

Samen investeren in gezonde online lifestyle

Jaarverslag 2016
en focus 2017



yona
you're not alone

Jaarverslag 2016 en focus 2017



1. Voorwoord	3
2. Missie	4
3. Organisatie	5
4. Ontwikkeling app	7
5. Contact met de doelgroep	9
6. Jaarcijfers 2016	13
7. Begroting 2017	14
8. Samen verantwoordelijk	16

1

Voorwoord

Twee jaar geleden raakten enkele ondernemers tijdens een zakelijke lunch met elkaar in gesprek over jongeren en internet. Een discussie in de media gaf daar aanleiding toe. Er ontstond een gedeelde 'sense of urgency': jongeren hebben onze hulp nodig. We willen samen online sterk staan!

Dit was het begin van een lifestyle-beweging. Dankzij de inzet van jongeren, ondernemers en ontwikkelaars sloeg de Yona-vonk over. Inmiddels kunnen we

spreken van een warme, gezellige, bruisende jongerenbeweging die zich inzet voor gezond internetgedrag.

Yona (*You Are Not Alone*) gelooft in de kracht van 'samen'. We zijn transparant, delen vertrouwen en nemen onze verantwoordelijkheid. Dit werkt aanstekelijk! Steeds meer jongeren sluiten zich aan bij Yona.

In het afgelopen jaar bouwde Yona een app die gebaseerd op het accountability-principe. We wilden een product dat anders en beter is dan de reeds bestaande oplossingen. Dit bleek een uitdaging. Het bouwen van de techniek was moeilijker dan gedacht en kostte meer tijd en geld. Inmiddels staat de app voor zowel iOS als Android in de app store. Daar zijn we dankbaar voor.

Dit is slechts het begin. Gezond internetgedrag vraagt om bewustwording, als voorwaarde voor gedragsverandering. Dat is waar Yona zich voor inzet in de komende periode. Dat mag wat kosten, want onze jongeren zijn het waard. Yona is geen succesverhaal met makkelijke

oplossingen als het gaat om internetgebruik. Het is een zoektocht naar antwoorden op vragen die ons overspoelen. Het bestuur en de medewerkers van de Yona Foundation weten zich afhankelijk van God. Laten we elkaar opdragen in het gebed. Vanuit de overtuiging dat bij Hem mogelijkheden zijn waar onze eigen inspanningen tekort schieten.

Met hartelijke groet,

Cornelis Bosch
voorzitter



2

Missie



Lifestylebeweging

Yona is een lifestylebeweging die werkt dankzij de kracht van samenwerking. De Yona-app legt de verbinding tussen twee personen die elkaar vertrouwen en bereid zijn om in gesprek te gaan over hun online gedrag. Met Yona bieden we een veilige online plaats waarin vrienden elkaar helpen om hun doelen te halen.

Zowel online (via sociale media) als offline (via persoonlijk contact) werft Yona jongeren om samen een positieve lifestylebeweging op gang te brengen. Bewustwording is de eerste stap naar gedragsverandering. Vandaar dat Yona-ambassadors hun eigen verhaal delen en dit ondersteunen met filmpjes waarin jongeren zichzelf herkennen. Vanuit die herkenning kunnen zij nieuwe doelen stellen voor de toekomst.

De Yona Foundation is geen doel op zichzelf, de Yona-app evenmin. Als lifestylebeweging ziet Yona het als uitdaging om de doelgroep te bereiken binnen de eigen context. Gebruikers dienen kennis te maken met de app via hun peers of identificatiefiguren in de nabije omgeving.

Door en voor jongeren

Yona wil niet de zoveelste organisatie zijn die mediapresentaties houdt voor jongeren. Daarom zetten we een stap verder. Yona bevordert een gezonde online lifestyle door onderlinge identificatie binnen de *peer group* van jongeren. We zoeken jongeren op met onze Yona offline *campfire place*, waarbij we rondom een knapperend haardvuur in gesprek gaan over (on)gezond internetgedrag. In scholen, kerken en bij jongerenmeetings. Want samen kom je verder.

Scholen zijn belangrijke ontmoetingsplaatsen voor jongeren. Daarom draait momenteel op drie scholen voor Voortgezet Onderwijs (VO) een pilot met Yona-communities. Deze gemotiveerde jongeren zet Yona in om elkaar onderling te stimuleren tot een gezonde lifestyle. Deze aanpak leidt tot een blauwdruk voor het bereiken van jongeren via VO-scholen.

Yona verbindt in de toekomst duizenden jongeren. Onderling, als buddy's. Maar ook grootschalig binnen de Yona jongerenbeweging. Zodat we samen een aanstekelijk werkende gezonde online lifestyle laten zien.

3

Organisatie

Bestuur

Daadkracht, transparantie en ondernemerszin zijn kenmerkend voor het Yona-bestuur, een mix van ervaren IT-ondernemers, marketeers, toezichthouders en een financieel specialist. Decennialange bestuurlijke ervaring maken het mogelijk om in snel tempo een professionele organisatie van de grond te tillen. De bestuursleden verrichten hun

werkzaamheden onbezoldigd. Het bestuur vergadert viermaal per jaar over strategische besluiten. Verdere activiteiten vinden plaats in samenwerking met medewerkers en vrijwilligers.

Team

De Yona-vrijwilligersorganisatie wordt aangestuurd door Programma Manager Steven Middelkoop. Ervaring met onderwijs, jongerenwerk en het opbouwen van een non-profitorganisatie zijn helpend tijdens de pioniersfase. Vanaf 2017 versterkt Barbera Bakker-Lodder het Yona-team. Zij heeft ruime ervaring met sales, het verkennen van nieuwe markten en jongerenwerk.

Development

De technische ontwikkeling van Yona wordt geleid door Development Manager Henk Rietveld. Samen met software-architect Bert Roos en Product Manager Jan

Bosch vormen zij een sterk team. De ontwikkeling van de app is grotendeels uitbesteed aan Mobiquity, een internationaal bedrijf met vestigingen in onder andere Amsterdam en India. Het beheer van de app wordt uitgevoerd door Kerkhoff, een Canadese samenwerkingspartner. Diverse techneuten werken op vrijwillige basis mee aan de ontwikkeling van Yona.

Werkgroep en sprekerspoule

Yona bestaat dankzij de inzet van vrijwilligers. Facilitaire taken worden zoveel mogelijk uitgevoerd door jongeren die samen de organisatie dragen. Daarnaast verzorgt een sprekerspoule op enthousiaste wijze presentaties. In de toekomst krijgt de vrijwilligersorganisatie van Yona een regionaal karakter. Hoe dichter bij de doelgroep, hoe laagdrempeliger het contact. Daardoor kunnen ook jonge vrijwilligers zich inzetten voor Yona.



Cornelis Bosch
Voorzitter



Laurens van der Tang
Secretaris



Steven Middelkoop
Programma Manager



John van de Velde
Penningmeester



Diederik van Dijk
Bestuurslid



Marijn Schouten
Bestuurslid



Barbera Bakker-Lodder
Adviser

Yona-ambassador

Corné Haalboom

17 jaar



Hoe beïnvloedde Yona jouw online lifestyle?

'Voordat ik bij Yona begon, was ik zo goed als van mijn film- en gameverslaving af, maar doordat ik stage ging lopen bij Yona ben ik er nog meer op gaan letten. Nu gebruik ik mijn telefoon veel minder.'

Wat bewaar je als mooie herinneringen aan jouw Yona-stage?

'De gezelligheid die er altijd was, het contact maken met mensen en het vertellen van een verhaal waar je zelf ook achter staat en in gelooft. Ook hebben de vele presentaties voor Yona mijn presentatievaardigheden een grote boost gegeven.'

Hoe maken we van Yona een succesvolle jongerenbeweging?

'Doorgaan met het presenteren en heel actief blijven op social media. Dat is ontzettend belangrijk om de jongeren op de hoogte te houden en over te halen voor Yona. Blijf originele video's maken als reclamemiddel. Blijf daarnaast jongeren inzetten als ambassadors om het Yona-verhaal te vertellen!'



Ook hebben de vele presentaties voor Yona mijn presentatievaardigheden een grote boost gegeven



4

Ontwikkeling app



Uitdaging

Yona bouwt aan een app die gebaseerd is op accountability-principe, een product dat in deze vorm nog niet bestaat. Dat blijkt een uitdaging.

In de afgelopen anderhalf jaar was een team Yona-developers dagelijks betrokken bij de ontwikkeling van techniek, waardoor de kosten zo laag mogelijk uitkwamen. Inmiddels bevinden de apps voor Android en iOS zich in de app store.

Kwaliteit

Met behulp van de inzet van Yona-testers streven we naar maximale kwaliteit binnen zo kort mogelijke tijd. Bij de ontwikkeling van de app kiest het bestuur van de Yona Foundation voor kwaliteit boven snelheid.

Privacy

Om privacy te garanderen, is de Yona-app sterk beveiligd tegen ongeautoriseerde toegang. Yona-systeembeheerders die wel toegang hebben, kunnen het volgende zien: voornaam, achternaam, telefoonnummer en moment waarop een gebruiker voor het laatst actief was op de Yona-app. Alle andere gegevens zijn versleuteld of anoniem opgeslagen en dus niet naar personen te herleiden.

Verbinden

Overal waar Yona te gast is, gaat een hotspot mee. Op locatie downloaden jongeren de Yona-app en verbinden zij zich aan een social media kanaal van de organisatie. Zo zijn we blijvend 'in touch' met jongeren.

Yona-ambassador

Lieke van den Boogaard

17 jaar



**Samen je
doelen
instellen en
behalen!**



Hoe beïnvloedde Yona jouw online lifestyle?

'Yona heeft mij leren ontdekken hoe veel we online zijn. Daarnaast kom ik ook mezelf tegen en merk hoe snel ik dingen openbaar deel via social media.'

Wat bewaar je als mooie herinneringen aan jouw Yona-stage?

'Vooral de gezelligheid en de verantwoordelijkheid die ik kreeg waren erg leuk. Daarnaast is het goed om zo'n stage gehad te hebben zodat je weet wat er echt speelt.'

Hoe maken we van Yona een succesvolle jongerenbeweging?

'Door veel samen te doen en zodra de app straks op de markt is jezelf te koppelen aan een vriend, zodat je doelen samen kunt instellen en behalen!'

5

Contact met de doelgroep

Jongeren

Yona vertelt een verhaal voor jongeren, door jongeren. Daarom presenteren jongeren zelf Yona aan leeftijdsgenoten. Bij kerken, op scholen en bij jongerenbijeenkomsten. Zo bereikte Yona in 2016 zo'n 3800 jongeren persoonlijk.

Opvoeders

Ook ouders en opvoeders tonen belangstelling voor Yona. Ervaringsdeskundigen vanuit Yona zoeken ouders op waar ze zijn, door presentaties bij opvoedingsavonden van scholen en kerken. Zo bereikte Yona in 2016 zo'n 1170 ouders persoonlijk.

Ambassadors

Jongeren vertellen het Yona-verhaal aan jongeren. Zij werken overtuigend, omdat ze zelf de spiegel vormen waar hun leeftijdsgenoten in kunnen kijken. Bewustwording vormt hierbij een voorwaarde voor gedragsverandering. Dit ondersteunen we met beeldmateriaal en filmpjes waarin jongeren zichzelf herkennen. Vanuit die herkenning kunnen zij nieuwe doelen stellen voor de toekomst.

Samenwerking

De Yona Foundation is geen doel op zichzelf, de Yona-app evenmin. Daarom werkt Yona zoveel mogelijk samen met partners.

Dit zijn bijvoorbeeld jongerenorganisaties van kerken, zoals de HGJB, de HHJO, het HJW, de JBG en het LCJ. Tevens maakten we in 2016 kennis met tal van mediabedrijven en non-profit organisaties om samen verbinding te leggen met jongeren. Denk hierbij aan de Christelijke Hogeschool Ede (HBO), Driestar Educatief (HBO) en VIAA (HBO).

Yona was veelvuldig te gast bij groepen studenten van het Hoornbeek College (MBO) op diverse locaties in het land. De gezamenlijke inspanning voor de mediaweek van de Evangelische Hogeschool (EH) kenmerkt de manier waarop Yona samenwerkt met partners. Naast tal van jongerenorganisaties en netwerkpartners in medialand (EO, ND, RD, CIP, etc.) investeerde Yona in samenwerking met scholen.



2016

Yona in cijfers



2017

Doelstelling



Persoonlijk bereikte opvoeders

1250



5000

Persoonlijk bereikte jongeren



50+

Samenwerking met partnerorganisaties en scholen

Yona-ambassador

Hendri van den Berg

18 jaar



Hoe beïnvloedde Yona jouw online lifestyle?

'Ik dacht in het begin dat het allemaal wel mee viel. Maar doordat je veel verschillende jongeren spreekt, verandert je gedachtebeeld vanzelf als het gaat om online gedrag. Je hoeft met Yona niet alleen de uitdaging aan te gaan, maar dit doe je *samen* met een vriend in vertrouwen. Dat maakt mij enthousiast!'

Wat bewaar je als mooie herinneringen aan jouw Yona-stage?

'De goede sfeer die hangt in de community en de leuke reacties van jongeren die het een goed initiatief vinden!'

Hoe maken we van Yona een succesvolle jongerenbeweging?

'Door met nog meer jongeren offline-gedrag te promoten. Zodat nog meer jongeren wat vaker hun telefoon neerleggen en daarvoor in de plaats een ander soort ontspanning gaan zoeken.'



Je hoeft met Yona niet alleen de uitdaging aan te gaan maar samen met een vriend in vertrouwen. Dat maakt mij enthousiast!



6

Jaarcijfers

2016

Dankbaar

Omdat Yona een app ontwikkelt voor jongeren, kiezen we ervoor de app gratis beschikbaar te stellen. Per gebruiker kost Yona ongeveer achttien euro. Deze kosten worden gefinancierd door sponsors.

Het bestuur van Yona is dankbaar voor de brede financiële steun. Ondernemers, kerken en particulieren maken samen Yona mogelijk. Daardoor kon het jaar 2016 ondanks hoge ontwikkelkosten met een gezond resultaat worden afgesloten.

Resultaat 2016

- **Eerste jaar met bijdragen van kerken & scholen**
- **Kosten stagiairs worden gedekt door een sponsor**
- **Meerwerk App development 18k op 123k is 15%**
- **Hostingkosten hebben betrekking op huidige development en beta omgeving**

	2015	2016
Bestemmingsreserve 01-01		155.570
Netto Bijdragen	211.937	132.150
Giften - Kerken	-	48.025
Giften - Ondernemers	211.000	77.500
Giften - Particulieren	390	1.515
Giften - Scholen	-	1.650
Sprekersvergoedingen	547	3.460
Personeelskosten	-11.541	-39.035
Bruto lonen/vakantiegeld	-8.208	-24.624
Sociale lasten/pensioenen	-1.603	-5.162
Uitkeringen onbelast	-200	-600
Km. vergoeding onbelast	-1.131	-4.965
Stagiairs	-	-872
Overige personeelskosten	-400	-2.812
Marketingkosten	-18.461	-8.553
Beurskosten	-4.182	-740
Website	-4.808	-1.550
PR	-5.490	-1.491
Design & Drukwerk	-3.981	-4.772
Afschrijvingen	-1.015	-1.367
Algemene kosten	-904	-788
Overige kosten	-312	-79
Communicatie & IT	-547	-600
Crowdfunding/bankkosten	-45	-108
App development	-24.446	-120.102
App Development	-23.869	-114.703
Hosting	-578	-5.398
Resultaat	155.570	-37.695
Bestemmingsreserve 31-12	155.570	117.876

7

Begroting 2017

Ontwikkelkosten

Een online product is nooit af. Ontwikkelingen gaan immers door. Yona verwacht per jaar zo'n 100.000 euro te investeren in productontwikkeling. Dit gebeurt in nauwe samenspraak met jongeren, zodat hun gebruikerservaringen aanleiding zijn voor nieuwe *features* en technische ontwikkelingen.

Blijvende steun

Om Yona als lifestylebeweging voor gezond internetgedrag blijvend van invloed te laten zijn in het leven van jongeren, staan we voor grote uitdagingen. Die Yona-inspanningen zijn mogelijk dankzij blijvende steun van ondernemers, kerken en particulieren. Mogen we daar ook in 2017 op rekenen?

Plan 2017

- Inzet op zelfde bijdrage Kerken
- Ronde bij ondernemers
- Hogere personeelskosten door inzet Barbera
- Marketing hoger i.v.m. launch

	2015	2016	2017
Bestemmingsreserve 01-01		155.570	117.877
Netto Bijdragen	211.937	132.150	181.000
Giften - Kerken	-	48.025	50.000
Giften - Ondernemers	211.000	77.500	125.000
Giften - Particulieren	390	1.515	1.500
Giften - Scholen	-	1.650	2.000
Sprekersvergoedingen	547	3.460	2.500
Personeelskosten	-11.541	-39.035	-78.741
Bruto lonen/vakantiegeld	-8.208	-24.624	-52.942
Sociale lasten/pensioenen	-1.603	-5.162	-11.099
Uitkeringen onbelast	-200	-600	-1.200
Km. vergoeding onbelast	-1.131	-4.965	-10.000
Stagiairs	-	-872	-1.000
Overige personeelskosten	-400	-2.812	-2.500
Marketingkosten	-18.461	-8.553	-12.500
Beurskosten	-4.182	-740	-2.500
Website	-4.808	-1.550	-3.000
PR	-5.490	-1.491	-2.000
Design & Drukkerwerk	-3.981	-4.772	-5.000
Afschrijvingen	-1.015	-1.367	-351
Algemene kosten	-904	-788	-1.200
Overige kosten	-312	-79	-250
Communicatie & IT	-547	-600	-750
Crowdfunding/bankkosten	-45	-108	-200
App development	-24.446	-120.102	-146.800
App Development	-23.869	-114.703	-104.200
Hosting	-578	-5.398	-42.600
Resultaat	155.570	-37.695	-58.592
Bestemmingsreserve 31-12	155.570	117.876	59.285

Yona-ambassador

Niels van Kralingen

17 jaar



Hoe beïnvloedde Yona jouw online lifestyle?

'Aan het begin dacht ik: "O, het valt wel mee met mij." Maar als je uiteindelijk de Yona-app installeert en je het doel van een uur social media niet eens kan halen, valt het kwartje. Je gaat opletten wanneer je social media opent en denkt na of het op dat moment nuttig is.'

Wat bewaar je als mooie herinneringen aan jouw Yona-stage?

'Een waardevolle herinnering van mijn stage is de vrijheid die ik kreeg. Er was ruimte voor de mening van een eerstejaars MBO-studentje! Ik mocht overal in meedenken! Daarnaast vond ik het superleuk dat ik naar allemaal externe organisaties mee mocht voor gesprekken.'

Hoe maken we van Yona een succesvolle jongerenbeweging?

'Een jongerenbeweging wordt naar mijn mening succesvol als een jongere er zelf wat aan heeft. Al is het alleen al de eer dat je kan zeggen dat je hoort bij de jongerenbeweging van Yona. De jongerenbeweging moet zo geweldig zijn dat iedereen erbij wil horen.'



**Ik vind het
superleuk
dat ik naar
allemaal externe
organisaties
mee mag voor
gesprekken**



8

Samen verantwoordelijk

Online ontwikkelingen

Internet is bijna net zo onmisbaar als gas, water en licht. Dat vindt niet alleen 74% van de tieners, maar ook 71% van de babyboomers. Hoewel jongeren vooroplopen, blijken ouderen hen online massaal te volgen. Dit blijkt uit het onderzoek 'What's happening online in 2016' van Ruigrok Netpanel.

De smartphone is voor jongeren de meest gebruikte internettoegang. Het apparaat vormt een deur naar de onlinewereld die zij volcontinu op zak dragen. Muziek

luistert 86% van de jongeren via de smartphone, terwijl 54% van de jongeren online televisie en films kijkt. Gemiddeld bevinden jongeren zich op vijf sociale mediakanalen, waarvan ze er drie intensief gebruiken voor sociaal verkeer. Van de tieners communiceert 93% actief via WhatsApp, 64% via Snapchat en 72% via Instagram.

Leg die telefoon weg

Weekblad Elsevier plaatste in het afgelopen jaar een artikel onder de titel 'Leg die telefoon weg!' Daarin geeft men aan dat smartphoneverslaving geen officiële diagnose is.

Desondanks signaleert auteur Fleuriëtte van de Velde het volgende: "Een groeiend aantal mensen voelt zich er ongemakkelijk bij. Je telefoon pakken zonder goede reden, te lang doelloos op internet surfen, spelletjes spelen, dertig keer per dag beurskoersen bekijken, nieuwssites bezoeken, de eindeloze stroom Twitterberichten lezen, telkens maar weer Facebook en WhatsApp checken. Zelfs op onmogelijke momenten, zoals in het verkeer."

Psycholoog Albert Sonneveld geeft aan: "Het begint bij bewustwording. Analyseer je gedrag. Onderbreek de impulsen door je telefoon uit het zicht te leggen. Je hebt het gedrag ooit opgebouwd, en je kunt het dus ook weer afbouwen."

Online kiezen en delen

Marli Huijer (bijzonder hoogleraar filosofie aan de Vrije Universiteit) stelt in haar boek 'Discipline, overleven in overvloed' dat het ondersteunend werkt om zelfdiscipline te bevorderen door middel van je sociale netwerk en technische tools.

De Yona-app is zo'n tool. Door je persoonlijke online doelen te delen met je omgeving, sta je samen sterker online.

Afhankelijk

Als christenen maken we ons zorgen over de online verleidingen die op ons afkomen. Dit vraagt om een houding van verootmoediging voor Gods aangezicht. Tegelijkertijd mogen we de handen ineenslaan om samen jongeren een helpende hand te bieden. Omdat we aan elkaar gegeven zijn.



Yona
you're not alone

Neem bij vragen contact op met Yona:

Cornelis Bosch cornelisbosch@yona.nu

Laurens van der Tang laurensvandertang@yona.nu

Steven Middelkoop stevenmiddelkoop@yona.nu

www.yona.nu