongeren herkennen wat hun aandacht trekt

Kinderen en tieners **konden goed aangeven welke platformfuncties bijdragen aan hun overmatige gebruik. Korte video's, content afgestemd op hun interesses** en **eindeloze feeds** stonden bovenaan de lijst: ongeveer 70% van de kinderen en circa twee derde van de tieners bracht deze functies in verband met te veel gebruik van sociale media. Ongeveer de helft wees ook op **meldingen**. Dit laat zien hoe jongeren de rol van platformontwerp ervaren bij het vasthouden van hun aandacht.



Figuur 5. Percentage kinderen en tieners dat aangeeft dat deze platformfunctie bijdraagt aan hun overgebruik van sociale media.
Deelnemers konden meer dan één optie selecteren.

Maar **geen enkele functie vertelt het hele verhaal**: zelfs de minst genoemde functies werden nog door 28% van de kinderen en 40% van de tieners geselecteerd. Eén deelnemer ging verder dan afzonderlijke functies en trok in twijfel hoe 'sociaal' sociale media eigenlijk zijn, als antwoord op de open vraag van de Monitor over verslavende functies.





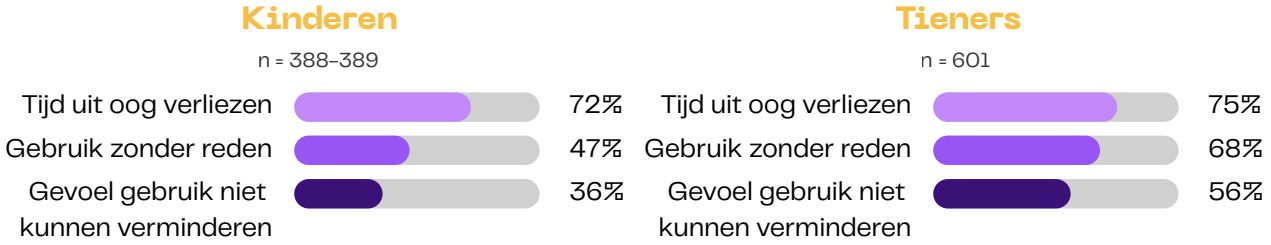
Willen een rustigere ervaring

Jongeren herkennen niet alleen wat hun aandacht vasthoudt, ze **vragen ook om een rustigere ervaring**. In **Scrollternatives** herkenden deelnemers 'verslavende' ontwerpkeuzes en stelden ze zelf aanpassingen voor, zoals **minder geluidseffecten** en **notificaties**, en **duidelijke stopsignalen** die in de feed zijn ingebouwd.

Deelnemers aan **Reclaimer** noemden **notificaties**, **streaks** en nog **niet behaalde doelen** in games die in het ontwerp nadrukkelijk zichtbaar blijven als prikkels om door te gaan met hun gebruik. Sommige kinderen stelden daarnaast een **visueel rustiger** ontwerp voor. Samen wijzen deze ideeën in de richting van platforms die minder doen om jongeren terug te lokken en het makkelijker maken om te pauzeren.

Niet alle tijd online voelt zinvol

"Te veel" gaat niet alleen over hoeveel tijd je online doorbrengt, maar ook over hoe die tijd voelt en wat erdoor bij inschiet. Op **beide leeftijden** gaf een groot deel van de jongeren aan de **tijd uit het oog te verliezen**: **72% van de kinderen** en **75% van de tieners**. Doelloos online zijn kwam voor bij 47% van de kinderen en 68% van de tieners. Daarnaast gaf respectievelijk 36% en 56% aan hun online gebruik niet te kunnen minderen.



Figuur 6. Percentage kinderen en tieners dat het (helemaal) eens was dat ze tijd uit het oog verliezen, sociale media zonder reden gebruiken of hun gebruik niet te kunnen verminderen.

Sociale media kunnen **concurreren met andere prioriteiten**. Tieners meldden vaker dat ze **sociale media bleven gebruiken ondanks belangrijke taken** (27% van de kinderen tegenover 40% van de tieners), maar bij andere conflicten waren de leeftijdsverschillen kleiner. Doorgaan **ondanks het gevoel minder productief te zijn** werd gemeld door 37% van de kinderen en 40% van de tieners.



De pilots voegden hier nog een dimensie aan toe: **hoe leuk gebruik achteraf toch als verspilde tijd kan aanvoelen**. Deelnemers aan Scrollternatives maakten **onderscheid** tussen **activiteiten die de moeite waard zijn en doelloos scrollen**, terwijl deelnemers aan Reclaimer beschreven hoe ze **naar hun telefoon grijpen wanneer ze zich vervelen, moe of gestrest zijn**, en langer blijven hangen dan bedoeld.

Resultaten II

Meer controle, zonder de verbinding te verliezen: hoe jongeren proberen hun gebruik te verminderen en welke ondersteuning ze nodig hebben.

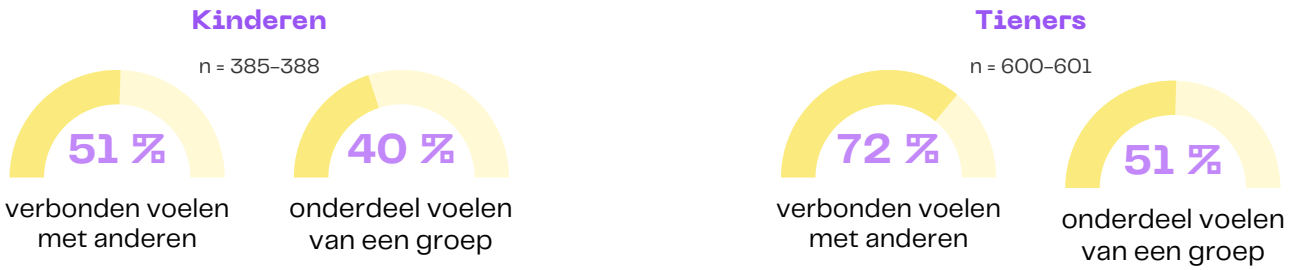
Naast het belang dat jongeren hechten aan verbonden blijven met anderen, laat ons onderzoek, zowel de Monitor als de kwalitatieve studies, zien dat veel tieners proberen hun gebruik te minderen, maar dat het hen niet lukt. Daarom is er behoefte aan platforms die hun inspanningen ondersteunen in plaats van ondermijnen. Tieners pleiten zelf ook voor aanpassingen in het ontwerp van platforms.

SP_CE TEEN

Meer controle, zonder de verbinding te verliezen

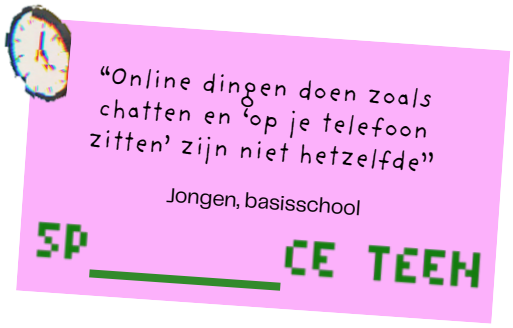
Sociale media hebben nog steeds iets te bieden

Tijd online kan als verspild aanvoelen, maar kan **ook betekenisvolle verbinding bieden**. In de Monitor was **51% van de kinderen** en **72% van de tieners** het ermee eens dat het gebruik van sociale media hen een **gevoel van verbondenheid** met anderen geeft. Ook **voelt 40% van de kinderen** en **51% van de tieners zich** vaak of bijna altijd **onderdeel van een groep** wanneer ze online communiceren.



Figuur 7. Percentage kinderen en tieners dat het ermee (helemaal) eens was dat sociale media hun een gevoel van verbondenheid geven, of dat ze zich vaak/ bijna altijd onderdeel van een groep voelden bij online communicatie.

Deze nadruk op verbinding sluit ook aan bij de wijze waarop **jongeren chatfuncties** binnen diverse platforms ervoeren: deze werden als een van **de minst verslavende** onderdelen beschouwd (zie pagina 15). Deze bevindingen uit de Monitor sluiten aan bij een onderscheid dat door deelnemers aan het Reclaimer werd gemaakt: **betekenisvolle online activiteiten zijn niet hetzelfde als simpelweg tijd doorbrengen op een telefoon**.



Deelnemers aan Scrollternatives vertaalden dit onderscheid naar **ontwerpideeën**. Verschillende deelnemers stelden **timers** voor **die nieuwe content in de feed tegenhielden zodra een limiet was bereikt, maar de chat beschikbaar hielden**, gericht op het beperken van eindeloos scrollen, terwijl het contact met anderen behouden bleef.

Samen suggereren deze bevindingen dat het doel niet is om volledig uit te loggen, maar om **doelgericht, sociaal gebruik te onderscheiden van scrollen waar jongeren spijt van krijgen**. Ondersteuning bij het verminderen van het gebruik zou dit onderscheid moeten weerspiegelen: jongeren helpen ongewenst scrollen te beperken, terwijl de online verbindingen die zij waardevol vinden behouden blijven.

Jongeren zetten stappen om minder online te zijn

Tieners

n = 306



Figuur 8. Percentage tieners dat momenteel probeert het socialemediagebruik te verminderen en van plan is dat in de toekomst te doen.

Ook jongere deelnemers **proberen hun gebruik te verminderen**: **meer dan een kwart van de kinderen** (29%) **heeft geprobeerd minder sociale media te gebruiken**, en ongeveer **de helft** (51%) is **van plan** dat **in de toekomst** te doen.

Meer dan de helft van de tieners (53%) **probeert het socialemediagebruik momenteel te verminderen**, en **bijna twee derde** (64%) is **van plan** dat **in de toekomst** te doen. Zowel huidige pogingen om te minderen als toekomstige voornemens daartoe komen vaker voor bij tieners dan bij kinderen.

Kinderen

n = 196



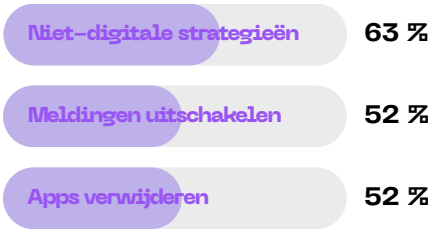
Figuur 9. Percentage kinderen dat heeft geprobeerd gebruik te verminderen of van plan is dat te doen.

Ze gebruiken verschillende strategieën om te minderen

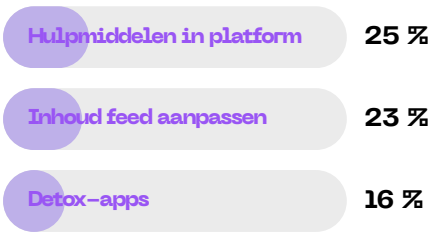
Tieners

n = 306

Meest gebruikte strategieën



Minst gebruikte strategieën



Figuur 10. De meest en minst gebruikte strategieën van tieners om hun socialemediagebruik te verminderen.

De percentages geven aan dat de strategie minstens soms wordt gebruikt.

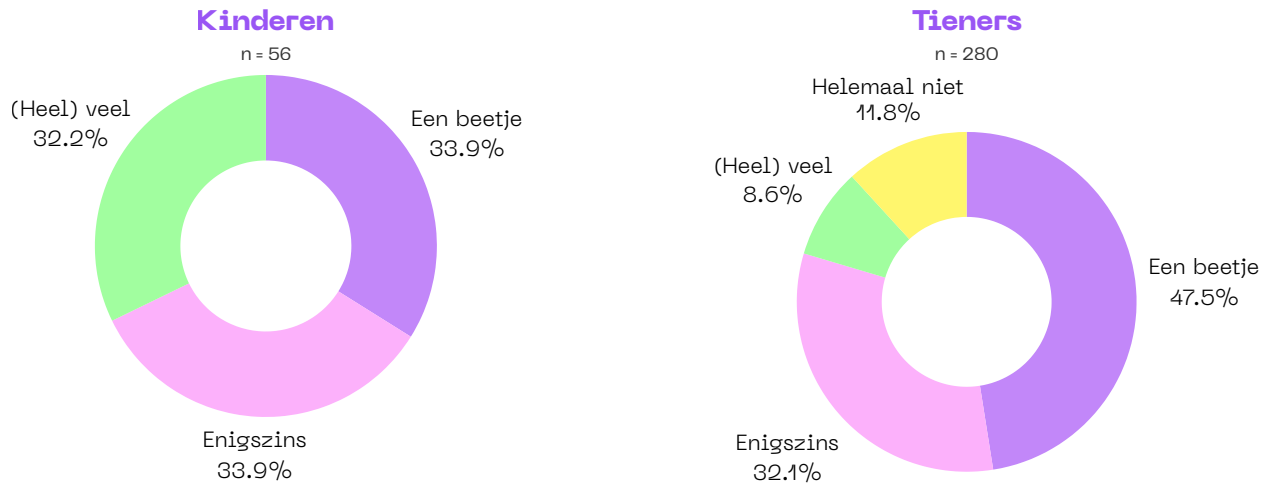
Tieners gaven aan verschillende strategieën te gebruiken om te minderen. **Niet-digitale strategieën kwamen het meest voor**: 63% gebruikte deze minstens soms. Daarna volgden **meldingen uitschakelen** en **apps verwijderen** (beide 52%). Minder deelnemers gaven aan **hulpmiddelen in het platform** te gebruiken (bijvoorbeeld TikTok's digitale welzijnsfeature) (25%), de **inhoud van hun feed aan te passen** (23%) of **detox-apps** (bijvoorbeeld de Forest app) te gebruiken (16%).

Kinderen beschreven hun strategieën in een open vraag. De meesten noemden simpelweg hun **telefoon wegleggen** of **timers gebruiken**, die meestal door hun ouders werden ingesteld.



Deze strategieën helpen, maar niet voor iedereen evenveel

Proberen te minderen levert niet altijd het gewenste resultaat op. **Van de tieners zei 47.5%** dat hun **strategieën een beetje hielpen** en **11.8% dat ze helemaal niet hielpen**; slechts 8,6% zei dat ze veel of heel veel hielpen. **Kinderen ervoeren meer voordeel**: **32.2%** zei dat hun **strategieën veel of heel veel hielpen**. Een **even groot percentage** (beiden 33.9%) gaf aan dat ze **een beetje of enigszins hielpen**, en **niemand zei dat ze helemaal niet hielpen**. Deze bevindingen hebben echter alleen betrekking op deelnemers die aangaven een strategie te hebben gebruikt om hun gebruik te verminderen. De steekproef onder kinderen was daarom klein: 56 kinderen, tegenover 280 tieners.



Figuur 11. Ervaren effectiviteit van strategieën om het socialemediagebruik te verminderen bij kinderen en tieners.



Naast deze antwoorden kregen **tieners** een open vraag waarin ze **in eigen woorden** konden **beschrijven wat het oplevert om minder sociale media te gebruiken**. Hun antwoorden geven een indruk van wat minderen in het dagelijks leven kan betekenen: **minder naar hun telefoon toe worden getrokken** en **meer ruimte** hebben **om uit te rusten**, **zich** te **concentreren** en **andere activiteiten te doen**.

Deelnemers aan Reclaimer spraken een vergelijkbare wens uit: **niet alleen minder tijd achter een scherm doorbrengen, maar ook meer tijd hebben voor de dingen die ze belangrijk vonden.**

Niet elke opoffering voelt de moeite waard om regie te krijgen

Minder gebruiken kan betekenen dat je iets wint, in plaats van alleen iets op te geven. Maar **hoeveel zijn tieners bereid op te offeren voor meer regie**? In een vraag die alleen aan tieners werd gesteld, onderzocht de Monitor of zij bereid zijn instellingen te gebruiken die meer regie bieden, ook als daar nadelen aan kleven. De **meningen waren verdeeld: ongeveer een derde was bereid elk van deze nadelen te accepteren**, ongeveer **een derde was dat niet**, en **de rest was neutraal**. Meer regie alleen maakt deze instellingen dus niet voor iedereen vanzelfsprekend aantrekkelijk.

	Tieners (n = 600)		
	Oneens	Neutraal	Eens
Minder plezier	30.8%	37.5%	31.2%
Moeilijker in gebruik	28.8%	35.2%	35.0%
Updates missen	33.8%	34.5%	31.0%
Leuke dingen van vrienden missen	33.3%	34.0%	32.0%

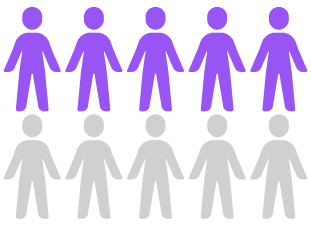
Tabel 3. Bereidheid om nadelen te accepteren in ruil voor meer regie over hun gebruik.
Antwoorden op de stelling: "Ik zou bereid zijn instellingen te gebruiken om meer regie te hebben over mijn socialemediagebruik, ook als dat betekent dat…"
(Antwoordoptie "Ik begrijp de vraag niet" wordt niet weergegeven. Daarom tellen de percentages niet op tot 100%.)

Ook ouders kunnen een rol spelen

Meer regie hoeft niet iets te zijn waar jongeren alleen voor moeten zorgen. De Monitor vroeg ook hoe vaak jongeren **hun ouders om hulp vragen om hun socialemediagebruik te verminderen**, of **samen afspraken maken om te minderen**. **Kinderen** gaven **vaker dan tieners** aan dat ze **beide dingen minstens af en toe doen**: iets meer dan de helft van de kinderen zei minstens af en toe om hulp te vragen, tegenover ongeveer vier op de tien tieners (respectievelijk 54.4% en 41.8%).

Afspraken maken kwam vaker voor: 68.7% van de kinderen en 47.7% van de tieners gaf aan dit **minstens af en toe** te doen. Tegelijkertijd zei **meer dan de helft** van de **tieners** dat ze **nooit of bijna nooit** hun ouders om hulp vragen of afspraken met hen maken (respectievelijk 58.2% en 52.3%).

Meer dan de helft van de kinderen vraagt minstens af en toe hulp aan hun ouders



	Kinderen			Tieners		
	(Bijna) nooit	Soms	(Heel) vaak	(Bijna) nooit	Soms	(Heel) vaak
Ouders om hulp vragen	45.6%	**36.9%**	**17.5%**	**58.2%**	34.3%	7.5%
Afspraken met ouders	31.3%	**43.6%**	**25.1%**	**52.3%**	33.7%	14.1%

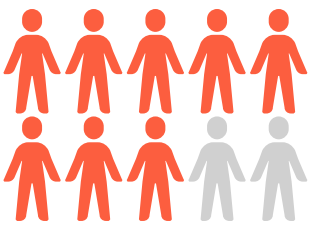
Tabel 4. Hoe vaak kinderen (n = 195) en tieners (n = 306) hun ouders betrekken bij het verminderen van hun socialemediagebruik.

Reclaimer biedt een **concreet voorbeeld van hoe ouderlijke betrokkenheid er in de praktijk uit kan zien**. Een kind stelde zich een app voor waarmee het zelf een schermtijdlimiet kan instellen, terwijl ouders die limiet kunnen aanpassen als die volgens hen te lang is. Ook kan de telefoon worden vergrendeld. Dit sluit aan bij de open antwoorden van de Monitor op de vraag over offline gaan, waarin sommige kinderen timers noemden die door hun ouders waren ingesteld. Samen laten deze voorbeelden zien dat **ouderlijke steun** kan bestaan uit een **digitale grens**, terwijl het **kind toch een rol krijgt bij het bepalen daarvan**.



Ook vrienden kunnen een rol spelen

Vergeleken met ouders waren **vrienden minder vaak betrokken bij pogingen om het gebruik van sociale media te verminderen**. Ongeveer **driekwart** van de kinderen en tieners gaf aan **nooit of bijna nooit vrienden om hulp te vragen** (respectievelijk 74.9% en 73.9%). Ongeveer **acht op de tien** gaven aan **nooit of bijna nooit afspraken met vrienden te maken** om minder sociale media te gebruiken (82.1% en 78.4%).



8 op de 10 jongeren maken nooit of bijna nooit afspraken over gebruik met vrienden

Ongeveer een kwart vroeg minstens soms om hulp, en ongeveer een vijfde maakte minstens soms afspraken. Steun van leeftijdsgenoten kwam dus weinig voor. Het patroon was vergelijkbaar in beide leeftijdsgroepen.

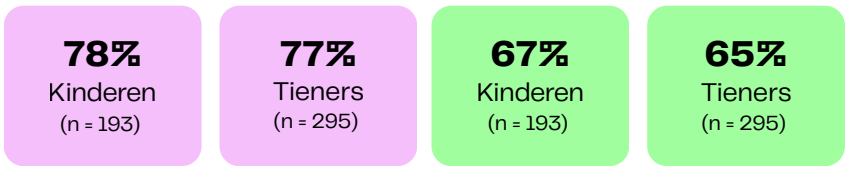
	Kinderen			Tieners		
	(Bijna) nooit	Soms	(Heel) vaak	(Bijna) nooit	Soms	(Heel) Vaak
Vrienden om hulp vragen	**74.9%**	19.0%	6.1%	**73.9%**	17.3%	8.8%
Afspraken met vrienden	**82.1%**	11.3%	6.7%	**78.4%**	17.0%	4.6%

Tabel 5. Hoe vaak kinderen (n = 195) en tieners (n = 306) hun vrienden betrekken bij het verminderen van hun socialemediagebruik.



Hoewel het niet vaak voorkomt, bieden de open antwoorden van de Monitor **voorbeelden van gezamenlijke inspanningen** die kunnen helpen bij het ontwikkelen van interventies. Reclaimer stelt een aanvullende mogelijkheid voor: vrienden met behulp van app bereiken om leuke offline activiteiten samen te plannen, zoals samen naar buiten gaan en aan gezamenlijke doelen werken. Offline gaan kan dan iets worden wat jongeren er samen voor kiezen te doen, in plaats van een taak die iedereen alleen moet zien te regelen.

Platforms moeten ook hun verantwoordelijkheid nemen



Figuur 12. De opvattingen van jongeren over veiliger platformontwerp en inspraak.
De percentages tonen de respondenten die het ermee eens waren dat platforms hun apps minder schadelijk moeten ontwerpen, en de respondenten die inspraak in het ontwerp van platforms belangrijk vonden.

Benieuwd naar wat jongeren vinden van digitale rechten, verantwoordelijkheid en regelgeving? Lees er meer over in ons State of Youth-rapport. Lees het hier.

Jongeren **verwachten ook dat platforms in actie komen:** ongeveer vier op de vijf zijn voorstander van minder schadelijk appontwerp, en twee derde hecht waarde aan inspraak in dat ontwerp.

Resultaten III

Telefoons wegleggen, ruimte maken voor meer: wat jongeren offline willen en nodig hebben

De SpaceTeen Monitor en de pilotprojecten laten zien dat jongeren meer ruimte willen voor een offline leven. De meesten hebben al kansen tot toffe sporten, hobby's en afspreken met vrienden, maar veel jongeren vinden dat er te weinig plekken zijn om naartoe te gaan. Ook zien ze in dat telefoons soms in de weg kunnen zitten. Ze verwachten dat telefoons wegleggen meer tijd oplevert voor relaties, activiteiten en rust. Maar om die wens in praktijk te brengen, zijn ondersteuning en plekken nodig waar ze samen tijd kunnen doorbrengen. Een uitnodiging om mee te doen, of meer mogelijkheden om gewoon samen te zijn, kan die kloof wellicht helpen te overbruggen. De uitdaging is om het beste van twee werelden te combineren: online contact en offline ervaringen.

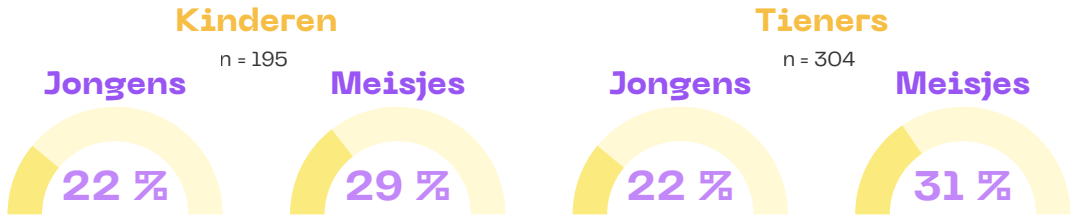
SP CE TEEN

Telefoons wegleggen, ruimte maken voor meer

Waar kunnen jongeren samenkomen? Plekken om elkaar in het echt te ontmoeten

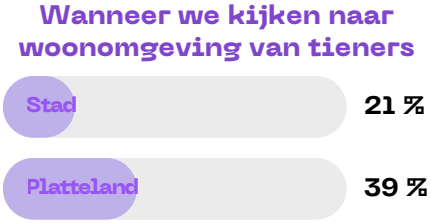
Ruimte maken voor een leven buiten de schermen betekent ook dat er plekken moeten zijn om naartoe te gaan. In de Monitor **gaf ongeveer een kwart van de kinderen en tieners aan dat er in hun buurt te weinig plekken zijn** waar ze elkaar kunnen ontmoeten en ontspannen (respectievelijk 25.5% en 26.1%).

Hoewel de percentages over het geheel genomen vergelijkbaar waren in beide leeftijdsgroepen, **gaven meisjes vaker dan jongens aan dat er te weinig plekken zijn**. Bij de kinderen vond 29% van de meisjes dat er onvoldoende plekken waren, tegenover 22% van de jongens. Bij de tieners waren deze percentages respectievelijk 31% en 22%.



Figuur 13. Het ervaren tekort aan ontmoetingsplekken in de buurt, uitgesplitst per leeftijdsgroep en gender.
De percentages tonen de respondenten die het (helemaal) oneens waren met de stelling dat er in hun buurt genoeg plekken zijn om elkaar te ontmoeten en te ontspannen.

Ook **verschilden de ervaringen van tieners naar woonomgeving**. Tieners die hun omgeving als **platteland** omschreven, **gaven vaker aan dat er onvoldoende plekken zijn** dan tieners die hun omgeving als stad omschreven (38.5% tegenover 21.1%).



Figuur 14. Het ervaren tekort aan ontmoetingsplekken in de buurt bij tieners, uitgesplitst per woonomgeving.
De percentages tonen tieners die het (helemaal) oneens of waren met de stelling dat er in hun buurt genoeg plekken zijn om elkaar te ontmoeten.

Maar naast de vraag of er genoeg plekken zijn, speelt ook **de vraag wat ervoor zorgt dat jongeren zich er welkom voelen en dat de plekken geschikt voor hen zijn**. De kwalitatieve bevindingen uit **Happy Place** bieden hier extra inzicht in. Ze benadrukken dat jongeren **behoefte** hebben aan **plekken waar ze gemakkelijk vrienden kunnen ontmoeten en zich op hun gemak voelen.**

In openbare ruimtes kunnen jongeren het **gevoel hebben dat ze bekeken worden of als overlast worden gezien**. Ook onzekerheid over de veiligheid, de mate waarin anderen openstaan voor contact en wat er van hen wordt verwacht, kan extra drempels opwerpen. Deze verhalen wijzen op **de behoefte aan third places**: informele ontmoetingsplekken buiten thuis en school, waar jongeren zich veilig voelen, enige privacy hebben en op hun eigen voorwaarden contact kunnen leggen.





Naast het gevoel welkom en op hun gemak te zijn, kan **iets leuks om te doen jongeren een reden geven om deze plekken te bezoeken.** Gamen in een buurthuis, naar de sportschool gaan of winkels bezoeken zijn **concrete bestemmingen**. Soms moedigt een ouder hen aan om daarvoor het huis uit te gaan.

Buiten zijn hoeft ook niet volledig schermvrij te zijn: gamen kan jongeren juist naar een fysieke locatie lokken. Offline betrokkenheid stimuleren betekent dus meer dan hen aanmoedigen om "naar buiten te gaan"; het betekent ook plekken bieden waar ze graag naartoe gaan en activiteiten aanbieden die ze willen doen.

Activiteiten en tijd met vrienden

Veel jongeren maken al tijd vrij voor activiteiten en vrienden. Zoals tabel 6 laat zien, **sporten de meeste kinderen en tieners**, houden ze zich **bezig met hobby's** en **spreken ze minstens wekelijks af met vrienden**. Bij alle drie de activiteiten lag dit percentage hoger bij kinderen.

Deze activiteiten waren echter niet per se schermvrij: bij hobby's kunnen schermen een rol spelen, en ook bij afspraken met vrienden in het echt kunnen jongeren hun telefoon gebruiken. De bevindingen wijzen wel op **bestaande interesses en sociale routines** waarop **initiatieven ter ondersteuning** van een **leven buiten de schermen kunnen voortbouwen**.

	Kinderen	Tieners
Sporten	79.6%	72.9%
Hobby's	80.1%	72.5%
Afspreken met vrienden	76.5%	70.3%

Tabel 6. Percentage kinderen (n = 196) en tieners (n = 306) dat de genoemde activiteiten minstens wekelijks doet.

Wanneer sociale media tijd opslokken

Regelmatig deelnemen aan activiteiten betekent niet dat sociale media nooit in de weg zitten. In de Monitor **vond 37.8% van de kinderen en 42.5% van de tieners** dat **hun socialemediagebruik hun minder tijd overliet voor andere belangrijke activiteiten**.

37.8%
van de kinderen

42.5%
van de tieners

is het ermee eens dat sociale media tijd wegnemen van andere belangrijke activiteiten

Figuur 15. De ervaren verdringing van andere belangrijke activiteiten door socialemediagebruik onder kinderen (n = 196) en tieners (n = 306).
De percentages tonen de respondenten die het ermee (helemaal) eens waren dat tijd besteed aan sociale media hun minder tijd laat voor andere belangrijke activiteiten.

Je telefoon pakken voor schoolwerk kan ertoe leiden dat je die uiteindelijk voor andere dingen gebruikt. De kwestie is dus niet alleen of er schermen bij komen kijken, maar ook **of het gebruik ervan in de weg staat van wat jongeren willen of moeten doen.**



Ruimte maken voor wat ertoe doet

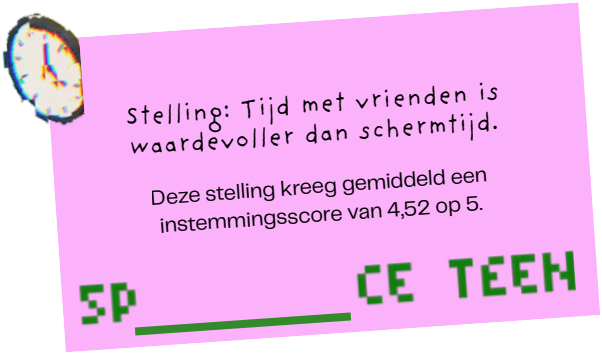
Naast dat ze erkennen dat sociale media soms in de weg kunnen staan, vertellen jongeren ook **waar ze graag meer ruimte voor willen maken**. In de open antwoorden van de Monitor worden die mogelijkheden concreet: **meer tijd voor gesprekken met vrienden en ouders, schoolwerk, hobby's en spelen.**





Uit hun antwoorden blijkt ook dat **de waarde van die tijd** zit in **meer aanwezig écht kunnen zijn**, genieten van een goed gesprek en aandacht hebben voor de mensen om je heen.





In de korte vragenlijst van **Reclaimer**, die bij de co-creatiesessies werd afgenomen, beoordeelden 44 leerlingen stellingen over schermgebruik en dagelijkse activiteiten. Ze waren het er in sterke mate **mee eens dat tijd met vrienden waardevoller is dan schermtijd**.

Maar meer tijd met vrienden willen, leidt niet vanzelf tot plannen maken of de telefoon wegleggen. Een uitnodiging om mee te doen aan een activiteit kan helpen die kloof te overbruggen. **CLUB**, een van de prototypes die in Reclaimer zijn ontworpen, verkent deze mogelijkheid om **online contact te combineren met offline activiteiten** (zie de sectie met het overzicht van prototypes).

Nieuwe manieren ontwerpen om balans te vinden

Overzicht van prototypes

Dit overzicht bundelt prototypes van Scrollternatives, Reclaimer en Happy Place. Ze vertalen de ervaringen en prioriteiten van jongeren naar concrete ontwerpideeën. De prototypes verkennen hoe ontwerp kan bijdragen aan bewustere keuzes, betekenisvol contact en ruimte voor wat ertoe doet, zowel online als in het echt.





BETER

Scrollternatives prototype

today tomorrow

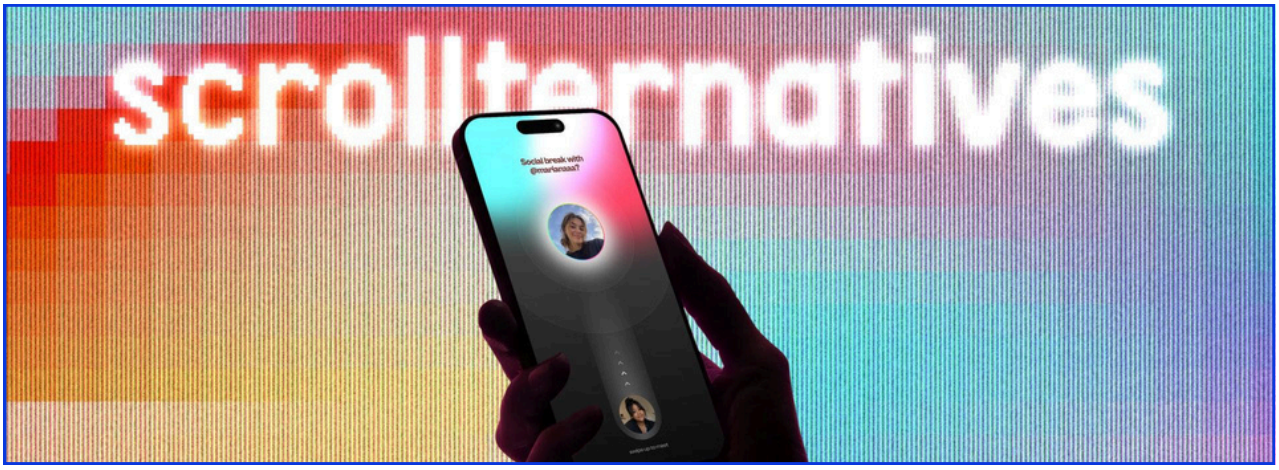
PAUZE Party: een pauze met een sociaal doel!

PAUZE Party nodigt jongeren uit om tijdens een pauze van het doomscrollen met elkaar in contact te komen. Het concept is ontwikkeld door ontwerpstudio TodayTomorrow, samen met jongeren van Scrollternatives, en is het eerste concept dat is uitgewerkt tot een werkende feature. Het doel is niet alleen om het scrollen te stoppen, maar ook om iets waardevols aan te bieden om in plaats daarvan te doen.

Omdat PAUZE Party niet is ingebouwd in een bestaand platform, kan het onafhankelijk worden geëvalueerd. Deze winter staat er aan de Universiteit van Amsterdam een gecontroleerd onderzoek gepland om de effecten ervan te beoordelen. De resultaten worden begin 2027 verwacht.

Als de bevindingen veelbelovend zijn, is het de ambitie om de feature te laten invoeren door platforms die zich inzetten voor gezonder ontwerp, waaronder nieuwere alternatieven voor gevestigde socialemediaplatforms. We blijven ook mogelijkheden onderzoeken om andere Scrollternatives prototypes tot leven te brengen.

Lees hier het ScrollReport Short van Scrollternatives over het ontwerpproces.



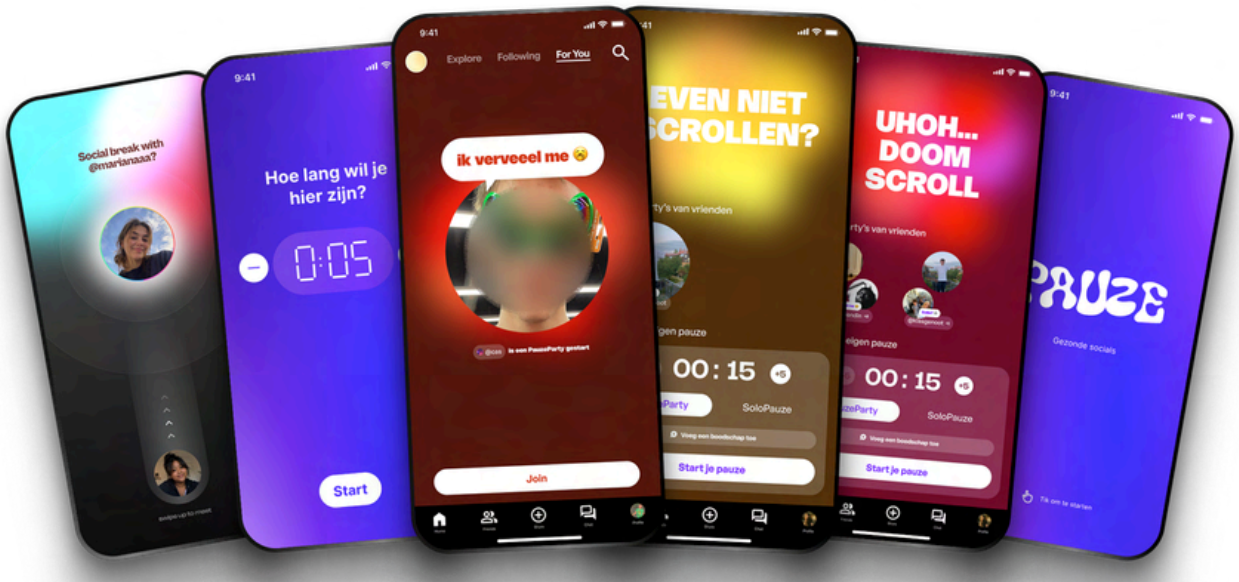
PAUZE Party prototype

BETER

Scrollternatives prototype

today tomorrow

PAUZE Party: een pauze met een sociaal doel!



PAUZE Party prototype

Zou jij een sociale pauze willen om aan de valkuil van doomscrollen te ontsnappen?

Probeer hier de demo

Design Research: Lisa van de Merwe
Creative Direction: Bart Bergmeijer
Design: Tim van Cappellen
Project Lead: Tijana Patteri
Development: Teije Keesmaat

MINDER

Reclaimer prototype

scroll
scroll
scroll

CLUB: van ideeën naar plannen!

CLUB is bedoeld om kinderen te helpen ideeën om tijd met vrienden door te brengen makkelijker om te zetten in concrete plannen. Het concept is ontwikkeld tijdens de co-creatiesessies van Reclaimer met kinderen van 10 tot 14 jaar en richt zich op de laatste twee leerjaren van de basisschool: groep 7 en 8. Het uitgangspunt is niet om schermgebruik te verbieden, maar om betekenisvolle alternatieven makkelijker, aantrekkelijker en toegankelijker te maken.

C7U8

De gouden uurtjes

Het concept draait om de 'gouden uurtjes' tussen 15.00 en 18.00 uur: een deel van de middag waarin ruimte is om vrienden te ontmoeten, naar buiten te gaan en iets nieuws te proberen. Op het platform kunnen kinderen hun eigen club starten of zich aansluiten bij een club die past bij hun interesses. Samen kunnen ze activiteiten voorstellen, plannen maken en nieuwe dingen ontdekken om te doen. Het doel is om de kloof te overbruggen tussen 'dat klinkt leuk' en daadwerkelijk samen iets ondernemen. Online afspreken helpt daarbij om gedeelde ervaringen in het echt mogelijk te maken.

Geen eigen smartphone nodig

Deelname vereist geen eigen smartphone. CLUB is ontworpen rond een persoonlijke kaart en pincode waarmee kinderen op een beschikbaar apparaat toegang krijgen tot hun account. Deze aanpak wil hun groeiende zelfstandigheid ondersteunen zonder aan te moedigen dat ze eerder een smartphone krijgen: het digitale hulpmiddel maakt het mogelijk activiteiten te regelen, in plaats van een reden te worden om een telefoon te hebben.

Voor wie meer wil weten over Reclaimer, verschijnt binnenkort een uitgebreider ScrollReport Short.



CLUB prototype

MINDER

Reclaimer prototype

scroll
scroll
scroll

CLUB: van ideeën naar plannen!

De vier pijlers van CLUB:

1) Samen vrije tijd doorbrengen: CLUB is er voor na school, wanneer jij en je vrienden tijd hebben.

2) Plannen en organiseren: Van een voetbaltoernooi organiseren tot na school samen winkelen: CLUB helpt je om het voor elkaar te krijgen.

3) Ontdekken en meedoen: Weet je niet wat je wilt doen? CLUB stelt activiteiten in je buurt voor waaraan je makkelijk kunt meedoen.

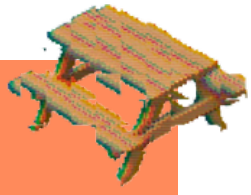
4) Groep 7: Als je in groep 7 komt, krijg je je persoonlijke kaart en CLUB-account. Ontdek samen met je klas hoe je CLUB kunt gebruiken.





CLUB Prototype

Design Team:
Marcel Schouwenaar
Puck Siemerink
Janne van de Sande



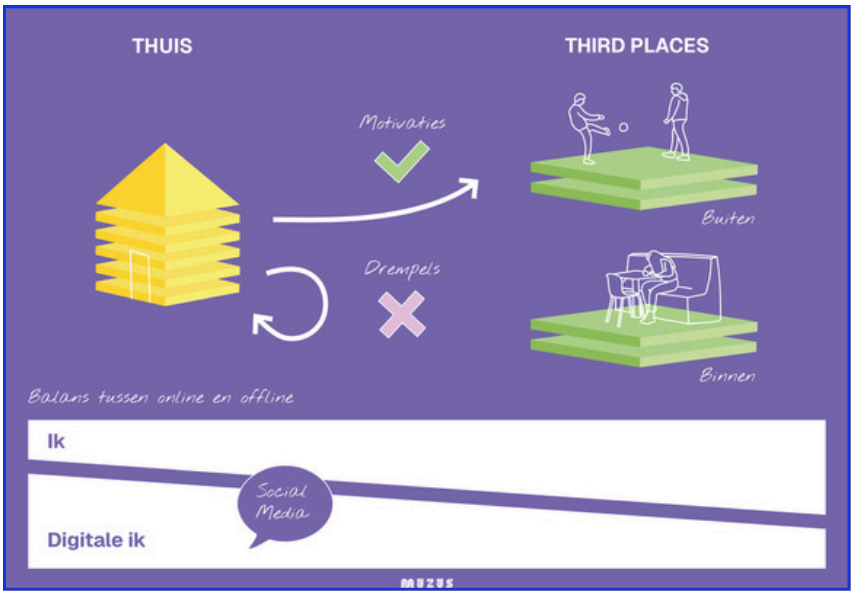
ANDERS

Happy Place prototype

MUZUS

Een plek om te chillen, te groeien en te connecten

De ontwerpvisie van Muzus richt zich op het creëren van aantrekkelijke plekken buiten thuis en school waar jongeren tijd kunnen doorbrengen, anderen kunnen ontmoeten en iets kunnen doen dat bij hen past. Met interviews, focusgroepen en foto-opdrachten onderzochten ze wat deze plekken aantrekkelijk maakt, en wat jongeren er momenteel van weerhoudt erheen te gaan. Jongeren beschreven sociale media als een makkelijke, gratis manier om hun tijd door te brengen, terwijl alternatieven duur, onbekend of niet uitnodigend kunnen aanvoelen. Het doel is daarom niet simpelweg om scrollen te ontmoedigen, maar om andere mogelijkheden toegankelijker en aantrekkelijker te maken.

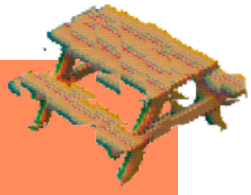


Plek om te chillen

Plek om te groeien

Plek om te connecten

Drie factoren vormen de leidraad voor het ontwerp. **Het moet een plek zijn om te: chillen,** waar jongeren kunnen ontspannen, rondhangen en zichzelf kunnen zijn zonder iets te hoeven doen; **groeien**, waar ze kunnen ontdekken, leren en zich ontwikkelen; en **connecten**, waar ze samen tijd kunnen doorbrengen en nieuwe mensen kunnen ontmoeten. Deze factoren weerspiegelen verschillende manieren waarop jongeren een ruimte zouden willen gebruiken, in plaats van één bepaalde verwachting over wat ze daar zouden moeten doen.



ANDERS

Happy Place prototype

Een plek om te chillen, te groeien en te connecten

Samen bouwen met meiden in Amsterdam-Noord

Naast voetbalvelden die vooral door jongens worden gebruikt, willen meiden in Amsterdam-Noord een plek waar ze zich welkom voelen en die ze hun eigen plek kunnen noemen. Als één van de vier lokale proefprojecten, bouwen meiden samen met Muzus en de gemeente Amsterdam: ze ontwerpen, bouwen en schilderen een roze-bruine hangplek: een overdekte bank met een kast vol spelletjes, lampjes, muziek, dekens en kussens.





Prototype

Design Team:
Neele Kistemaker
Rins Lindeman
Mirte van der Nat

Het proces begint met het opbouwen van vertrouwen en ontdekken wat de meiden leuk vinden en wat ze missen. Door de plek zelf te creëren, ontwikkelen ze trots en een gevoel van eigenaarschap. De volgende stap is bekijken hoe de plek in de openbare ruimte wordt gebruikt en wat helpt om er een succes van te maken.

De uitnodiging aan lokale overheden, ontwerpers en jongerenwerkers is om verder te kijken dan het telefoongebruik van jongeren: wat biedt hun omgeving hun, en hoe kunnen we plekken creëren waar ze echt graag tijd doorbrengen?

Wat kan ontwerp veranderen voor jongeren?

Breng "social" terug

today tomorrow

Bart Bergmeijer
Creative Director

"Sociale media kunnen mensen met elkaar verbinden. Binnen SpaceTeen onderzoeken we hoe we dat potentieel kunnen benutten en het 'sociale' in sociale media kunnen herstellen."



Geef jongeren een stem

scroll scroll scroll

"Wij denken dat jongeren veel meer autonomie moeten krijgen over hun eigen tijd en hun eigen vrijheid.
In plaats van het verbieden en zorgen dat de telefoon niet bij kinderen komt vragen wij ons als ontwerpers af wat jongeren zelf willen."



Puck Siemerink
Design Lead

Creëer plekken om elkaar te ontmoeten

MOZUS



Rins Lindeman
Design Lead

"De openbare ruimte is niet ontworpen door jongeren. Veel jongeren gaven aan behoefte te hebben aan een plek waar ze makkelijk kunnen afspreken en hun vrienden kunnen zien, maar zulke plekken ontbreken. Ook ervaren ze drempels om anderen te ontmoeten en contact met hen te leggen. **Ontwerp** kan bijdragen aan veilige, besloten en toegankelijke plekken die aansluiten bij hun behoeften."



Marjolein van Vlucht
Programma Manager
Ontwerpkracht

Herwin controle over aandacht en tijd

"Socialemediagebruik van jongeren is een complexe opgave, waarbij we het er allemaal over eens zijn dat actie moet worden ondernomen om onze controle over aandacht en tijd terug te winnen. Dat is een vraagstuk waarop nieuwe technologie of wetgeving onvoldoende antwoord geven, en **ontwerp** met en voor jongeren juist een belangrijke sleutel is.

Verder dan onderzoek

Gesprekken op gang brengen

Betere ruimtes voor tieners creëren vraagt om meer dan alleen onderzoek. Tijdens Dutch Design Week, ScrollCon en in media-interviews delen we wat we leren, nodigen we uit tot nieuwe perspectieven en brengen we mensen met elkaar in contact die kunnen helpen om inzichten om te zetten in actie.

Mogelijkheden verkennen

Tijdens Dutch Design Week namen we deel aan openbare evenementen van CLICKNL en deelden we ons werk bij AREA51, een skatepark waar veel jongeren komen. In gesprekken met bezoekers verkenden we hoe ontwerp kan bijdragen aan een betere digitale wereld, onder meer door verder te kijken dan jongeren vragen hun telefoon weg te leggen.





Mensen samenbrengen

Samen met Netwerk Mediawijsheid organiseerden we op 11 november 2026 ScrollCon. Daar brachten we jongeren, ontwerpers, platforms, beleidsmakers, onderzoekers en maatschappelijke organisaties samen. Het doel was om verder te gaan dan het bespreken van uitdagingen en verbindingen tot stand te brengen die leiden tot concrete ideeën voor betere sociale media.

Een stap verder

De komende jaren zullen de inzichten van SpaceTeen bijdragen aan educatief materiaal dat samen met NEMO Science Museum wordt ontwikkeld. De pilots vormen ook input voor een toolkit met methoden om met jongeren samen te werken. Deze wordt ontwikkeld door Crystal Smit (EUR) en later beschikbaar gesteld. Daarnaast ontwikkelen we tools voor stakeholders om samen te kunnen brainstormen over ontwerpaanpassingen.



DDW 26 AREA51

SPACETEEN INSTALLATIE

SpaceTeen–Agenda voor Verandering

Betere sociale media voor jongeren creëren is een gedeelde missie. De **SpaceTeen Agenda voor Verandering** biedt praktische stappen die we allemaal kunnen zetten. We hopen dat je iets vindt wat je wilt uitproberen. Deel je ervaringen met ons als je dat doet, zodat we samen kunnen blijven leren. #spaceteenagenda

1 Platforms

- **Neem verantwoordelijkheid voor digitaal welzijn:** ontwerp voor balans en rustigere ervaringen, niet voor eindeloos gebruik.
- **Geef jongeren inspraak en controle:** betrek jongeren bij het ontwerp, maak algoritmes transparant en laat gebruikers hun feeds zelf vormgeven.
- **Maak stoppen makkelijker:** beperk afleiding, gebruik duidelijke stopmomenten en introduceer frictie waar nodig.
- **Bescherm de privacy:** verzamel minder gegevens en bescherm de informatie van jongeren.

2 Jongeren

- **Probeer verschillende apps:** ontdek WeAre8 en Blybahn, gebruik Signal om met vrienden te chatten.
- **Ga een uitdaging aan:** probeer samen met vrienden twee dagen zonder TikTok, of een andere uitdaging.
- **Houd je telefoon uit bed:** laad hem op buiten de plek waar je slaapt.
- **Kies contact boven scrollen:** stuur een vriend(in) een bericht of plan samen een leuk alternatief, en spreek af wanneer en waar.

3 Beleidsmakers

- **Betrek jongeren bij beleid** dat invloed heeft op hun digitale leven.
- **Houd platforms verantwoordelijk voor veiliger ontwerp** en steun gezondere alternatieven voor platforms die draaien om zoveel mogelijk betrokkenheid.
- **Investeer in offline plekken** waar jongeren elkaar kunnen ontmoeten.
- **Financier digitale geletterdheid en onafhankelijk onderzoek:** ondersteun jongeren en ouders, en onderzoek het ontwerp van platforms en de effecten ervan.

4 Scholen en jongeren-organisaties

- **Maak platformtrucs zichtbaar:** leer jongeren hoe dark patterns hen langer betrokken houden.
- **Ontwerp samen met jongeren telefoonvrije plekken en momenten.**
- **Geef het voorbeeld met alternatieven:** gebruik andere platforms voor communicatie op school en binnen organisaties.
- **Bedenk samen alternatieven:** ontwikkel activiteiten en plekken waar jongeren echt liever naartoe gaan.

5 Ouders

- **Geef in het dagelijks leven zelf het goede voorbeeld** door je telefoon en sociale media bewust en met mate te gebruiken.
- **Maak ruimte voor momenten zonder telefoon**, bijvoorbeeld tijdens het eten of in de slaapkamer.
- **Stimuleer contact in het echte leven:** help tieners leuke dingen te doen en plekken te vinden waar ze elkaar zelfstandig kunnen ontmoeten – zonder direct toezicht van volwassenen.

Het SpaceTeen-team: de mensen achter SpaceTeen

Onderzoek
Universiteit van Amsterdam



Sindy Sumter
Programme Lead
Onderzoeker



Lise-Marie Nassen
Programme Manager
Onderzoeker



Amber van der Wal
Onderzoeker



Susanne Baumgartner
Onderzoeker



Clara Virós i Martín
SpaceTeen
Gastonderzoeker



Charlotte Godfried
Onderzoeksstagiair



Rusen N. Tanribilir
Onderzoeker



Marthe Möller
Onderzoeker

Onderzoek
Erasmus Universiteit Rotterdam



Rhianne Hoek
Onderzoeker



Crystal Smit
Onderzoeker

Creatieve Partners



Bart Bergmeijer
Creative Director



Lisa van de Merwe
Design Researcher



Tijana Patteri
Project Lead



Marcel Schouwenaar
Design Lead



Puck Siemerink
Design Lead



Rins Lindeman
Design Lead



Neele Kistemaker
Design Lead



Mirte van der Nat
Design Lead

SpaceTeen Partners: Stichting Koninklijke Nederlandse Kinderpostzegels, KPN, YoungMedia, NEMO Science, VodafoneZiggo, Universiteit van Amsterdam, Erasmus Universiteit
Associate Partners: Gemeente Amsterdam, KidsRights, RECImpact, ASCoR
Creative Partners: ScrollScrollScroll, Muzus, TodayTomorrow

Het SpaceTeen Programma is (mede) gefinancierd met de PPS-i middelen van het Ministerie van Economische Zaken vanuit TKI CLICKNL, en maakt onderdeel uit van het programma Ontwerpkracht & Transities.