

Kansen voor vroegtijdige hulp bij beginnende schulden

Onderzoeksrapport naar beïnvloeders van gedrag en mogelijke oplossingsrichtingen



Inhoud

Samenvatting en conclusies	<u>3</u>
Centrale vraag en subvragen in dit rapport	<u>4</u>
Inleiding en onderzoeksopzet	<u>10</u>
Resultaten subvragen	
Subvraag 1: Welk gewenst gedrag willen we precies bij de doelgroep bereiken?	<u>15</u>
Subvraag 2: Welke doelgroep met geldzorgen is het meest interessant om gedragsinterventies voor te bedenken?	<u>17</u>
Subvraag 3: Wat zijn de kernmotivaties van de gekozen doelgroep?	<u>24</u>
Subvraag 4: Wat drijft en belemmert de doelgroep in het hulp vragen bij beginnende schulden?	<u>27</u>
Subvraag 5: Welke oplossingsrichtingen en bijbehorende gedragstechnieken passen bij de doelgroep en hun motivaties en belemmeringen?	<u>38</u>
Bijlagen	<u>45</u>

Samenvatting en conclusies

Samenvatting en conclusies (I)

Opzet van het onderzoek

In opdracht van Schuldenlab070 is team iD aan de slag gegaan met de volgende hoofdvraag:

Hoe kunnen we ervoor zorgen dat mensen met beginnende schulden eerder passende hulp zoeken?

De beantwoording hiervan doen we door middel van een project in twee fases: 'begrijpen' en 'bedenken'. Dit rapport richt zich op de 'begrijpen-fase' en vormt input voor de bedenken-fase, waarin we gedragsinterventies gaan ontwerpen.

Om de hoofdvraag in de bedenken-fase goed te kunnen beantwoorden, starten we in de begrijpen-fase eerst met de volgende subvragen:

Subvraag 1: Welk gewenst gedrag willen we precies bij de doelgroep bereiken?

Subvraag 2: Welke doelgroep met geldzorgen is het meest interessant om gedragsinterventies voor te bedenken?

Subvraag 3: Wat zijn de kernmotivaties van de gekozen doelgroep?

Subvraag 4: Wat drijft en belemmert de doelgroep in het hulp vragen bij beginnende schulden?

Subvraag 5: Welke oplossingsrichtingen en bijbehorende gedragstechnieken passen bij de doelgroep en hun motivaties en belemmeringen?

Methoden voor analyse: we maken gebruik van analysemethoden en oplossingsrichtingen gebaseerd op gedragswetenschap. In deze fase hebben we het [COM-B gedragsmodel](#) gebruikt in combinatie met een klantreisbenadering.

Onderzoeksmethoden: Inzichten in de doelgroepen en hun drijfveren en belemmeringen, zijn verkregen via desk research, expert interviews en gesprekken met de doelgroep zelf (mensen met ervaring met geldzorgen).

Samenvatting en conclusies (II)

Subvraag 1: Welk gewenst gedrag willen we precies bij de doelgroep bereiken?

Bij het ontwerpen van gedragsinterventies is het van belang dat deze zich richten op een zo specifiek mogelijk gewenst gedrag en bij voorkeur ook op een zo specifiek mogelijke doelgroep met bijbehorende drijfveren en belemmeringen.

Aan het begin van het traject was het moeilijk voor Schuldenlab070 en team iD om deze focus al aan te brengen. Daarom is het onderzoek in eerste instantie gericht op het maken van onderbouwde keuzes voor de doelgroep en hun onderliggende drijfveren en motivaties.

We hebben de volgende keuze gemaakt voor het specifieke gewenste gedrag waarvoor we een oplossing (gedragsinterventie) gaan ontwikkelen:

Een eerste gesprek hebben over je geldzorgen met iemand die betrouwbare informatie kan geven over (mogelijkheden voor hulp bij) geldzaken.

- 'Iemand' kan bijvoorbeeld zijn: een medewerker van Helpdesk Geldzaken, een zorgverlener, een ervaringsdeskundige of een sleutelfiguur in de wijk. Mogelijk kan dit in de bedenken-fase nog verder gespecificeerd worden.

Subvraag 2: Welke doelgroep met geldzorgen is het meest interessant om gedragsinterventies voor te bedenken?

Er zijn verschillende doelgroepen aan te wijzen binnen de groep met geldzorgen waarvoor het interessant is om oplossingen te ontwikkelen. In eerste instantie zijn daarbinnen de volgende vier groepen aangewezen als kansrijk om nader te onderzoeken: 1. ouderen, 2. alleenstaande mannen van 26-45 jaar, 3. sociale minima, 4. middeninkomens

Op basis van omvang van de groepen in Den Haag en het aantal al bestaande initiatieven voor iedere groep, is ons uiteindelijke advies om de bedenken-fase in te gaan met focus op de groep '**Mensen met beginnende geldzorgen met een inkomen boven het sociaal minimum, die niet gewend zijn hulp te hoeven vragen**'. Dit zijn mensen die het tot voor kort zonder steun redden (al is het wel mogelijk dat sommigen qua inkomen wel voor steun in aanmerking kwamen).

Samenvatting en conclusies (III)

Subvraag 3: Wat zijn de kernmotivaties van de gekozen doelgroep?

Kernmotivaties waardoor de doelgroep (Mensen met beginnende geldzorgen met een inkomen boven het sociaal minimum, die niet gewend zijn hulp te hoeven vragen) gedreven wordt (en waar we rekening mee kunnen houden bij het ontwerpen van interventies), zijn:

- behoefte aan behoud van eigenwaarde
- goede relaties met hun sociale omgeving
- autonoom en onafhankelijk kunnen leven
- comfort en levenskwaliteit behouden.

Subvraag 4: Wat drijft en belemmert de doelgroep in het hulp vragen bij beginnende schulden?

In het onderzoek is een grote hoeveelheid factoren gevonden die het gewenste gedrag voor één of meer doelgroepen belemmeren of juist kunnen stimuleren.

De volgende drie gedragsbeïnvloeders spelen de grootste rol bij de gekozen focus-doelgroep:

1. 'hulp vragen is niet normaal, maar er is wel behoefte aan voorbeelden'
 - Dit geldt voor een brede groep. Bij onze focus-doelgroep speelt vooral sterk dat men **bang is door de sociale omgeving anders te worden bekeken als men hulp vraagt of de geldzorgen bespreekt.**
2. 'verkeerde verwachtingen/vooroordelen over instanties'
 - Bij onze focus-doelgroep speelt vooral de **verwachting dat hulp bij geldzorgen alleen voor 'zware gevallen' of 'hele lage inkomens' bedoeld is** als een sterke belemmering.
3. 'een ongunstige kosten-baten inschatting: hulp vragen kost veel en levert weinig op.'
 - Bij onze focus-doelgroep is vooral **het idee dat hulp zoeken (op korte termijn) niets oplevert** een belangrijke belemmering: men **ziet de baten niet voldoende.**

Samenvatting en conclusies (IV)

Subvraag 5: Welke oplossingsrichtingen en bijbehorende gedragstechnieken passen bij de doelgroep en hun motivaties en belemmeringen?

Tot slot is bekeken welke gedragstechnieken volgens het COM-B model passen bij de doelgroep en hun gedragsbeïnvloeders. En welke van deze technieken ook passen bij Schuldenlab070 en nog relatief weinig worden toegepast.

Beloning, overtuiging en modellering (in de vorm van voorbeelden gegeven door bv. sleutelfiguren of ervaringsdeskundigen) hieruit als meest geschikt naar voren.

Daarnaast kunnen **voorlichting en training** overwogen worden als gedragstechnieken: dit gebeurt al vrij veel, maar past ook goed bij Schuldenlab070.
Ze kunnen ook gecombineerd worden met een andere techniek.

Deze technieken kunnen worden ingezet om het gedrag van de persoon met geldzorgen zelf te beïnvloeden, maar mogelijk ook om personen in hun omgeving te activeren tot hulp.

Centrale vraag en subvragen in dit rapport

In dit hoofdstuk staat de centrale vraag beschreven die we in twee fases zullen beantwoorden. In dit rapport beantwoorden we vijf subvragen.

Hoe kunnen we ervoor zorgen dat mensen met beginnende schulden eerder passende hulp zoeken?

Dit traject is opgesplitst in twee fases. Bovenstaande vraag kunnen we na afronding van beide fases beantwoorden. Dit rapport gaat over fase 1 (begrijpen). Hierin richten we ons op de onderstaande subvragen die een basis vormen voor beantwoording van de centrale vraag.

Subvraag 1

Welk gewenst gedrag willen we precies bij de doelgroep bereiken?

Subvraag 2

Welke doelgroep met geldzorgen is het meest interessant om gedragsinterventies voor te bedenken?

Subvraag 3

Wat zijn de kernmotivaties van de gekozen doelgroep?

Subvraag 4

Wat drijft en belemmert de doelgroep in het hulp vragen bij beginnende schulden?

Subvraag 5

Welke oplossingsrichtingen en bijbehorende gedragstechnieken passen bij de doelgroep en hun motivaties en belemmeringen?

Inleiding en onderzoeksopzet

In dit hoofdstuk staat beschreven op welke manier we inzicht hebben verkregen in de drijfveren en belemmeringen ten aanzien van 'hulp vragen bij beginnende geldzorgen'.

Aanleiding, doel en scope



Aanleiding

Een kwart van de huishoudens in Den Haag heeft te maken met schulden. De gemeente biedt verschillende vormen van hulpverlening aan op dit gebied.

Schuldenlab070 speelt hierin een belangrijke rol. Zij zijn continu op zoek naar slimme innovaties om mensen met schulden beter te kunnen helpen.

Dit jaar werken zij o.a. aan het thema 'sneller hulp', omdat het gemiddeld vijf jaar duurt voordat mensen met schulden zich melden, waardoor het schuldhulpverleningstraject onnodig lang en zwaar is.



Doel

Het doel is om vernieuwende oplossingen (gedragsinterventies) in kaart te brengen zodat mensen met (beginnende) schulden eerder hulp zoeken. Meer specifiek wil Schuldenlab070 verkennen welke gedragstechnieken het meest kansrijk zijn om mensen met schulden te stimuleren om eerder hulp zoeken.



Scope van dit rapport

Dit onderzoek bestaat uit twee fases; de begrijpenfase en de bedenkenfase.

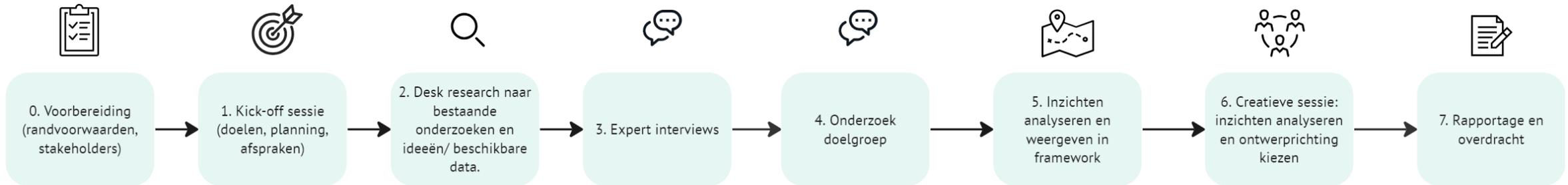
Dit rapport richt zich enkel op de eerste fase. De resultaten van dit rapport zullen als input dienen voor de tweede fase.

Proces

Het onderstaande schema laat zien welk proces we hebben doorlopen om de vragen in deze fase van het project te beantwoorden.

In de [bijlage](#) staat meer informatie over de desk research en uitgevoerde interviews.

Begrijpen-fase



Gebruikte analysemethode: COM-B model i.c.m. klantreis

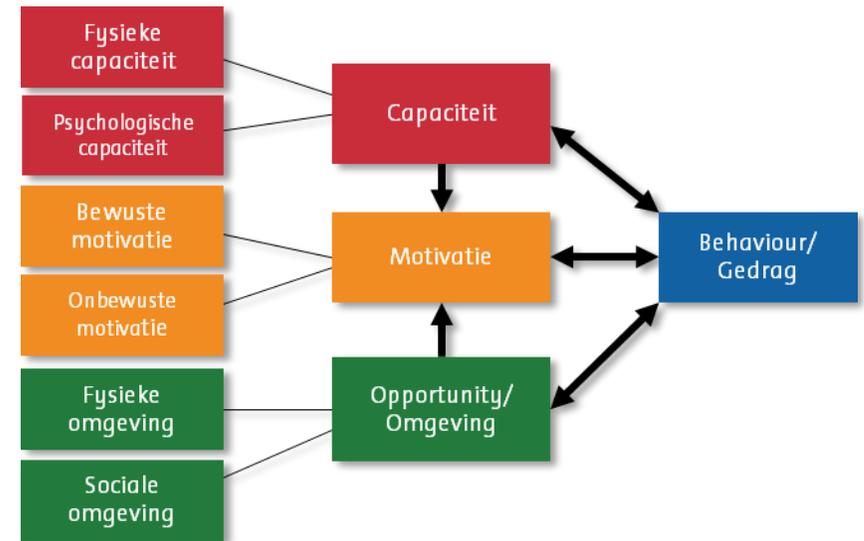
Om **subvraag 4** (drijfveren en belemmeringen) en **subvraag 5** (passende gedragstechnieken) te kunnen beantwoorden, maken we gebruik van het COM-B model in combinatie met de klantreis-methodiek (zie volgende pagina voor toelichting klantreismethodiek).

COM-B wordt internationaal veel gebruikt bij gedragsvraagstukken. Het gaat uit van de interactie tussen capaciteit (capability), omgeving (opportunity), motivatie (motivation) en gedrag (behaviour):

- **Capaciteit:** de fysieke en mentale capaciteit die een persoon heeft om het doelgedrag uit te voeren.
- **Omgeving:** de fysieke en sociale omgeving die het doelgedrag mogelijk maken of belemmeren.
- **Motivatie:** bewuste en onbewuste processen in de hersenen die gedrag activeren en sturen, zoals plannen en intenties, maar ook emotionele reacties, verlangens en 'biases'.

Het model helpt om verschillende gedragsbeïnvloeders te ontrafelen. Met behulp daarvan kunnen we bepalen welke technieken mogelijk goed zullen werken en op welke componenten ingespeeld kan worden om het doelgedrag te bereiken (zie tabel rechtsonder).

Weergave COM-B model
(Michie et al. 2011)



Overzicht van passende gedragstechnieken per component van het COM-B-model

	Voorlichting	Overtuiging	Beloning	Dwang	Training	Beperking	Aangepaste omgeving	Modellerig	Facilitering
Fysieke capaciteit					■				■
Psychologische capaciteit	■				■				■
Bewuste motivatie		■	■	■				■	
Onbewuste motivatie			■	■	■		■	■	■
Fysieke omgeving					■	■	■		■
Sociale omgeving						■	■	■	■

Gebruikte analysemethode: COM-B model i.c.m. klantreis

Naast de typen gedragsbeïnvloeders vanuit COM-B, bekijken we in de analyse ook op welke **momenten in de klantreis** de verschillende drijfveren en barrières ten aanzien van hulp zoeken een rol spelen.

Dit doen we door het COM-B model te combineren met de klantreismethodiek:

We doorlopen de verschillende stappen van bewustwording t/m hulp vragen om te zien op welke momenten men tegen mogelijke obstakels aan kan lopen.

Met deze combinatie van klantreis en COM-B kunnen we bepalen wat het meest interessante moment is om op in te spelen met een te ontwikkelen oplossing: bijvoorbeeld de eerste fase van bewustwording van de schulden of bijvoorbeeld het verkennen van en oriënteren op mogelijkheden voor hulp.

Klantreis-fasen	Bewust worden				Oriënteren			Hulp zoeken			Hulp ontvangen	Beter worden
Stappen	Problemen ontstaan	(Vroeg) signalering derden	Erkennen van problemen	Problemen managen	Weten dat er hulpmogelijkheid en zijn/dat je mogelijk in aanmerking komt	Verkennen	De drempel over	Contact opnemen	Verhaal vertellen	Doorverwezen worden		
Fysieke capaciteit											Vanaf hier buiten onze scope	
Psychologische capaciteit												
Fysieke omgeving											Vanaf hier buiten onze scope	
Sociale omgeving												
Bewuste motivaties												
Onbewuste motivaties												

Subvraag 1:

‘Welk gewenst gedrag willen we precies bij de doelgroep bereiken?’

SUBVRAAG 1: GEWENST GEDRAG

Het gewenste gedrag dat we uiteindelijk willen bereiken

Een onderzoek over gedrag en hoe we dat kunnen beïnvloeden, heeft als uitgangspunt altijd een bepaald gewenst gedrag. Dit is wat we met het hele project uiteindelijk willen bereiken.

Hoe concreter dit gewenste gedrag, hoe beter het lukt om een effectieve interventie te ontwikkelen. Bij verschillende specifieke gedragingen komen namelijk ook verschillende psychologische processen kijken die een rol spelen waar de interventie rekening mee moet houden.

Dit gewenste gedrag komt niet direct voort uit het onderzoek, maar meer vanuit de wens van de opdrachtgever: welk gedrag willen we het liefst uitgevoerd zien worden? Wat doet de doelgroep idealiter nadat ze in aanraking zijn gekomen met de door ons ontworpen oplossing/interventie?

Het volgende gedrag van de doelgroep wordt het meest wenselijk gevonden:

De doelgroep heeft een eerste gesprek over zijn/haar geldzorgen met iemand die betrouwbare informatie kan geven over (mogelijkheden voor hulp bij) geldzaken.

‘Iemand’ kan bijvoorbeeld zijn: een medewerker van Helpdesk Geldzaken, een zorgverlener, een ervaringsdeskundige of een sleutelfiguur in de wijk. Mogelijk kan dit in de bedenkenfase nog verder gespecificeerd worden.

Subvraag 2:

‘Welke doelgroep met geldzorgen is het meest interessant om gedragsinterventies voor te bedenken?’

Doelgroepen die we kunnen onderscheiden

Op basis van desk research, de interviews en de focusgroep zien we dat er verschillende indelingen mogelijk zijn van doelgroepen waarvoor hulp bij geldzorgen relevant kan zijn. Bij het ontwerpen van een interventie zal het per doelgroep verschillen wat het meest passend is. Daarom hebben we een overzicht gecreëerd dat helpt om keuzes te maken t.a.v. de doelgroep(en) waarop we ons in het ontwerp zullen richten.

We zien grofweg drie manieren om de doelgroepen op te delen:

1. Naar socio-demografische kenmerken
2. Naar ernst van geldzorgen
3. Naar oorzaken van schuld

De verschillende doelgroepen worden verder toegelicht op de volgende pagina's.

De gevonden doelgroepen

Overzicht van de in het onderzoek gevonden doelgroepen. De uitgebreide versie is te vinden in de [bijlage](#).

Doelgroepen ingedeeld naar socio-demografische eigenschappen

Jongeren <28 jaar

Voor veel jongeren is schulden hebben heel normaal. Ze praten er makkelijk over, maar zien het niet als een probleem.

Ouderen (65+)

Door vergrijzing, digitalisering en fraude gericht op ouderen, wordt deze groep steeds groter.

Laag denkvermogen / opleidingsniveau

Bijna dertig procent van de personen in de schuldhulpverlening moeite heeft met lezen en schrijven.

Alleenstaande mannen (26-45 jaar)

Dit is de grootste groep die zich aanmeldt voor schulden. Ze praten ook weinig over hun problemen.

Sociale minima / middeninkomens

Deze groep wordt alleen maar groter door economische oorzaken, met name middeninkomens vinden het moeilijk om zich hierop aan te passen.

Alleenstaande ouders

Alleenstaande ouders hebben vaak al veel moeite om het hoofd boven water te houden, bij tegenslagen komen zij snel in de problemen.

Verslaafden / GGZ problematiek

Bij deze groep start het vaak met andere grotere problemen en zijn geldzorgen een gevolg.

Ondernemers / ZZP'ers

Vallen buiten scope.

Doelgroepen ingedeeld naar oorzaken van de schulden/geldzorgen

Interne oorzaken

De schulden worden veroorzaakt door eigen belemmeringen, zoals moeite om administratie op orde te krijgen en moeite met vooruitplannen..

Externe oorzaken (maatschappelijk)

De schulden worden veroorzaakt door o.a. stijgende energieprijzen, corona en inflatie.

Externe oorzaken (life-events)

De schulden worden veroorzaakt door grote life-events zoals scheiding, baan kwijtraken of ziekte.

Doelgroepen ingedeeld naar ernst geldzorgen

Lichte zorgen

Mensen in deze groep ervaren lichte zorgen rondom hun schuld. Dit betekent niet dat de schulden ook laag hoeven te zijn.

Ernstige zorgen

Mensen in deze groep maken zich veel zorgen om hun geldzaken. Dit kan bij lage en hoge schulden het geval zijn.

Gemaakte keuzes t.a.v. doelgroepen

Voor de volgende fase ('bedenken', oftewel de ontwerpfase) is een selectie van inzichten en doelgroepen nodig om gerichte interventies te ontwikkelen. Een eerste selectie van de meest interessante doelgroepen die hiervoor in overleg met het kernteam van Schuldenlab070 is gemaakt, is als volgt:

Doelgroep

Ouderen	Alleenstaande mannen 26-45 jaar (Binnen de groep laag denkvermogen / opleidingsniveau)	Sociale minima	Middeninkomens
Door vergrijzing wordt deze doelgroep steeds groter. Ook wordt bij hulp en ondersteuning voor deze doelgroep de focus eerder op andere problemen gelegd dan op geldproblemen.	Binnen de doelgroep laag denkvermogen/opleidingsniveau komen geldzorgen het vaakst voor bij alleenstaande mannen. Zij worden niet snel herkend door instanties en trekken vaak pas heel laat aan de bel.	Deze groep is door corona en stijgende prijzen alleen maar groter geworden. Bij licht stijgende kosten komen ze al niet meer rond. Ze staan meestal wel op de radar bij instanties, maar staan hier huiverig tegenover, o.a. in verband met de toeslagenaffaire.	Steeds meer middeninkomens komen in de geldproblemen. Zij zijn nog veel minder dan sociale minima gewend om hulp te vragen en hun omgeving heeft vaak weinig/geen geldproblemen.

Cijfers over de doelgroepen

Binnen de eerste selectie doelgroepen is er gekeken naar bekende cijfers over deze doelgroep. De cijfers laten zien hoe groot de doelgroep is en in hoeverre zij geldzorgen ervaren. De data komen vanuit verschillende jaartallen en bronnen, de data is daardoor minder nauwkeurig en dient vooral ter indicatie.

	Ouderen	Alleenstaande mannen 26-45 jaar	Sociale minima (max 130% s.m.)	Middeninkomens
Aantal inwoners (Den Haag) Bron: CBS (2021), Den Haag in Cijfers (2020-2023)	82.771 (2022)	27.145* (2022)	91.314 (2019)	220.260 (2020)
Problemen met betalen boodschappen (Landelijk) Bron: EenVandaag Opiniepanel (2022)	23%	?	54%	26%
Zorgen over geld (Landelijk) Bron: NOS op basis van CBS (2023)	24%	32%**	40%	25%

* Geen onderscheid gemaakt in opleidingsniveau

** Geen onderscheid gemaakt in opleidingsniveau en man/vrouw.

Initiatieven voor de doelgroepen

In het schema hieronder is aangegeven in hoeverre er initiatieven in Nederland zijn gericht op de doelgroepen. Er is onderscheid gemaakt tussen het aantal initiatieven en of deze initiatieven specifiek gericht zijn op de doelgroep of zijn gericht op mensen met geldzorgen in het algemeen. Elk doelgroep heeft ook een aantal voorbeelden van initiatieven specifiek gericht op de doelgroep of algemeen gericht.

	Ouderen	Alleenstaande mannen 26-45 jaar	Sociale minima (max 130% sm)	Middeninkomens
Aantal initiatieven	Veel	Weinig	Veel	Weinig
Financiële ondersteuning	Initiatieven specifiek gericht op ouderen, zoals Nationaal fonds ouderenhulp en ouderenbonden zoals KNO & PCOB .	Algemene initiatieven zoals de Bijstandsbond	Initiatieven specifiek op sociale minima zoals Kledingbanken, voedselbanken en minimaregelingen	Algemene initiatieven zoals Stichting Leergeld
Mentale ondersteuning	Initiatieven specifiek gericht op ouderen zoals Blijf groep senioren en Alleszelf.nl	Algemene initiatieven zoals stichting LEF en Humans of Finance	Algemene initiatieven zoals Schuldpraat	Algemene initiatieven zoals MoneyTalks en Mind over Money
Administratieve ondersteuning	Initiatieven specifiek gericht op ouderen, zoals ANBO Geldzorgcoach en stichting SeniorenStudent	Algemene initiatieven zoals Schuldhulpmaatje	Algemene initiatieven zoals Budgetmaatjes en Nibud Geldkrant	Algemene initiatieven zoals Wijzer in geldzaken

Focus: gemaakte keuze voor de doelgroep waarvoor we oplossingen gaan ontwerpen

Keuze doelgroep

Op basis van ...

- de omvang van de groepen in Den Haag;
- het aantal al bestaande initiatieven voor de verschillende doelgroepen;
- en het feit dat we ons met name op ‘beginnende geldzorgen’ richten met dit project;

... hebben we de keuze gemaakt om ons in de ontwerpfase te gaan richten op:

Mensen met beginnende geldzorgen met een inkomen boven het sociaal minimum, die niet gewend zijn om hulp te hoeven vragen.

Zeker als hun geldzorgen beginnend zijn en men hier niet eerder mee te maken heeft gehad, bestaat het gevaar dat men zal denken dat men er nog wel zelf uit kan komen.

Nadere toelichting doelgroep

- Deze keuze komt grotendeels voort uit de inzichten over de doelgroepen ‘middeninkomens’ en ‘alleenstaande mannen’. Beide groepen konden het tot voor kort vaak zonder steun redden en zijn het daarom niet gewend om hulp te vragen.
- Het is wel mogelijk dat een deel van deze groep bijvoorbeeld al kinderopvangtoeslag ontvangt of op basis van hun inkomen voor toeslagen in aanmerking komt, maar dit niet wilde of niet wist.
- In de ontwerpfase kunnen we de doelgroep nog specifiek maken door bijvoorbeeld een inkomensgrens te bepalen.
- Het is ook een groep die vanuit de sociale omgeving niet gewend is aan het hebben van geldzorgen.
- De doelgroep ‘alleenstaande mannen tussen 26 en 45 jaar’ valt voor een groot deel ook onder deze focus-doelgroep. In de ontwerpfase kunnen we bespreken of het wenselijk is om de doelgroep nader te specificeren tot die groep.

Subvraag 3:

‘Wat zijn de kernmotivaties van de gekozen doelgroep?’

Kernmotivaties doelgroep

Wat drijft de doelgroep in het leven? Waar voelen zij zich goed bij? Wat maakt hen het meest gelukkig? Inzicht in hun kernmotivaties helpt om de doelgroep beter te begrijpen en om te snappen waardoor zij gemotiveerd worden in hun keuzes. Het helpt ons ook om te bepalen waar we op in kunnen spelen bij het ontwerpen van een oplossing om hen tot het gewenste gedrag aan te zetten.

Alleenstaande mannen 26-45 jaar

- Sociale relaties onderhouden en nieuwe relaties aangaan, ergens bij horen.
- Autonom en onafhankelijk kunnen leven. Zelf een eigen leven kunnen opbouwen.
- Avontuur en nieuwe ervaringen opdoen.
- Ontspanning en afleiding van dagelijkse beslommeringen (bv door gamen, film, sporten).
- Stabiliteit en zorgeloosheid in levensomstandigheden en financiële zekerheid.
- Zelfwaardering, gevoel van eigenwaarde behouden.

Middeninkomens

- Goede relaties met hun sociale omgeving onderhouden.
- Goede educatie, zorg en vrijetijdsbesteding kunnen bieden aan de kinderen.
- Comfort en levenskwaliteit behouden.
- Stabiliteit voelen, buffer op kunnen bouwen en financiële tegenvaller kunnen hebben.
- Balans werk-privé behouden tussen werk, familie, vrienden en eigen tijd.
- In goede gezondheid verkeren, gezond kunnen eten en voldoende bewegen. Maar ook mentaal gezond zijn.

Focus: keuze voor kernmotivaties van de gekozen doelgroep

Kernmotivaties

Vervolgens hebben we gekozen om te focussen op een aantal kernmotivaties, gebaseerd op de motivaties die we gevonden hebben voor de groepen middeninkomens en alleenstaande mannen:

- Zelfwaardering, gevoel van eigenwaarde behouden.
- Goede relaties met hun sociale omgeving onderhouden.
- Sociale relaties onderhouden en nieuwe relaties aangaan, ergens bij willen horen.
- Comfort en levenskwaliteit behouden.
- Autonom en onafhankelijk kunnen leven. Zelf een eigen leven op kunnen bouwen.

Nadere toelichting kernmotivaties

- Dit zijn de kernmotivaties die op het diepste niveau liggen en hoogstwaarschijnlijk het sterkst spelen op het moment dat zij een keuze moeten maken of actie uitvoeren. Daarom is het goed om hier rekening mee te houden bij het ontwerp van oplossingen.
- De gekozen kernmotivaties passen bij de 3 gekozen inzichten en belemmeringen zoals sociale omgeving en dat hulp vragen is niet normaal is.

Subvraag 4:

‘Wat drijft en belemmert de doelgroep in het hulp vragen bij beginnende schulden?’

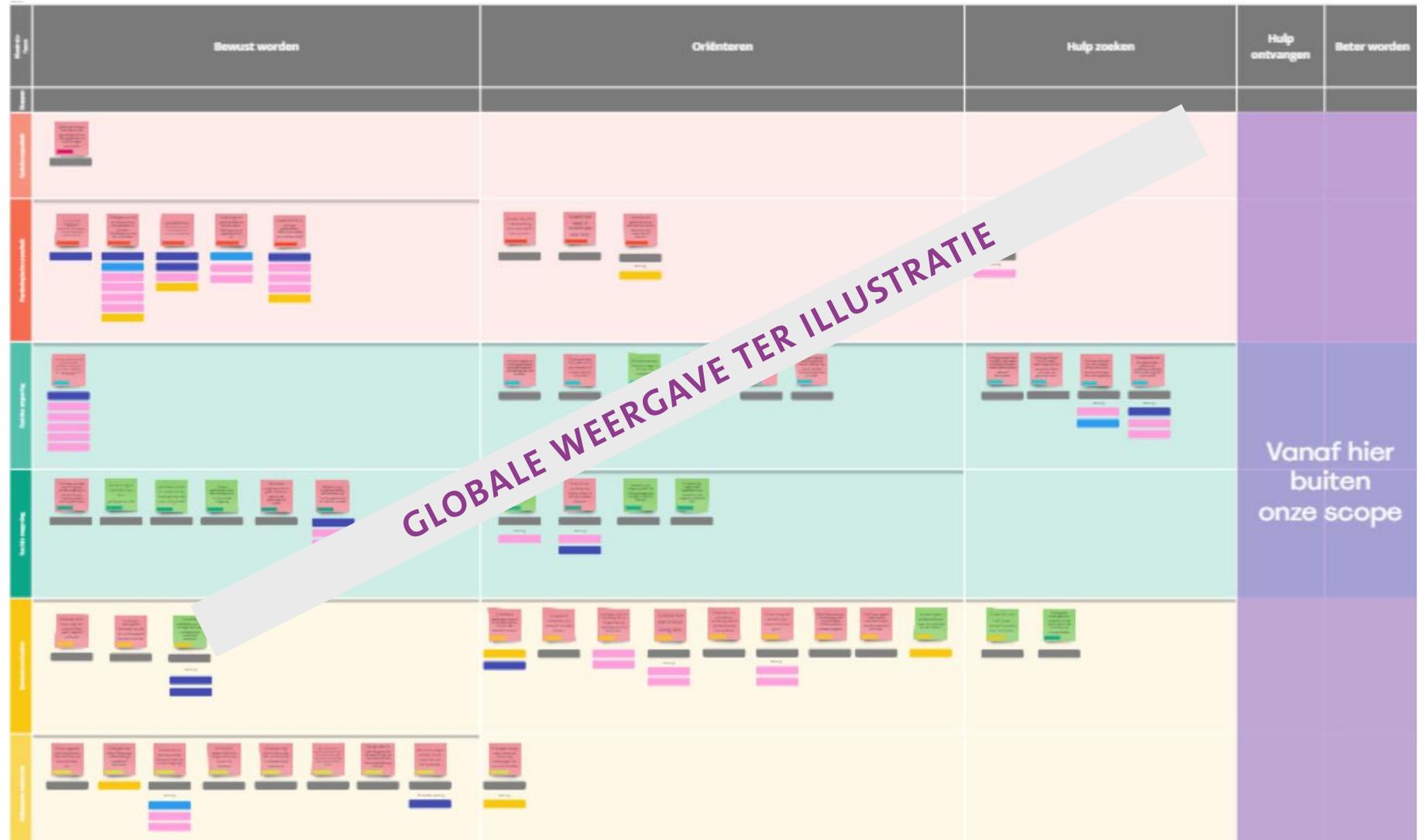
Klantreis 'hulp vragen bij beginnende schulden'

In het analyseschema, dat zoals in de inleiding is uitgelegd opgebouwd is uit de COM-B elementen en klantreisfases, zijn de verschillende inzichten geplot die we in het onderzoek hebben gevonden.

Hiernaast staat een globale weergave van het analyseschema, waarin **drijfveren** voor hulp zoeken **groen** zijn en **belemmeringen** **rood**.

Aan iedere drijfveer en belemmering is in de analyse gekoppeld voor welke doelgroepen deze het sterkst geldt.

Op basis hiervan hebben we 14 **hoofdzinachten** geformuleerd. Deze worden op de volgende pagina's toegelicht.



Kort overzicht van de 14 gevonden hoofdzichten

De uitgebreide toelichting per inzicht staat in de [bijlage](#).

Gedragbeïnvloeders vanuit 'psychologische capaciteit'

1. Geen ruimte in je hoofd voor (aanpak) van geldproblemen.

Klantreis: Bewust worden + oriënteren
Doelgroep: Life events

2. Niet het denkvermogen om probleem in te zien of hulp te zoeken.

Klantreis: Alle fases
Doelgroep: Laag denkvermogen & jongeren

Gedragbeïnvloeders vanuit 'fysieke omgeving'

3. Herkenning van het probleem lastig, ook voor derden.

Klantreis: Bewust worden + oriënteren
Doelgroep: Lage schulden

4. Behoeft aan gelijkwaardige behandeling.

Klantreis: Hulp vragen
Doelgroep: Alle doelgroepen

Vervolg 'fysieke omgeving'

5. Versnippering van hulp maakt het lastig de juiste hulp te vinden.

Klantreis: Oriënteren + hulp vragen
Doelgroep: Alle doelgroepen

Gedragbeïnvloeders vanuit 'sociale omgeving'

6. Niet buiten de boot willen vallen.

Klantreis: Bewust worden
Doelgroep: Jongeren & maatschappelijk

7. Schulden zijn 'normaal'.

Klantreis: Bewust worden
Doelgroep: Jongeren & sociale minima

8. Hulp vragen is niet 'normaal', er is wel behoefte aan voorbeeldgedrag.

Klantreis: Oriënteren
Doelgroep: Alle doelgroepen

Gedragbeïnvloeders vanuit 'bewuste motivatie'

9. De schuld ligt niet (alleen) bij mij, dat maakt hulp vragen makkelijker.

Klantreis: Bewust worden
Doelgroep: Maatschappelijk & life events

10. Verkeerde verwachtingen / vooroordelen instanties.

Klantreis: Oriënteren + hulp vragen
Doelgroep: Alle doelgroepen

11. Ongunstige kosten-baten-inschatting: hulp vragen kost veel en levert weinig op.

Klantreis: Bewust worden + oriënteren
Doelgroep: Alle doelgroepen

Gedragbeïnvloeders vanuit 'onbewuste motivatie'

12. Geldzorgen zorgen als (minderwaardige) identiteit.

Klantreis: Bewust worden
Doelgroep: Alle doelgroepen

13. Een goede ouder heeft geen geldproblemen

Klantreis: Bewust worden
Doelgroep: Alleenstaande ouders

14. Onrealistisch optimisme: ik kom er zelf wel uit

Klantreis: Bewust worden
Doelgroep: Alle doelgroepen

Gemaakte keuzes t.a.v. hoofdzichten

Om een passende gedragsinterventie te kunnen ontwerpen, is een selectie van inzichten en doelgroepen nodig. In overleg met het kernteam van Schuldenlab070 is de volgende selectie van meest interessante hoofdzichten gemaakt:

Inzichten

8. Hulp vragen is niet 'normaal'. Er is behoefte aan voorbeelden.

Sociale omgeving

10. Verkeerde verwachtingen / vooroordelen instanties.

(On)bewuste motivatie

11. Ongunstige kosten-baten-inschatting: hulp vragen kost veel en levert weinig op.

Bewuste motivatie

De interventies waar Schuldenlab070 in eerdere trajecten aan gewerkt heeft, passen in de klantreis (vrijwel) allemaal in de fase 'hulp krijgen'.

We hebben nu gekozen voor inzichten die te maken hebben met de fases vóór 'hulp krijgen'. Inzicht 7&8 gaan over het eerste begin van de klantreis: de fase 'bewust worden'. Inzicht 10 & 11 hebben betrekking op de fase vlak daarna: 'oriënteren'.

8: Hulp vragen is niet normaal. Behoeftte aan voorbeelden

Het 'wie', 'wat' en 'waarom' van dit hoofdinzicht:

Wie

Alle doelgroepen ervaren belemmeringen bij het vragen van hulp. Niet alleen zichzelf maar ook mensen in hun sociale omgeving zoals vrienden en familie vragen vaak weinig tot geen hulp.

Wat

Er wordt weinig over het onderwerp schulden gepraat, waardoor men ook niet van elkaar weet dat men schulden heeft en niet ziet hoe anderen ermee omgaan of geholpen zijn (voorbeelden). Er is wel behoefte aan voorbeelden in de omgeving, ook om te weten dat men niet de enige is.

Waarom

Rondom het onderwerp geldzorgen bestaat nog veel schaamte en taboe. Vaak heeft men het gevoel dat het hun eigen schuld is en dat ze het fout hebben gedaan. Daarnaast: doordat er niet over gesproken wordt, weet men niet goed welke goede mogelijkheden voor hulpverlening er zijn die bij hen en hun situatie passen.

“Ik voelde heel veel schaamte om hulp te vragen en mijn hand op te houden. En voelde me schuldig, omdat ik zelf niets terug kon geven.”

– ervaringsdeskundige focusgroep

8: Hulp vragen is niet normaal. Behoeftte aan voorbeelden

Onderliggende elementen bij dit hoofdinzicht:

Mensen willen niet dat anderen zien dat ze hulp nodig hebben, de schaamte is groot

“Veel mensen in de schulden hebben het gevoel dat er groot op hun voorhoofd ‘ik ben mislukt’ staat.”
(expert Flanderijn)

Hulp vragen voelt vernederend, als falen (dit zie je ook bij bv. eenzaamheid of alcoholproblemen). *(WIZ, Universiteit Leiden & Geldfit)*

“Ik wil liever niet dat een hulpverlener naar mijn huis komt, want dan weet de hele buurt het meteen.”
(ervaringsdeskundige focusgroep)

Stigma maakt het mogelijk moeilijker om toe te geven dat je een probleem hebt, waardoor iemand ook geen hulp zoekt.
(Baumberg, 2016)

Sociale steun en voorbeelden kunnen erg helpen, maar missen juist bij mensen met geldzorgen vaak.

Het delen van je gevoel met anderen die je begrijpen, biedt opluchting, troost en geruststelling (je bent niet de enige). Omdat sociale infrastructuur wegvalt (mensen raken geïsoleerd) is die gelegenheid er niet of nauwelijks.
(Klantreis schulden aflossen)

Doorgaans ervaren personen in een schuldsituatie weinig sociale steun, terwijl sociale steun belangrijk is bij het uitvoeren van financieel gezond gedrag.
(Madern, 2015)

Een voorbeeld van iemand anders zien, kan mensen de drempel over helpen.

“Ik vroeg aan iemand die in dezelfde situatie zat hoe zij het deed. Dat heeft mij geholpen. Mijn vader is uiteindelijk ook uit de schulden gekomen omdat hij mijn traject had gezien.”
(ervaringsdeskundige focusgroep)

Ervaringswerkers weten op een andere manier, en vanuit een andere rol, contact te maken. Daarnaast bieden zij cliënten ook hoop, door te laten zien dat het anders kan, als een rolmodel. Dit biedt voor veel klanten (h)erkenning.
(Verwey Jonker)

10: Verkeerde verwachtingen/ vooroordelen over instanties

Het 'wie', 'wat' en 'waarom' van dit hoofdinzicht:

Wie

Binnen alle doelgroepen komt het voor dat men al vanaf jongs af aan geleerd wordt dat overheidsinstanties niet te vertrouwen zijn.

Wat

Men vertrouwt overheidsinstanties niet. Daarnaast heeft men bepaalde verwachtingen van de hulp die men kan krijgen. Deze verwachtingen zijn vaak dat ze alles uit handen moeten geven en dat hulp alleen bedoeld is voor de allerergste situaties. Ze denken dat hun paar duizend euro schuld niet 'groot' genoeg is om hulp te krijgen. Ook zijn ze bang dat instanties dingen van je kunnen afpakken, zoals je inboedel of zelfs je kinderen.

Waarom

Sommigen krijgen van huis uit mee dat overheidsinstanties niet te vertrouwen zijn. Daarnaast worden vooroordelen sterk bepaald door het beeld van schuldhulpverleningstrajecten (WSNP). Deze verhalen hoort of ziet men vaak, terwijl de andere, minder ingrijpende vormen van hulp minder zichtbaar en bekend zijn.

“Ik red het nu elke keer nét door creatief boekhouden, ik durf niet aan de bel te trekken want ik ben bang dat mijn kinderen dan uit huis geplaatst worden.”

– ervaringsdeskundige focusgroep

10: Verkeerde verwachtingen/vooroordelen instanties

Onderliggende elementen bij dit hoofdinzicht:

Verkeerde verwachtingen en beperkt beeld van wat hulpverlening inhoudt en welke mogelijkheden er zijn

Schuldhelpverlening wordt gezien als iets voor mensen die het écht niet zelf kunnen. Men denkt een te kleine schuld te hebben of identificeert zich niet met SHV.
(klantreis schulden aflossen)

“Voor veel mensen voelt schuldhelpverlening alsof je alles uit handen geeft. Je levert je auto in, geen controle meer.”
(Expert Gemeente Utrecht Schuldenvrij)

“Ik wilde niet van een weekbudget leven, dat zijn de verhalen die ik uit mijn omgeving kende.”
(Ervaringsdeskundige focusgroep)

“Er heerst sowieso veel wantrouwen tegenover de overheid door o.a. de toeslagenaffaire.”
(Expert UWV vroegsignalering)

Sommige mensen willen geen hulp van de gemeente, omdat ze weten dat eigenlijk niet alles klopt... Ze willen hun kaarten niet op tafel leggen, want ze zijn bang. Een soort voorzichtigheid.
(Klantreis hulp zoeken)

Vooroordelen instanties/overheid/gemeente

Men ziet de positieve kanten en wat hulp kan opleveren niet voldoende.

“Vooraf besepte ik niet dat het schuldhelpverleningstraject mij zoveel rust kon geven. Ik dacht alleen: o jee, mijn leven wordt overgenomen door een organisatie die ik wantrouw.”
(Ervaringsdeskundige focusgroep)

“Vanuit schuldhelpverlening worden ook weinig succesverhalen gedeeld. Terwijl dit wel heel belangrijk is.”
(Expert Schuldregelaar gemeente Den Haag)

Men voelt afstand tot de hulpverlening en/of voelt zich niet als (gelijk)waardig behandeld

“Het sociale voorzieningsstelsel wordt veelal als dehumaniserend ervaren.”
(Chase & Walker, 2012)

“Als iemand van de instantie met mooie kleren iets komt vertellen, krijg ik ook de kriebels. Ik wil het horen van iemand die hetzelfde heeft meegemaakt.”
(Ervaringsdeskundige focusgroep)

11: Ongunstige kosten-baten-inschatting

Het 'wie', 'wat' en 'waarom' van dit hoofdinzicht:

Wie

Mensen met lichte tot gemiddelde geldzorgen.

Wat

Men verwacht dat hulp vragen teveel 'kost', terwijl men niet goed ziet dat het (op korte termijn) echt iets oplevert (de 'baten'). Men besluit daarom geen hulp te zoeken en de zorgen zelf op te lossen. Men trekt pas aan de bel als de geldzorgen echt heel ernstig worden.

Waarom

Men heeft het gevoel dat hulp vragen veel 'kost': je gevoel van eigenwaarde, de controle over je geldzaken en je manier van leven en het moeten aankloppen bij instanties die je niet vertrouwt. Men ziet de 'baten' niet voldoende, zoals de rust die het kan opleveren. Men denkt niet echt geholpen te kunnen worden en verwacht dat het lang duurt voordat men resultaat ziet.

“Door mijn eerdere negatieve ervaringen met verschillende vormen van hulpverlening, geloof ik er niet echt in dat ik geholpen kan worden.”

– Ervaringsdeskundige focusgroep

11: Ongunstige kosten-baten-inschatting

Onderliggende elementen bij dit hoofdinzicht:

Kosten: psychologische 'kosten' die worden gezien of gevoeld (schaamte, jezelf klein maken, anderen tot last zijn)

Hulp vragen voelt als 'indrukken van een rode knop HELP', psychologisch heel moeilijk – hiervoor moet je jezelf heel klein maken (WIZ, Universiteit Leiden & Geldfit)

“Ik wilde me ook niet voelen alsof ik gefaald had.”
(Ervaringsdeskundige focusgroep)

Hebben het gevoel dat ze gezien worden als lui, ongemotiveerd en een last voor de maatschappij.
(Hall, Zhao & Shafir, 2014)

Kosten: het kost je langdurig je vrijheid om zelf over je geld en leefstijl te beslissen (is de perceptie)

“Verwachting dat je in langdurig WSNP-traject moet zorgt voor weerstand.”
(Expert UWV vroegsignalering)

“Het beeld van de gemeente is: een laatste redmiddel, ze nemen dan al je financiën over, ze willen alles weten, je moet van 60 euro per week rondkomen.”
(expert domeinadviseur gemeente Den Haag)

Kosten: hulp vragen voelt als veel gedoe, ingewikkeld:

Mensen die financiële schaamte ervaren zien financieel gedrag als moeilijker, meer werk en irritanter.
(Plantinga, Breugelmans, Zeelenberg, 2018)

Baten: de baten van hulp zoeken worden (misschien vooral bij beginnende geldzorgen) niet goed gezien

“Je gaat hulp zoeken, maar je hebt er niet meteen profijt van.”
(ervaringsdeskundige)

Less needy individuals trade off the limited financial gain against the effort involved in making a claim.
(Walker, 2004)

“Ik had vooraf niet door hoeveel rust het me zou brengen om hulp te krijgen.”
(ervaringsdeskundige focusgroep)

Keuze voor hoofdinzichten om in de ontwerp-(bedenken-)fase op te richten

Nadat de keuze voor de doelgroep is gemaakt (mensen met beginnende geldzorgen die niet gewend zijn om overheidssteun te ontvangen), hebben we een keuze gemaakt voor de inzichten die het sterkst voor deze groep gelden. Onder de gekleurde blokken hieronder is te zien hoe deze zijn doorvertaald naar specifieke 'belemmeringen' die deze doelgroep tegenhouden om hulp te vragen bij geldzorgen.

Hoofdinzicht:	8. Hulp vragen is niet 'normaal'. Er is behoefte aan voorbeelden.	10. Verkeerde verwachtingen / vooroordelen instanties.	11. Ongunstige kosten-baten-inschatting: hulp vragen kost veel en levert weinig op.
COM-B factor:	Sociale omgeving	(On)bewuste motivatie	Bewuste motivatie
Specifieke belemmering:	Het idee dat je door het bespreken van je geldzorgen anders wordt bekeken door je sociale omgeving.	Het idee dat hulp bij geldzorgen alleen voor 'zware gevallen' bedoeld is.	Het idee dat er niets aan te doen is/ het op korte termijn niets oplevert.

Subvraag 5:

‘Welke oplossingsrichtingen en bijbehorende gedragstechnieken passen bij de doelgroep en hun motivaties en belemmeringen?’

Om gedragsinterventies te kunnen ontwerpen, moeten we focus aanbrengen

Om een goed passende interventie te ontwerpen, gebruiken we de antwoorden op de subvragen:

- Subvraag 1: Het **gewenste gedrag** waarvoor we ontwerpen
- Subvraag 2: De gekozen **doelgroep** waarvoor we willen ontwerpen
- Subvraag 3: De passende '**kernmotivatie**' bij de doelgroep → hier willen we op inspelen/gebruik van maken.
- Subvraag 4: Welke '**drijfveren en belemmeringen**' ervoor zorgen dat ze hun huidige gedrag vertonen.

Dit alles vatten we samen in de 'Hoe kunnen we'-vraag: het startpunt voor de ontwerpfase.

De 'Hoe kunnen we'-vraag ziet er zo uit:

Hoe kunnen we <een specifieke doelgroep in een specifieke context> helpen om hun <kernmotivatie> te realiseren met het <gewenste specifieke gedrag> door <drijfveren en belemmeringen> weg te nemen of te vervangen.

Drie 'Hoe-Kunnen-We-vragen' als input voor de ontwerpfase

Op basis van de hiervoor genoemde elementen, kunnen we verschillende 'HKW'-vragen als uitgangspunt nemen. We geven hier drie vragen weer. We kunnen met alle drie de vragen starten in de ontwerp-/bedenkenfase. Gedurende dat proces zien we of het mogelijk is om voor alle drie de HKW-vragen passende oplossingen vinden of dat we alsnog een keuze kunnen maken voor één van deze drie HKW-vragen, zodat we gericht oplossingen kunnen bedenken. Ook kunnen de HKW-vragen gedurende het proces nog verder aangescherpt worden.

'Hoe kunnen we'-vraag 1:

Hoe kunnen we mensen met beginnende geldzorgen en een inkomen boven het sociaal minimum, die niet gewend zijn om hulp te hoeven vragen en denken dat hulp vragen alleen voor zware gevallen is, helpen om erover te gaan praten met iemand die betrouwbare informatie kan geven over (mogelijkheden voor hulp bij) geldzaken zodat ze hun comfort en sociale kring kunnen behouden?

'Hoe kunnen we'-vraag 2:

Hoe kunnen we mensen met beginnende geldzorgen en een inkomen boven het sociaal minimum, die niet gewend zijn om hulp te hoeven vragen en denken dat hulp vragen niets of weinig oplevert helpen om erover te gaan praten met iemand die betrouwbare informatie kan geven over (mogelijkheden voor hulp bij) geldzaken terwijl ze hun behoefte aan onafhankelijkheid en autonomie kunnen behouden?

'Hoe kunnen we'-vraag 3:

Hoe kunnen we mensen met beginnende geldzorgen en een inkomen boven het sociaal minimum, die niet gewend zijn om hulp te hoeven vragen en bang zijn om buiten hun sociale omgeving te vallen als ze hun geldzorgen bespreken, helpen om erover te gaan praten met iemand die betrouwbare informatie kan geven over (mogelijkheden voor hulp bij) geldzaken zodat ze hun comfort en sociale kring kunnen behouden?

Gedragstechnieken die passen bij de gekozen inzichten

Hieronder staan nogmaals de drie gekozen hoofdinzichten te vinden waar we de focus op leggen, met daaronder de meest passende gedragstechnieken volgens COM-B. Voor toelichting op de technieken en voorbeelden uit de praktijk, zie de [bijlage](#).

**8. Hulp vragen is niet 'normaal'.
Behoeftte aan voorbeelden.**

Sociale omgeving

- Beperking
- Aangepaste omgeving
- Modellering
- Facilitering

**10. Verkeerde verwachtingen /
vooroordelen instanties.**

(On)bewuste motivatie

- Voorlichting
- Overtuiging
- Beloning
- Dwang
- Training
- Aangepaste omgeving
- Facilitering
- Modellering

**11. Ongunstige kosten-baten-
inschatting: hulp vragen kost veel
en levert weinig op.**

Bewuste motivatie

- Voorlichting
- Overtuiging
- Beloning
- Dwang
- Modellering

Voorlopige keuze voor technieken om uit te werken in fase 2

Basis voor keuzes

We hebben een keuze uit de gedragstechnieken gemaakt op basis van:

1. Wat past bij Schuldenlab070?
 - Dit is bepaald in overleg met Schuldenlab070.
2. Wat wordt al veel gedaan en wat nog minder? (Uitgangspunt is dat we bij voorkeur iets ontwerpen dat nog niet veel gedaan wordt).
 - Dit is bepaald op basis van desk research.

De voorlopig gemaakte keuzes

Beloning, overtuiging en modellering (in de vorm van voorbeelden gegeven door bv. sleutelfiguren of ervaringsdeskundigen) komen op basis van deze twee vragen als meest geschikt naar voren.

Voorlichting gebeurt al veel, maar past wel bij Schuldenlab070 en is mogelijk een optie, zeker in combinatie met een andere techniek.

Training kan ook overwogen worden (we denken hierbij met name aan het trainen van de omgeving/sleutelfiguren).

Ook beloning, voorlichting en overtuiging kunnen we zowel op de persoon met geldzorgen zelf als op zijn netwerk/sleutelfiguren richten.



	Positieve score	Neutraal	Negatieve score
Past bij Schuldenlab070	Beloning Overtuiging Modellering (door bv. ervaringsdeskundigen of sleutelfiguren) Voorlichting Training	Modellering (door bekende mensen) Dwang Facilitering	Beperking Aangepaste omgeving
Wordt nog niet (veel) gedaan	Beperking Beloning Overtuiging Modellering	Aangepaste omgeving Training	Voorlichting Dwang Facilitering

Bedankt voor het lezen!



Loesie Willemsen

Service designer

Loesie.willemsen@denhaag.nl



Petra Kramer

Onderzoeker

Petra.kramer@denhaag.nl

Bijlagen

Bijlage B.1: Gebruikte bronnen

Deskresearch: gebruikte bronnen

Intern onderzoek gemeente Den Haag

Klantreis hulp zoeken
- ondernemers SZW

'Ik wil mijn schulden aflossen'
- Financiële hulpverlening SZW

Andere gemeenten

Schuldenlandschap uitgediept
- VNG

Rapport Actieagenda Utrechters
Schuldenvrij
- Gemeente Utrecht

Kennisinstituten

'Wat werkt bij de aanpak van
armoede en schulden'
- Movisie

Het onderzoeksprogramma schulden
en armoede
- NWO/ZonMW

De kracht van ervaringsverhalen
- Verwey Jonker

Armoedebelid
- Verwey Jonker

Jongeren
- Verwey Jonker

Samenwerking rond
financiële problemen bij patiënten in
de huisartsenpraktijk.
- Verwey Jonker

Onderzoeksrapport Weten is nog
geen doen
- WRR

Onderzoek lectoraat Schulden
en Incasso
- Hogeschool Utrecht

Ministerie financiën / Wijzer in geldzaken

Literatuurstudie rondom eerder hulp
zoeken bij beginnende schulden
- Wijzer in geldzaken +
Kenniscentrum Psychologie en
gedrag (Univ. Leiden)]

Gedragsinitiatief De psychologie van
hulp vragen
- Wijzer in geldzaken +
Kenniscentrum Psychologie en
gedrag (Univ. Leiden) + Geldfit

Geldgesprekken in de buurt
- Wijzer in geldzaken + TrueTalk

Interviews: deze personen hebben we gesproken

Expert interviews

[1 op 1 online interviews]

Wytse Hylkema

Service Designer financiële steun en schuldhulpverlening

Rick Nijkamp

Gedragdeskundige Wijzer in Geldzaken, Ministerie van Financiën]

Susan schraag

Schuldregelaar gemeente Den Haag

Remco van Gastel

Senior Analist Responsible Gaming, Nederlandse loterij

Kim van Sprundel

Beleidsmedewerker Den Haag

Chris Bakhuis -van Kesteren

Directeur Flanderijn gerechtsdeurwaarders

Ingrid Leentvaar

Domeinadviseur financiële hulpverlening

Martijn Schut

Gemeente Utrecht, aanpak Utrechters Schuldenvrij

Esther Dellebeke

UWV- teammanager van teams die opvolging van vroegsignalering doen

Ervaringsdeskundigen

4 deelnemers met ervaring met schulden en hulpverlening

1 online focusgroep van 2 uur, respondenten zijn geworven via Onzichtbaar Den Haag

Sandra Doevendans

Ervaringsdeskundige

1 diepte-interview van 45 minuten

Bijlage B.2: Doelgroepen

De doelgroepen o.b.v. socio-demografische kenmerken (1/2)

Jongeren (<28 jaar)

- 18-jarigen en studenten krijgen ineens meer verantwoordelijkheid voor hun eigen financiën. Tegelijkertijd is de ontwikkeling van hun hersenen hier eigenlijk nog niet klaar voor.
- Voor veel jongeren is schulden hebben heel normaal. Er wordt redelijk makkelijk over gepraat, maar vaak ook luchtig over gedaan. Het wordt ook heel makkelijk gemaakt om geld te lenen of op afbetaling te kopen.
- Er wordt door diverse instanties al veel gedaan voor jongeren. Jongeren haken wel sneller af dan andere doelgroepen.

Ouderen (65+)

- Door vergrijzing wordt deze doelgroep steeds groter.
- Overheden en instanties verwachten steeds meer dat de inwoner zelfredzaam is door digitalisering. Voor ouderen is de digitale wereld niet altijd goed te begrijpen waardoor ze sneller in de (geld)problemen komen. Ook zijn ouderen sneller de dupe van fraude.
- Voor ouderen wordt nog weinig gedaan. Het lijkt een vergeten doelgroep te zijn in veel initiatieven.

Laag denkvermogen / opleidingsniveau

- De NVVK vermeldt dat bijna dertig procent van de personen in de schuldhulpverlening moeite heeft met lezen en schrijven en zo'n twintig procent een lichte verstandelijke beperking heeft of is geïndiceerd voor de GGZ (Florijn, jaarverslag NVVK, 2018).

Alleenstaande mannen (26 – 45 jaar)

- De grootste groep personen die zich aanmelden voor schulden bestaat uit alleenstaande mannen tussen de 26 en 45 jaar, vaak zonder werk, lager opgeleid en laaggeletterd. (Florijn, , jaarverslag NVVK, 2018). Deze groep praat ook weinig tot niet over hun problemen. Zij zijn ook de grootste groep in (gok)verslavingen.
- Er zijn diverse initiatieven voor deze doelgroep. Het is wel een doelgroep die blijvend ondersteund moet worden. Problemen worden bij hen niet snel herkend en ze trekken zelf pas heel laat aan de bel.

De doelgroepen gegroepeerd naar socio-demografische kenmerken (2/2)

Sociale minima / middeninkomens

- Sociale minima hebben weinig te besteden. Zelfs met zuinig leven blijft er niet veel over aan het eind van de maand. Bij licht stijgende kosten komen ze al niet meer rond. Vaak leven ze in een milieu waar meer mensen in deze situatie zitten.
- Door economische oorzaken zoals corona en inflatie wordt deze groep alleen maar groter. Zeker (lage) middeninkomens worden de dupe. Zij zijn veel minder dan sociale minima gewend om hulp te vragen en hun omgeving heeft dit probleem minder/niet.
- Voor sociale minima zijn diverse toeslagen mogelijk. Vanwege de affaires die hebben plaatsgevonden zijn veel mensen huiverig om ze aan te vragen. Mensen met een uitkering staan vaak op de radar bij instanties. Instanties hebben middeninkomens vaak niet in hun vizier.

Alleenstaande ouders

- Alleenstaande ouders hebben vaak moeite om het hoofd boven water te houden. Bij tegenslagen komen zij snel in de problemen.
- Vaak koppelen zij hun geldproblemen ook aan hun identiteit. Ze willen niet overkomen als een slechte moeder/vader en houden hun schulden lang verborgen.
- Hun kinderen zijn dé reden om wel aan de bel te trekken. Er zijn veel instanties bezig met deze doelgroep, maar vaak op net andere problematiek.

Verslaafden GGZ / problematiek

- Bij deze groep zijn de geldzorgen meestal het gevolg van andere grote problematiek.
- Vaak hebben zij niet de (mentale) mogelijkheid om met hun geldproblemen aan de slag te gaan. Eerst moeten de andere problemen aangepakt/opgelost worden.
- Voor deze groep wordt veel gedaan, alleen is dit ook de groep die de grootste moeite heeft om zich aan de afspraken te houden. Vaak worden ze bestempeld als 'niet gemotiveerd' en losgelaten door instanties.

Ondernemers, ZZP'ers

Vallen buiten de scope.

De doelgroepen gegroepeerd naar oorzaken van schuld

Interne oorzaken

- Bij interne oorzaken hebben mensen moeite om hun administratie op orde te krijgen en moeite met vooruitplannen.
- Dit kan te maken hebben met je opleidingsniveau/denkvermogen, maar kan ook te maken hebben met andere oorzaken zoals (extreme) stress of andere problematiek.
- Wanneer schulden of geldzorgen door interne oorzaken veroorzaakt worden, vindt men het heel moeilijk om aan de bel te trekken. Vaak voelt het als 'eigen schuld'.

Externe oorzaken [Maatschappelijk]

- O.a. stijgende energieprijzen en corona zorgen bij veel mensen voor hogere kosten en daarmee voor geldzorgen of schulden.
- Dit veroorzaakt vooral veel problemen voor doelgroepen die nog maar net de hand boven het hoofd kunnen houden zoals sociale minima.
- De schuld sluipt er vaak langzaam in. Doordat de schuld deels een externe oorzaak heeft is het voor deze groep iets makkelijker om hulp te vragen, maar duurt het vaak lang voordat ze echt willen toegeven dat ze problemen hebben.

Externe oorzaken [Life events]

- Grote life events zoals je baan kwijtraken, een scheiding of ziekte kunnen ervoor zorgen dat iemand ineens minder inkomsten heeft.
- Daarnaast kampt deze doelgroep vaak met veel stress door de situatie. Men heeft geen overzicht meer en het doenvermogen vermindert sterk.
- Bij life events staat het leven in 1 keer op zijn kop. Vaak is de directe omgeving ook op de hoogte van de problemen en is er steun aanwezig.

De doelgroepen gegroepeerd naar ernst van geldzorgen

Lichte geldzorgen

- Mensen in deze groep ervaren lichte zorgen rondom hun schuld. Dit betekent niet dat de schulden ook daadwerkelijk laag zijn.

Ernstige geldzorgen

- Mensen in deze groep maken zich veel zorgen om hun geldzaken. Dit kan bij lage en hoge schulden het geval zijn.

Bijlage B.3: Toelichting hoofdinzichten

De 14 hoofdzichten toegelicht (I)

1. Geen ruimte in je hoofd voor (aanpak) van geldproblemen.

Mensen die te maken hebben met impactvolle life events zoals een scheiding, kind krijgen of baan verliezen, worden teveel opgeslokt door de nieuwe uitdagingen/ problemen die dat met zich meebrengt.

Ze overzien de financiële gevolgen niet goed, hebben een verminderd doenvermogen en minder ruimte in hun hoofd.

Dit maakt het moeilijker om na te denken over de noodzaak om hulp te zoeken en hoe ze dat aan kunnen pakken.

2. Niet het denkvermogen om probleem in te zien of hulp te zoeken

Mensen met een laag denkvermogen en jongeren zien zelf vaak niet of te laat in dat ze in de problemen zitten.

Omdat ze een lager denkvermogen hebben of omdat (in het geval van jongeren) bepaalde hersengebieden nog niet volledig ontwikkeld zijn.

Ze zien daardoor minder goed in dat ze een probleem hebben of kunnen krijgen. Ook de stap zetten naar hulp is vaak te ingewikkeld voor ze.

3. Herkenning van het probleem is lastig, ook voor derden

Het systeem is vaak zo ingericht dat je als hulpvrager moet bewijzen dat je echt een probleem hebt (of: een probleemgeval bent). Dat is veel gevraagd van de doelgroep en een reden om af te haken/de hulpvraag niet door te zetten.

Daarnaast is het voor instanties die aan vroegsignalering doen soms lastig om problemen te herkennen als mensen (nog) geen hele opvallende schulden of betalingsachterstanden hebben, maar hier alsnog last van hebben door een heel laag inkomen.

4. Behoeft aan gelijkwaardige behandeling

De manier waarop veel hulp geboden wordt, voelt als 'top down', alsof de hulpverlening boven jou staat.

Ook voelt het sterk alsof de hulpverlener boven ze staat. Je moet als hulpvrager je zelfrespect even opzij zetten om hulp te vragen.

De 14 hoofdzichten toegelicht (II)

5. Versnippering van hulp maakt het lastig de juiste hulp te vinden.

De manier waarop de hulp bij geldzorgen is ingericht, is voor velen te ingewikkeld.

Er zijn veel loketten en verschillende instanties. Velen weten ook niet waar ze allemaal terecht kunnen (onbekend met het aanbod).

Dit is extra moeilijk voor mensen met geldzorgen die door deze stress vaak een verminderd doenvermogen hebben.

6. Niet buiten de boot willen vallen.

Velen, maar vooral jongeren (t/m 28 jaar) vinden het heel belangrijk om ergens bij te horen.

En ze schamen zich voor hun schulden.

Ze vragen liever geen hulp. Door schaamte, maar ook sterk doordat ze hun huidige levensstijl niet willen opgeven uit angst om buiten de boot te vallen.

Ook de nieuwe groeiende groep van middeninkomens met geldzorgen door maatschappelijke veranderingen heeft hier extra moeite mee. Zij konden eerder met hun sociale omgeving meedoen aan leuke dingen en willen zich daar eigenlijk niet in laten beperken.

7. Schulden zijn 'normaal'.

In een aantal doelgroepen komen schulden relatief vaak voor, denk aan jongeren (+ studenten) en sociale minima.

In deze groepen wordt wel over schulden gepraat, maar schulden worden ook snel als 'normaal' gezien. Daardoor ziet men niet zo snel in dat men de geldzorgen te groot worden en hulp nodig is.

8. Hulp vragen is niet 'normaal', er is behoefte aan voorbeeldgedrag.

Echt praten over geldzorgen met mensen die je kent, gebeurt door schaamte nauwelijks.

Daardoor ziet men ook niet van anderen dat ze zorgen hebben of hulp vragen.

Er is wel behoefte aan voorbeelden die laten zien dat je niet de enige bent en gelijkgestemden die goed voorbeeldgedrag (en het resultaat daarvan) laten zien.

De 14 hoofdzichten toegelicht (III)

9. De schuld ligt niet (alleen) bij mij, dat maakt hulp vragen makkelijker.

Mensen vinden het makkelijker om hulp te vragen als het probleem niet voelt als hun eigen schuld.

Als ze een oorzaak buiten zichzelf kunnen aanwijzen, zoals stijgende energieprijzen of corona, is hulp vragen makkelijker.

10. Verkeerde verwachtingen / vooroordelen instanties.

Veel mensen hebben geleerd dat overheidsinstanties niet te vertrouwen zijn.

Daarnaast wordt het beeld dat men heeft van hulp bij geldzorgen sterk bepaald door schuldhulpverleningstrajecten (WSNP), met het idee dat je alles uit handen moet geven en dat het alleen bedoeld is voor de allerergste situaties.

Ook is men bang dat instanties dingen van je kunnen afpakken, zoals kinderen en inboedel.

11. Ongunstige kosten-baten-inschatting: hulp vragen kost veel en levert weinig op.

Hulp vragen 'kost' mensen veel, dat verwachten ze in ieder geval. Het kan daarbij gaan om hun gevoel van eigenwaarde, de controle over hun geldzaken of zelfs hun manier van leven of over de 'moeite' van het aankloppen bij instanties die ze niet vertrouwen.

Tegelijkertijd ziet men de 'baten' niet altijd voldoende: men vraagt zich af of men echt geholpen kan worden, verwacht dat het lang duurt voordat je resultaat ziet en realiseert zich niet hoeveel rust hulp kan opleveren.

Hierdoor valt de kosten-baten-afweging vaak zo uit dat men besluit geen hulp te zoeken. Pas als de zorgen echt heel ernstig worden, trekt men aan de bel.

12. Geldzorgen als (minderwaardige) identiteit).

Onbewuste factoren zorgen ervoor dat men geldzorgen lang ontkent, zoveel mogelijk probeert te verhullen en niet openstaat voor aangeboden hulp.

Juist omdat men denkt dat iedereen het aan ze ziet, omdat men zich met het geldprobleem identificeert (ik ben een mislukking) en omdat men denkt dat je minderwaardig bent als je hulp nodig hebt.

Ze willen het liefst zo anoniem mogelijk blijven en zijn bang om mensen tegen te komen als ze bij instanties aanbellen (= ook de factor 'Fysieke omgeving').

De 14 hoofdzichten toegelicht (IV)

13. Een goede ouder heeft geen geldzorgen

Vooraf bij alleenstaande ouders met geldzorgen speelt sterk mee dat ze willen overkomen als een goede vader of moeder op zowel hun kind als de omgeving.

Bij sommigen leeft ook de angst dat de kinderen uit huis moeten worden geplaatst als hun problemen aan het licht komen.

Ze houden hun geldzorgen lang verborgen voor de omgeving.

Hun kinderen zijn tegelijkertijd ook dé reden om uiteindelijk toch aan de bel te trekken.

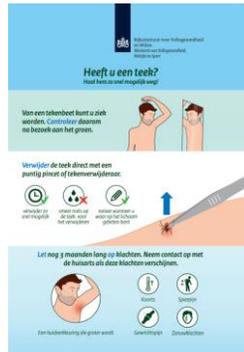
14. Onrealistisch optimisme: ik kom er zelf wel uit.

Een natuurlijke reflex is om geldzorgen in eerste instantie zelf aan te willen pakken. Door optimisme bias denkt men onrealistisch lang dat dit ook daadwerkelijk zal lukken.

Men ziet hierdoor niet in dat externe hulp noodzakelijk is.

Bijlage B.4: Toelichting en voorbeelden gedragstechnieken

Toelichting en voorbeelden gedragstechnieken (I)



Voorlichting

Kennis of begrip vergroten

Bv. door informatie over de gevolgen van het huidige gedrag te benoemen, feedback te geven op het huidige gedrag, prompts/cues in te bouwen waar mensen mee in aanraking kunnen komen.



Overtuiging

Communicatie inzetten om positieve of negatieve gevoelens op te wekken en aan te zetten tot actie.

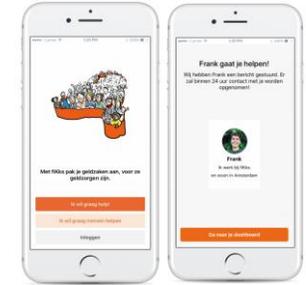
Bijvoorbeeld: een geloofwaardige bron inzetten, informatie geven over de gevolgen voor de sociale omgeving, emoties aanwakken, story telling.



Facilitering

Middelen geven en/of belemmeringen wegnemen om het gewenste gedrag makkelijker te maken (buiten training, voorlichting en aanpassen van de omgeving).

Bijvoorbeeld sociale steun geven, processen aanpassen, doelen of deadlines stellen, acties plannen, problemen wegnemen.



Training

Vaardigheden aanleren, scholing.

Bv. het gewenste gedrag voordoen, instructies geven, feedback geven op het gedrag, het gedrag oefenen of herhalen.

Toelichting en voorbeelden gedragstechnieken (II)



Aangepaste omgeving

De fysieke of sociale omgeving veranderen.

Bijvoorbeeld sociale steun geven, processen aanpassen, doelen of deadlines stellen, acties plannen, problemen wegnemen.



Modellering

Mensen een voorbeeld geven waarnaar ze kunnen streven of dat ze kunnen navolgen.

Bijvoorbeeld het gedrag demonstreren, bij voorkeur door een afzender die men vertrouwt of een rolmodel.



Beloning

Iemand iets positiefs geven of laten ervaren als hij of zij het gewenste gedrag vertoont.

Bv. geld, complimenten, privileges, punten. Maar ook erkenning, autonomie, zingeving (bv. iemand laten zien dat hij met het gewenste gedrag ook anderen kan helpen).



Beperking

Regels gebruiken om mensen gelegenheid te bieden het doelgedrag vaker te vertonen (of regels gebruiken om mensen minder gelegenheid te bieden om strijdig gedrag te vertonen).

Bv. richtlijnen opstellen, regels opstellen, wetgeving.

Toelichting en voorbeelden gedragstechnieken (III)



Dwang

Een straf, kosten of iets anders negatiefs verbinden aan het ongewenste gedrag, of die verwachting wekken.

Bijvoorbeeld een boete of schuldgevoel geven. Of negatieve feedback.