

WAT
WAT

JAARVERSLAG 2019



INHOUD

**Watwat.be, dé online plek
voor jongeren met vragen 4**

WAT WAT campagnes 2019 10

**WAT WAT brengt waardevolle
inhoud bij populaire
jongerenreeksen 14**

**No-nonsense info,
ook op sociale media 17**

**Geen WAT WAT zonder
WAT WAT partners! 20**

Say WAT WAT ? 23



JAARVERSLAG WAT WAT 2019

Als je jong bent zit je met 1001 vragen. WAT WAT ondersteunt jongeren tussen 11 en 24 jaar in hun identiteitsontwikkeling met antwoorden op hun veelgestelde vragen. Bij zowel spannende als moeilijke momenten. WAT WAT bestaat sinds oktober 2018.

Achter dit jongerenmerk schuilt een netwerk van meer dan 70 organisaties die de krachten bundelen om jongeren te informeren en te adviseren.

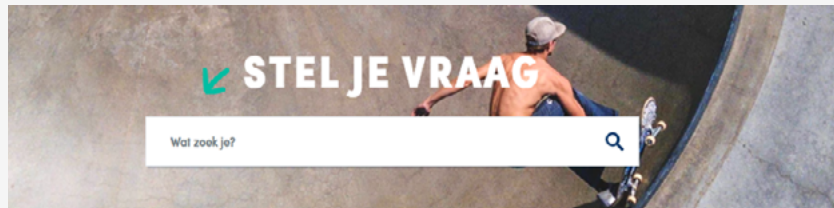
Welke info en hulp zochten en vonden jongeren in 2019 bij WAT WAT? Werp mee een blik op de cijfers van 2019.



DE AMBRASSADE
bureau voor jonge zaken

1 Watwat.be, dé online plek voor jongeren met vragen

Watwat.be is het online platform waar organisaties hun expertise op maat van jongeren vertalen. Jongeren vinden er antwoorden op veelgestelde vragen en verhalen van andere jongeren. Van #metoo tot vrijwilligerswerk.



Meer dan **1.000 vragen en verhalen** van jongeren trokken in 2019 **441.855 unieke bezoekers** op watwat.be. De vragen en antwoorden op watwat.be kregen **1.384.103 pageviews**.

‘Dag WAT WAT Ik vind jullie website heel leuk, vragen die voor je zijn, je kan daar je eigen mening over zeggen, leuke vragen voor je leeftijd. Bedankt!’

Jelle, 16 jaar

De grootste bezoekerspieken zagen we in mei aan de vooravond van de Vlaamse, federale en Europese verkiezingen en in juni en november door het wtFOCK effect. In maart zagen we ook een effect van de Black History Month. Toen werd het verhaal van Mohamed Barrie met de titel ‘Wen er maar aan: Ik ben jouw neger niet meer’ massaal gedeeld.

De 10 populairste tags

- 1 Eerste keer
- 2 Je lijf
- 3 Seks
- 4 Studentenjob
- 5 Geld
- 6 Pesten
- 7 #Metoo
- 8 Drugs
- 9 Problemen thuis
- 10 Zelfmoord

De 10 meest gelezen artikels

- 1 Vanaf welke leeftijd mag ik werken als jobstudent?
- 2 Vanaf welke leeftijd mag ik autorijden?
- 3 Op wie moet ik stemmen?
- 4 Ik kan of wil niet meer thuis wonen. Wat moet ik doen?
- 5 Wanneer zijn de volgende verkiezingen?
- 6 Heb ik een rijbewijs nodig om met een bromfiets te rijden?
- 7 Wat zijn mijn rechten vanaf 16 jaar?
- 8 Alleen gaan wonen, vanaf welke leeftijd mag dat?
- 9 Kan ik iets doen aan de opwarming van de aarde?
- 10 Mijn voorlopig rijbewijs is vervallen. Wat nu?

De 5 meest gelezen verhalen

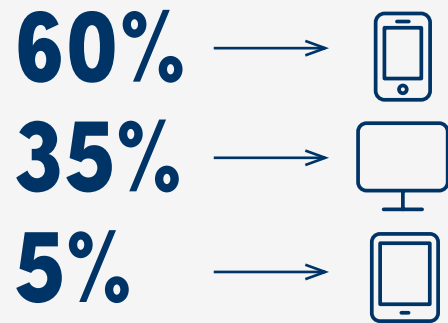
- 1 "Ik sleepte een anonieme troll voor de rechter en ik won" *Yasmien (27)*
- 2 "Ik dacht dat mijn gaatje te klein was" *Evelien*
- 3 "Wen er maar aan, ik ben jouw neger niet meer" *Mohamed (25)*
- 4 "Doe het met de juiste persoon" *Justine (21)*
- 5 "Het is niet altijd jouw schuld als het thuis niet lukt" *Shana*

De 5 best gescoorde artikels op basis van de feedbackknoppen op de site

- 1 Vanaf welke leeftijd mag ik werken als jobstudent?
- 2 Kan ik iets doen aan de opwarming van de aarde?
- 3 Vanaf welke leeftijd mag ik autorijden?
- 4 Wanneer zijn de volgende verkiezingen?
- 5 Hoe kan ik sparen?

Mobiel verkeer wint

60 procent bezocht de site op smartphone.
35 procent surfte naar watwat.be op desktop
 en **5 procent** gebruikte de site op een tablet.



2 minuten en 2 artikels per bezoek

Bezoekers van watwat.be spendeerden gemiddeld bijna **2 minuten op de site**, en consumeerden gemiddeld **2 à 3 artikels** per bezoek. Dat wil zeggen dat er gemiddeld nog 1 of 2 keer doorgelinkt wordt naar andere inhoud op de site. Ze klikten **102.536 keer** door op een externe link en **6.673 keer** op een zelftest.

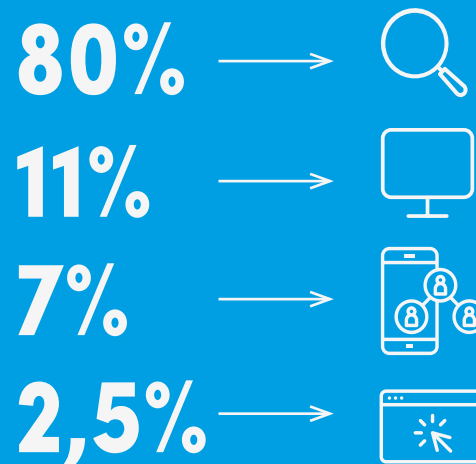


De 5 meest populaire zelftesten

- 1 Welke politicus past bij mij?
- 2 Waar liggen jouw interesses?
- 3 Hoe groot is jouw voedselvoetafdruk?
- 4 Welke partij past bij jou?
- 5 Hoe ga ik om met stress en tegenslagen?

Google brengt bezoekers naar watwat.be

Bijna **80 procent** van de bezoekers kwam in 2019 via zoekopdrachten op watwat.be terecht.
11 procent surfte rechtstreeks naar watwat.be.
7 procent kwam binnen langs sociale media.
2,5 procent kwam op watwat.be terecht via doorverwijzingen op andere sites.



Bijna 300 ingestuurde verhalen en vragen

Omdat we geloven in de kracht van peer-to-peer informatie voorziet watwat.be de optie om verhalen in te sturen. Want veel jongeren krijgen te maken met dezelfde issues. Het delen van ervaringen kan andere jongeren geruststellen, steunen of verder helpen. **222 jongeren stuurden hun verhaal in.** Dit zijn er enkele van:

-  **Oli leeft in armoede.** (Oli, 15 jaar)
-  **Lieve begon vroeg met seks, maar heeft er geen spijt van.** (Lieve, 16 jaar)
-  **Emma was niet klaar voor haar eerste keer.** (Emma, 16 jaar)
-  **Margaux werd mishandeld door haar stiefvader.** (Margaux, 16 jaar)
-  **Helene koos ervoor om tienermoeder te worden.** (Helene, 18 jaar)
-  **Rhüne stottert al heel haar leven.** (Rhune, 19 jaar)
-  **Floor werd gepest in het eerste middelbaar, ook online.** (Floor, 20 jaar)
-  **Lenka kreeg te maken met angstaanvallen.** (Lenka, 21 jaar)

Als jongeren geen zoekresultaat krijgen op basis van hun zoekopdracht op watwat.be, kunnen ze hun vraag anoniem insturen. WAT WAT zorgt voor antwoorden op veelgestelde vragen. Zo kwamen er **76 vragen** op watwat.be terecht.

'Waarom is gamen zo verslavend?' (Anoniem, 11 jaar)

'Mogen je ouders je verbieden om naar de zwemclub te gaan?' (Anoniem, 14 jaar)

'Kan je als minderjarige kiezen voor euthanasie?' (Anoniem 15 jaar)

'Wat zijn de gevolgen van lachgas inademen?' (Anoniem, 15 jaar)

'Hoe moet ik tongzoenen?' (Anoniem, 16 jaar)

'Hoe moet ik omgaan met ghosting?' (Anoniem, 19 jaar)

14.075 doorverwijzingen naar advies- en hulplijnen

Als jongeren nood hebben aan advies of hulp, wijst WAT WAT de weg naar de meest specifieke adviesdienst of hulplijn. Meer dan **14.000 keer** kwamen mensen via watwat.be bij een advies- of hulplijn terecht.

- ↪ 3.734 → het JAC en de JAC chat
- ↪ 2.324 → de Awel kanalen
- ↪ 1.985 → De Druglijn en de chat van De Druglijn
- ↪ 1.152 → 't Zitemzo
- ↪ 946 → Zelfmoord1813
- ↪ 887 → het CLB en de CLB chat
- ↪ 470 → Nupraatikerover.be
- ↪ 450 → Lumi
- ↪ 440 → Teleblok
- ↪ 388 → Min19
- ↪ 375 → Tejo
- ↪ 273 → Overkop
- ↪ 250 → Child Focus
- ↪ 249 → Fara
- ↪ 152 → 1712

‘WAT WAT spreekt op het niveau van de jongeren en verwijst door naar organisaties waar lezers terecht kunnen voor een babbel of begeleiding. Zo is de stap om hulp te zoeken een pak kleiner.’

Charlie Mag

2 WAT WAT campagnes 2019

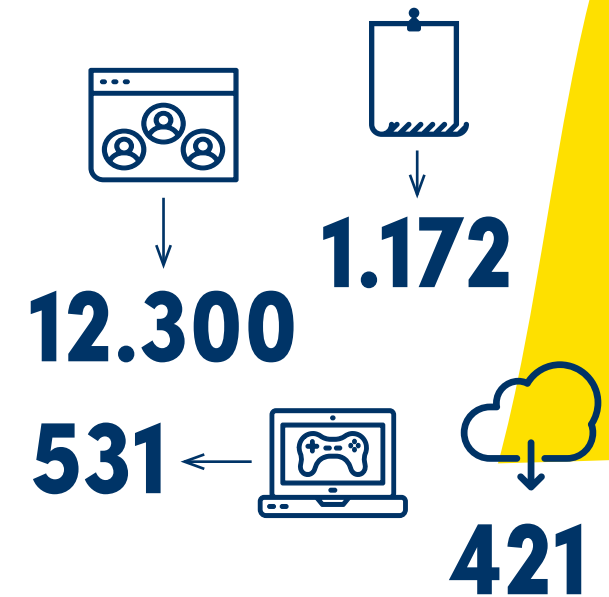
Naast algemene info naar de brede doelgroep 11 tot 24-jarigen, zet WAT WAT ook in op specifieke boodschappen naar specifieke doelgroepen via tijdelijke campagnes. In 2019 initieerde WAT WAT er 2.

Week tegen Pesten 2019: WAT WAT × Vlaams Netwerk Kies Kleur Tegen Pesten.

Ketnet en het Vlaams Netwerk Kies Kleur tegen Pesten zetten elk jaar de Week tegen Pesten bij kinderen tot 12 jaar op de kaart. In 2019 kwam daar voor het eerst een campagne voor jongeren bij. WAT WAT werkte daarvoor samen met influencers en jongeren. Via hun tips


en ervaringen maakten we pesten bespreekbaar bij jongeren van 12 tot 18 jaar.

Met videogetuigenissen die WAT WAT via Instagram en Youtube verspreidde, campagneposters voor scholen, een Facebook-Messenger-dilemma-game en een spelmethodiek #tegenpesten voor begeleiders wakkerde WAT WAT de conversatie over pesten aan.



BEREIK

De videogetuigenissen kregen 61.278 weergaves op Instagram en 18.314 views op Youtube. De Messenger game werd door 531 jongeren gespeeld. 1.172 scholen bestelden de posters van WAT WAT #tegenpesten en de spelmethodiek #tegenpesten werd 421 gedownload. De artikels rond pesten op watwat.be kregen 12.300 bezoekers in de Week tegen Pesten.

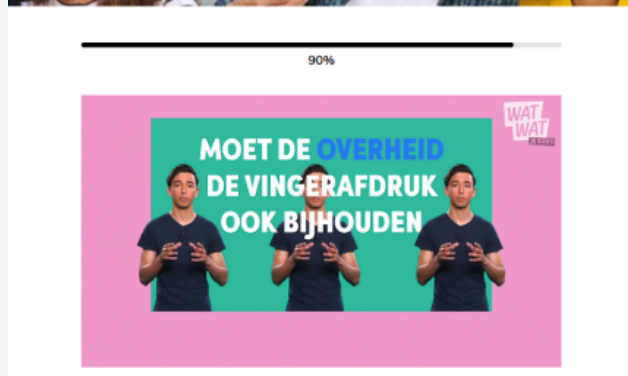


“WAT WAT bleek meteen een boeiende samenwerking te zijn, die ook paste in de maatschappelijke opdracht. Enkele maanden later stonden er tal van filmpjes en artikels met getuigenissen van influencers en andere jongeren online. Met de juiste toon, op een manier die jongeren aanspreekt. Professioneel en creatief. Het effect daarvan en de positieve reacties daarop hebben onze verwachtingen ver overtroffen. Zo’n megafoon voor de boodschap hadden we nooit zelf kunnen maken – daarvoor hebben we de personeelstijd en de vaardigheden niet. In de samenwerking was Tumult de inhoudelijke expert en WAT WAT de communicatie-expert, die ook de inhoud begreep. Een hele gelijkwaardige samenwerking. WAT WAT snapte bijvoorbeeld heel snel dat het nodig was om een vangnet te creëren voor jongeren die hun persoonlijke pestverhaal deelden. Het laatste wat we wilden, was dat deze jongeren opnieuw gepest zouden worden. WAT WAT zorgde ervoor dat de campagne ook weerklank kreeg bij jongerenmedia, zoals MNM. Voor een live-uitzending van Generation M kunnen we ons niet engageren, wegens tijdsgebrek. Zo’n omroep is een gigant, en wij zijn klein. Met WAT WAT aan tafel is die verhouding anders.”

Katrien Vissers,
coördinator Tumult

Stem van de Jeugd: WAT WAT X DPG Media

Om zo veel mogelijk jongeren te informeren over de Vlaamse, federale en Europese verkiezingen lanceerden WAT WAT, VTM Nieuws en Het Laatste Nieuws (nu: DPG Media) De Stem van de Jeugd: een stemtest op maat van jongeren. Via 20 stellingen en 20 korte video-explainers voor en door jongeren kon je als jongere te weten komen welke politicus het meest matcht met je eigen standpunten.



‘Rond de verkiezingen zien we altijd een stevige piek in de bezoekerscijfers op watwat.be. De dagen vooraf gaan veel jongeren op zoek naar informatie. Traditioneel scoort de vraag hoe je geldig moet stemmen heel hoog, maar evengoed wordt er gezocht naar waar de politieke partijen voor staan.

De samenwerking met DPG Media is een logisch partnerschap. WAT WAT weet als geen ander hoe jongeren geïnformeerd willen worden. VTM Nieuws en Het Laatste Nieuws hebben de kanalen om zo veel mogelijk jongeren te bereiken.’

Emma Daeleman,
campagnemanager bij WAT WAT

Om jongeren nog meer te informeren over actuele politieke topics organiseerde WAT WAT ook een politiek debat in een snackbar. In het snackdebat getuigden **5 jongeren** over een concreet probleem uit hun eigen leefwereld voor een panel van **7 politici**, met Zuhail Demir (N-VA), Bart Somers (Open VLD), Dries Van Langenhove (Vlaams Blok), Sammy Mahdi (CD&V), Melissa Depraetere (SP.A), Jos D'Haese (PVDA) en Imade Annouri (Groen!). Het debat werd live uitgezonden op de online kanalen van VTM.

Politiek werd in de hele campagne snackbaar verpakt. In **700 snackbars, frituren en broodjeszaken** vond je ook de WAT WAT-posters terug die jongeren moesten triggeren om de stemtest afnemen. Met succes, want maar liefst **56.000 jongeren** vulden de stemtest in.

BEREIK

56.855 jongeren vulden de stemtest in, met **79,6%** tussen de **12 en 24 jaar** oud. De video-explainers kregen achteraf ook nog **4.087 views** op Youtube. Het snackdebat werd door **20.000 mensen** gelivestreamd.

56.855 → 

79,6% →  **12 -24**

4.087 → 

20.000 → 

'Ik heb alle filmpjes uitgekeken! Heb ook nog een andere stemtest gedaan van HLN, maar die was niet doelgericht. Hier is het toffe dat de vragen worden uitgelegd.'

Noa, 16 jaar

3 WAT WAT brengt waardevolle inhoud bij populaire jongerenreeksen

Om jongeren met vragen zoveel mogelijk te helpen, werkt WAT WAT samen met populaire jongerenreeksen als wtFOCK en Flowjob.

WAT WAT x wtFOCK (Sputnik Media)

wtFOCK is een razend populaire online serie over een groep jongeren in de middelbare school. De serie bestaat uit losse video's die in real-time worden uitgezonden. Wanneer er een seizoen bezig is, kan je de reeks elke dag volgen op wtfock.be en op Instagram.

WAT WAT werkt samen met wtFOCK om jongeren die met vragen zitten na een aflevering toe te leiden naar info en hulplijnen. De samenwerking startte in juni 2019. Hoofdpersonage Zoë ging door

een heftige periode: ze herinnerde zich niets meer na een dronken avond, vreesde dat ze verkracht was en werd later gechanteerd met naaktfoto's. wtFOCK verwees na die zware afleveringen door naar WAT WAT. De heavy topics maakten heel wat los bij de jonge fans. In juni werden de [artikels over #MeToo](#) in totaal meer dan **8.000 keer gelezen**. Er kwamen die maand ook opvallend veel straffe verhalen over #MeToo binnen op watwat.be.

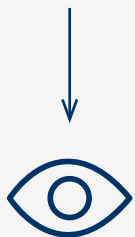


ZIT JE MET VRAGEN?
SURF NAAR

WATWAT.BE

In het derde seizoen (oktober – december 2019) zetten we de samenwerking verder. Toen verwees wtFOCK na elke aflevering door naar watwat.be. De FAQ's die we na elke update van dat seizoen schreven werden **8.146 keer gelezen**. Het derde seizoen van wtFOCK kreeg **meer dan 12 miljoen views**. Het grote merendeel van de kijkers is **jonger dan 25 jaar**. WAT WAT adverteerde ook voorafgaand aan de afleveringen. De ads van WAT WAT haalden **6.876 clicks**.

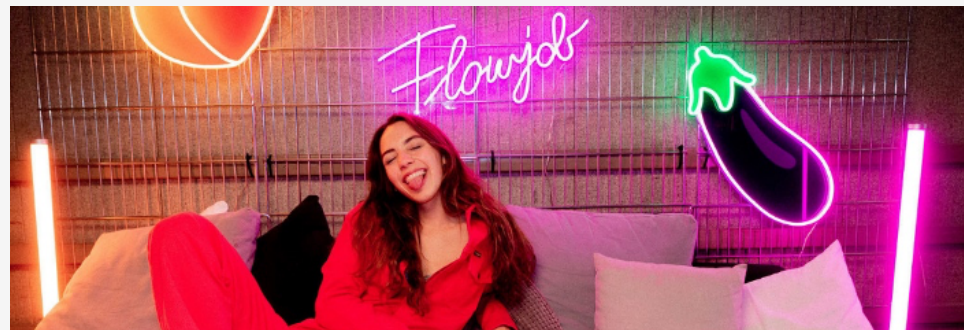
8.146



WAT WAT × Flowjob

Flowjob is een YouTube-reeks over seks van StuBru. Florence Windey praat er met bekende en onbekende gasten vrijuit over hun seksleven en neemt geen blad voor de mond. Gen Z is de eerste generatie die geen leven kent zonder internet en hoewel je uren kan blijven scrollen wanneer je 'seks' in een zoekmachine typt, zitten jongeren vandaag met heel wat dezelfde vragen over seks en relaties.

Als expert in jongereninformatie staat WAT WAT Studio Brussel bij. Jongeren die na het kijken met vragen zitten, vinden op watwat.be antwoorden op FAQ's en een Flowjob Seks-ABC. Met de zeer gewaardeerde medewerking van Sensoa!



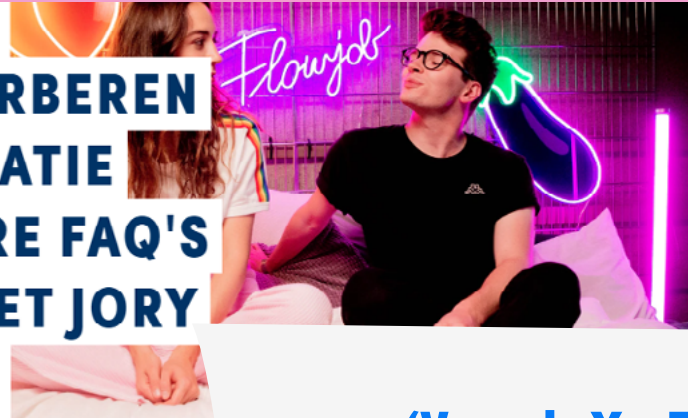
De eerste reeks van Flowjob werd intussen meer dan **700.000 keer** bekeken op het YouTube-kanaal van Studio Brussel en op VRT NU. De FAQ's die WAT WAT na elke aflevering van het eerste seizoen publiceerde werden samen **5.209 keer gelezen**.

5.209



MAG IK MASTURBEREN ALS IK EEN RELATIE HEB? EN ANDERE FAQ'S NA FLOWJOB MET JORY

15-24 jaar



‘Voor de YouTube-reeks Flowjob trok WAT WAT weer aan de kar om er extra meerwaarde voor jongeren uit te halen. Voor het tweede seizoen zochten ze naar nieuwe manieren om diepgang te creëren en dialoog op gang te brengen. WAT WAT verbindt zo de jongeren op een toegankelijke en aangename wijze met de inhoudelijke expertise van Sensoa. Ook in hun reguliere werking nemen ze deze verbindende rol op.’

Sensoa,
contentpartner van WAT WAT

4 No-nonsense info, ook op sociale media

Niet alle jongeren gaan even actief op zoek naar informatie. Met WAT WAT brengen we jongereninformatie waar jongeren zijn. En waar zitten jongeren online? Juist ja, op sociale media. Logisch dus, dat WAT WAT ook daar aanwezig is. WAT WAT experimenteerde in 2019 met verschillende kanalen om in te breken op de informele netwerken van jongeren, met informatie op maat van jongeren. Rond actuele topics, recht in hun leefwereld. Met visuele en herkenbare content op maat van het kanaal.

‘Ik vind WAT WAT kei nice omdat et kei tof en zo refreshing is.’

@WATWAT_jijweet op Instagram

In 2019 lag de focus vooral op de uitbouw van een WAT WAT community op Instagram. Onder het account @watwat_jijweet werden bijna dagelijks explainers, voxpops, memes, wist-je-dat-jes of stories gepost. **124 berichten** werden gepost op de Instagramfeed, waarvan **18 op Instagram TV**. Op Instagram Stories werden er **100 verhalen** gepost. Daardoor kozen in 2019 **2.878 jongeren** om @watwat_jijweet te volgen. Het account klokte af op **4.200 volgers** aan het eind van het jaar.

‘Ik vind het heel goed dat er ook dit soort profielen zijn op Instagram. Ik wist bijvoorbeeld niet wat lyme was. Nu wel.’

Wie zijn dat dan? **68 procent** van de WAT WAT volgers op Instagram zijn meisjes tussen **13 en 25 jaar**. Meer jongens aanspreken, wordt de komend jaar zeker een belangrijke uitdaging.

Trokken de meeste volgers aan:

- de verkiezingen
- de samenwerkingen met wtFOCK en Flowjob
- de festivalvideo's door Ravage, de jongerenmediaredactie van Mediaraven
- het 1-jarige bestaan van WAT WAT

De 4 **posts met het meeste bereik** zijn stuk voor stuk video's waarbij we jongeren zelf aan het woord laten. De post die daarop volgt, speelde in op de emotionele schok die de moord op Julie Van Espen veroorzaakte. Niet zo gek, want door de moord op Julie zaten veel jongeren met vragen en angstgevoelens.

De **meest gelikte posts** zijn - opnieuw - vaak posts waar jongeren zelf een stem krijgen. Posts die gelinkt zijn aan sleutelmomenten uit de superpopulaire serie wtFOCK deden het ook erg goed.

Als het gaat over **interactie** leerden we dat jongeren niet snel een publieke reactie posten. Alle pogingen om ze op een post te laten reageren liepen met een sisser af. Kunnen ze hun mening anoniem kwijt, dan heb je plots een heel ander verhaal.

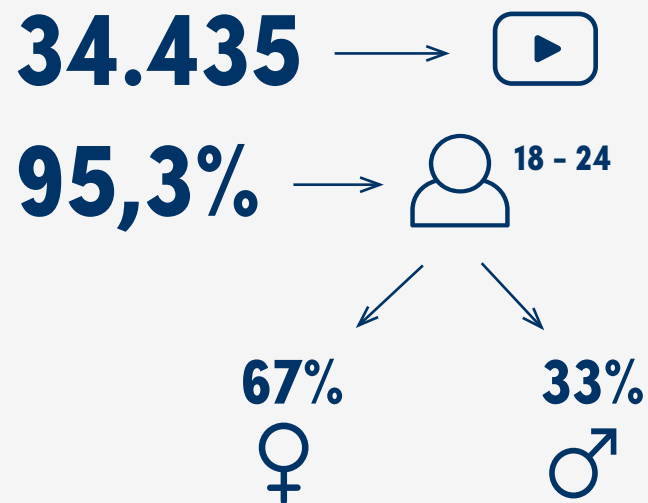


Op IG stories voelen ze zich wel veilig om hun mening te uiten. Bij vragen op IG Stories liepen de reacties altijd heel vlotjes binnen.

Youtube, videostorageplek van WAT WAT

Youtube was in 2019 vooral het bronkanaal voor de WAT WAT campagnevideo's en voxpopvideo's. Alle video's samen kregen **34.435 weergaves** in 2019.

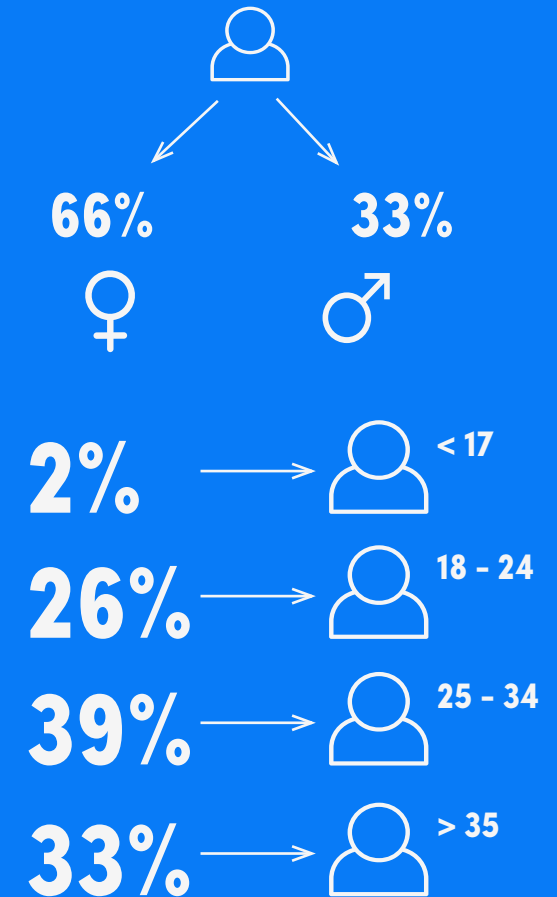
95,3 procent van de kijkers was tussen **18 en 24 jaar**, met **67 procent meisjes** en **33 procent jongens**. Meer dan **300 kijkers** abonneerden zich op het WAT WAT Youtubekanaal.



WAT WAT op Facebook?

Ja, Facebook bestaat ook nog! WAT WAT is vooral aanwezig op dit platform om zichtbaar te zijn bij professionals en de WAT WAT partners.

WAT WAT verdubbelde in 2019 haar Facebookfans tot **1.201**. Maar **2 procent** van die volgers is jonger dan **17 jaar**. **26 procent** van de volgers is tussen de **18 en 24 jaar**. De grootste groep volgers is tussen **25 en 34 jaar (39 procent)**. 33 procent is **35 jaar of ouder**. Ook hier zien we weer een ongelijke verdeling in geslacht. **66 procent** van de fans is **vrouw**, slechts **33 procent** van de fans is **man**.



5 Geen WAT WAT zonder WAT WAT partners!

Achter WAT WAT schuilt een samenwerkingsverband van meer dan 70 organisaties. Door de krachten te bundelen onder 1 merknaam gaat WAT WAT de versnippering aan initiatieven, websites en campagnes gericht op jongeren tegen. Wat WAT WAT betekent voor hen? Enkele partners aan het woord:

‘Gisteren is er een meisje komen chatten die via wtFOCK op WAT WAT terecht gekomen is en zo de weg naar onze chatbox heeft gevonden. Dat is pas samenwerking.’

Nupraatikerover.be,
content en contactpartner van WAT WAT

‘Dankzij onze samenwerking kunnen we meer scholieren laten weten wat hun rechten op school zijn. Door de ondersteuning van WAT WAT werden onze teksten ook beter leesbaar voor jongeren.’

Vlaamse Scholieren Koepel,
contentpartner van WAT WAT



‘Tal van organisaties hebben de voorbije jaren inspanningen geleverd om jongeren op een goede manier te informeren. Met WAT WAT worden deze inspanningen nu verenigd op een visueel aantrekkelijk en jongeren-gericht platform. WAT WAT slaagt erin om over een brede waaier van onderwerpen heel toegankelijke en volledige informatie te verschaffen. WAT WAT speelt daarbij vlot in op de leefwereld van jongeren en op wat er op dat moment actueel is (bv. door hun samenwerking met wtFOCK). Voor ons is het een verrijking om content partner te zijn! Wij worden erg gemotiveerd wanneer de statistieken van een artikeltje ons erop wijzen dat er minstens één jongere door onze informatie werd gerustgesteld!’

Youth in Transition,
nieuwe contentpartner van
WAT WAT in 2019

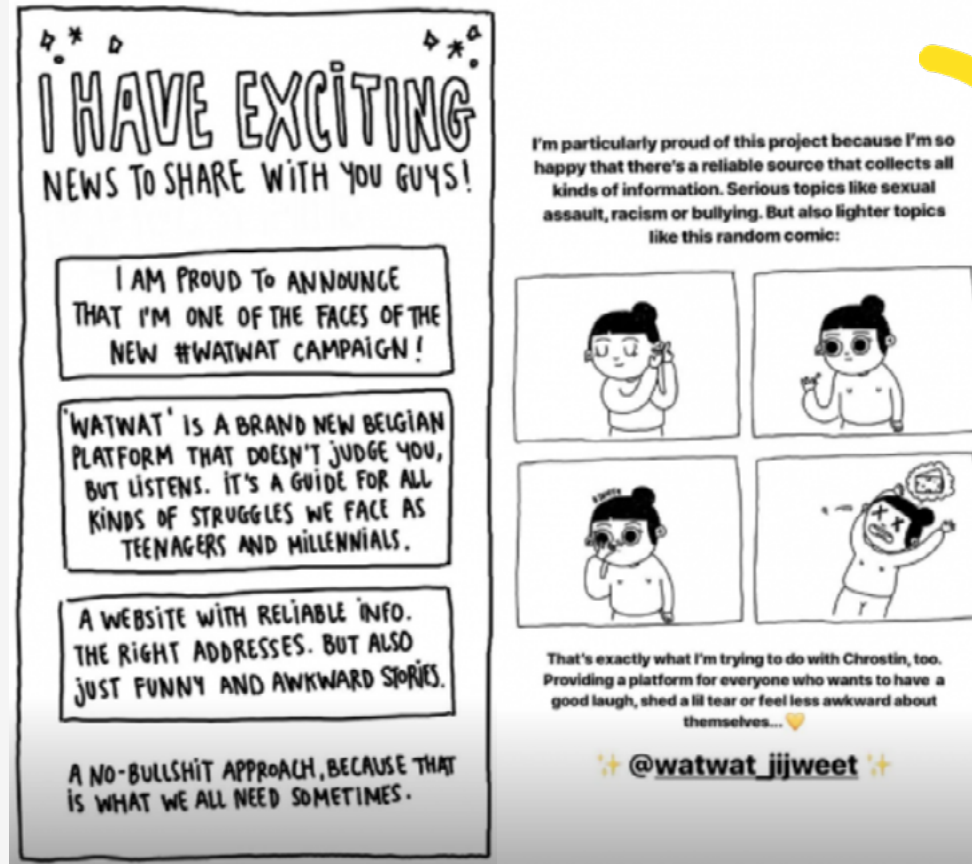
‘Ravage en WAT WAT organiseerden in 2019 voor de tweede maal op rij een maakweekend. Een weekend waarbij onze jongerenreporters, andere jongeren voor de lens halen om het te hebben over thema’s die alle jongeren nauw aan het hart liggen. De output wordt gebruikt op de sociale mediakanalen van WAT WAT. Het is een samenwerking waarbij WAT WAT en Ravage elkaar aanvullen met heerlijke brainstorms, in- en output en daarmee onze geesten en jeugdpuistjes fris houden.’

Mediaraven,
content en productiepartner van WAT WAT

‘In de toekomst willen we graag nog gericht communiceren met en voor jongeren (via onze website, folders,...). Waarom? We willen dat kinderen hun sociaal netwerk informeren over Bednet, we willen dat zij ook zelf een aanvraag indienen en het recht in eigen handen nemen. Onze communicatiekanalen moeten aangepast worden aan de digitale leefwereld van jongeren. Bednet is hier volop mee bezig. Het WAT WAT label is een mooie bekroning van de inspanningen die hiervoor deden tijdens de laatste jaren.’

Bednet,
content- en labelpartner van WAT WAT

6 Say WAT WAT ?



Bij WAT WAT weet je zeker: de informatie is op maat van jongeren, betrouwbaar, niet sturend en beter nog: WAT WAT heeft géén oordeel.

Op 1 oktober 2018 lanceerde De Ambrassade, samen met heel wat partners WAT WAT, een nieuw online informatie- en adviesmerk voor jongeren.

WAT WAT steunt op een platform van meer dan 70 organisaties die jongeren informeren en toeleiden naar advies of hulp. Door de krachten te bundelen onder 1 merknaam gaan we samen de versnippering aan initiatieven, websites en campagnes tegen en raakt de info waar jongeren recht op hebben ook effectief bij hen. WAT WAT versterkt zo de jongerencommunicatie van tal van organisaties.

WAT WAT streeft naar een samenleving waar jongeren kritisch denken, geïnformeerde keuzes maken en een stem krijgen. Een samenleving waar álle jongeren sterk in hun schoenen staan en hun identiteit op een positieve manier ontwikkelen, ongeacht sociale of culturele achtergrond.



WAT WAT zou niet bestaan zonder de medewerking van deze organisaties:

1700, 1712, ACV-Jongeren, Adoptiehuis, Agentschap Innoveren & Ondernemen, ANBN, Autisme Chat, Awel vzw, Bednet, Cavarria, CEBUD-Thomas More, Child Focus, CLB's, CLBchat, De Ambrassade, De Druglijn (VAD), De Kracht van je Stem - Vlaams Parlement, Departement Omgeving, Eva vzw, Exentra, Fara, Fitness.be, Formaat vzw, Forum voor Amateurkunsten vzw, Gegevensbeschermingsautoriteit, Infolijn Islam, JAC, JINT, Joetz, Jongerenwelzijn, Kei Jong, Kenniscentrum Hoger Instituut voor Gezinswetenschappen (Odisee Hogeschool), Kenniscentrum Kinderrechten, Kinderrechtencommissariaat, Lumi, Mediaraven, Merhaba, Missing You, Orbit VZW, Overkop, Piazza dell'Arte vzw, Pimento, Pleegzorg Vlaanderen, Publiq,

Ook WAT WAT partner worden?
Mail hallo@watwat.be

Reclamewijs.be, Rijksdienst voor Sociale Zekerheid (Student@Work), Samana, Sensoa, Similes (KOPP/KOAP groep), Sport Vlaanderen, StampMedia, Steunpunt Adoptie, Steunpunt Mens en Samenleving, Stop it Now, TEJO, Teleblok, Tele-onthaal, Transgender Infopunt, Troep.link, Tumult vzw, tZitemzo, Unia, VDAB, Vertrouwenscentrum Kindermishandeling (Nupraatikerover.be), Vlaams Expertisecentrum Suicidepreventie (Zelfmoord 1813), Vlaams Huurdersplatform, Vlaams Instituut Gezond Leven, Vlaamse Jeugdraad, Vlaamse Scholierenkoepel, Vlaamse Stichting Verkeerskunde, Vlaamse Vereniging van Studenten, Wegwijzer vzw, Wel Jong Niet Hetero, Youth in Transition, Zelfverwonding.be, Zitdazo, Zorgcentra na seksueel geweld.



De Ambrassade coördineert WAT WAT in opdracht en met steun van de Vlaamse Overheid.