

Onderzoeksrapport

AFGELOST = OPGELOST

Hoe verlagen we
de drempel tot het
zoeken van contact?

Inhoudsopgave

Introductie van betrokken partijen	3
Managementsamenvatting	4
Aanleiding	6
Onderzoeksaanpak	8
Beschrijving deelnemers	9
Financiële situatie deelnemers	10
Onderzoeksuitkomsten	14
Aanleiding voor eerste contact	15
Barrières voor het opnemen van contact	16
Aangedragen oplossingen	19
Analyse en conclusies	24
Aanbevelingen	26
Vervolgstep: Opzet communicatiemiddelen op basis van onderzoeksuitkomsten	27
Voorbeelden van middelen	28
Referenties	31
Interviewers	31
Geïnterviewden bij gemeenten voor evaluatie	31



Stichting Kredietbank Nederland is een van de grootste landelijk werkende kredietbanken in Nederland. Zij verricht voor 125 gemeenten werkzaamheden op het gebied van schuldhulpverlening en/of kredietverlening. Daarnaast worden diensten aan werkgevers verleend die hun medewerkers willen ondersteunen bij financiële problemen. Kredietbank Nederland is statutair gevestigd in Leeuwarden en heeft daarnaast vestigingen in Heerenveen, Hoorn, Almere en Waalwijk. De 160 medewerkers houden zich bezig met sociale kredietverlening (saldo leningen is 22 miljoen euro), schuldhulpverlening, inkomensbeheer (6.000 klanten) en bewindvoering (1.000 klanten). Per 1 januari 2016 is de Kredietbank als eerste organisatie in Nederland begonnen met online schuldhulpverlening.



Wij zijn Syncasso. Wij zijn overtuigd van de onmisbare connectie tussen harde (data) en zachte criteria (communicatie en psychologisch onderzoek). Wij lopen daarom voorop met een nieuwe manier van incasseren op basis van bewezen effectieve incasso-aanpak. Een aanpak die niet over de hoofden van debiteurklanten heen gaat, maar juist iets in die hoofden verandert. Zo verbeteren wij de incassoscores van onze opdrachtgevers met objectieve onderbouwde methodes en slimme innovaties die we ontwikkelen in ons SyncassoLab. Dat is de belofte van Syncasso. We Cash. We Care.



De Rijksuniversiteit Groningen (1614) is een internationaal onderzoeks- en onderwijsinstituut van allure: een top 100-universiteit, gevestigd in het Noorden van Nederland. Ze is actief in de volle breedte van het wetenschappelijk spectrum. Geavanceerd onderzoek wordt vertaald naar goed onderwijs, waarin de focus ligt op talentontwikkeling en excellentie. De Rijksuniversiteit Groningen zet kennis en innovatie in voor een stabiele en duurzame samenleving. Een samenleving die zo snel mogelijk kan beschikken over de energie van de toekomst en waarin mensen in goede gezondheid leven en ouder worden.



Ministerie van Sociale Zaken en
Werkgelegenheid

Dit onderzoek is uitgevoerd in het kader van de subsidieregeling ter stimulering van activiteiten die een duurzame bijdrage leveren aan het tegengaan van armoede en schuldenproblematiek.

Managementsamenvatting

Mensen met problematische schulden wachten vaak lang voordat ze hulp zoeken om iets aan hun financiële problemen te doen. Hierdoor stapelen schulden zich op en wordt de schuldenproblematiek onnodig complex. Het zou daarom voor zowel schuldenaar, crediteur als hulpverlener beter zijn wanneer schuldenaren in een vroeger stadium actie zouden ondernemen. Dit onderzoeksproject van Syncasso, Kredietbank Nederland en Rijksuniversiteit Groningen, dat is uitgevoerd in het kader van de regeling ter stimulering van activiteiten die een duurzame bijdrage leveren aan het tegengaan van armoede en schuldenproblematiek, heeft als doel om in kaart te brengen waarom mensen met schulden relatief lang wachten om actie te ondernemen. Deze kennis wordt vervolgens gebruikt om communicatiemiddelen te ontwikkelen die schuldenaren kunnen stimuleren om eerder in actie te komen.

De basis van dit project vormt een serie van honderd diepte-interviews met huidige klanten van Kredietbank Nederland en Syncasso. De kern van deze interviews bestond uit vragen over barrières die deelnemers ervan hadden weerhouden om eerder contact op te nemen met Syncasso of Kredietbank Nederland en over de aanleiding van het uiteindelijke contact met een van deze organisaties. Uit deze interviews kwam een grote verscheidenheid aan barrières naar voren. Twee van deze barrières, een gevoel van schaamte en onderschatting van de eigen financiële situatie, werden door de grote meerderheid van de deelnemers min of meer expliciet genoemd. Deze twee primaire barrières lijken al vanaf het ontstaan van een schuldenprobleem een hindernis te vormen om actie te ondernemen. Vier andere secundaire barrières werden ook vaak genoemd, maar niet zo algemeen als de primaire barrières. Deze secundaire barrières, waaronder onrealistisch optimisme en negatieve informatie, lijken voornamelijk een rol te spelen wanneer schulden beginnen te escaleren.

De aanleiding voor contact met een van de organisaties was voor de meeste klanten een externe factor.

Deze externe factor nam twee vormen aan: aanmoediging van anderen om actie te ondernemen (zowel vrienden of familie als professionals) of verslechtering van de eigen situatie waardoor een schuldenaar zich zelf realiseerde dat actie onvermijdelijk was geworden.

Op basis van deze uitkomsten is een communicatietoolbox ontwikkeld om mensen met financiële problemen te stimuleren actie te ondernemen. Het centrale idee achter de middelen in deze toolbox is mensen stimuleren financiële problemen bespreekbaar te maken door de positieve gevolgen van de stap naar schuldhulpverlening duidelijk uit te dragen. Op deze manier haken de communicatiemiddelen in op meerdere in het onderzoek gevonden barrières en kunnen zij een bijdrage leveren aan het oplossen van dit belangrijke maatschappelijke probleem.

In dit rapport wordt het onderzoeksproject verder toegelicht en worden de onderzoeksuitkomsten weergegeven. Na de analyse van deze uitkomsten volgt een beschrijving van de communicatiemiddelen die op basis van het onderzoek zijn ontwikkeld.

“Mijn man heeft mij met een erg grote schuld achtergelaten. Ik heb drie jaar lang geprobeerd om het zelf op te lossen. En ik had hulp van maatschappelijk werk in verband met de gezinssituatie en die hebben toen tegen mij gezegd van, waarom ga je niet naar de Kredietbank. Ik zei, oh nee ik doe het zelf wel. Maar het lukte me niet en dus toen heb ik me toch aangemeld en daar ben ik heel blij om dat ik dat gedaan heb.”

Aanleiding

Consumentenschulden zijn een groot en groeiend probleem. Onderzoek van Panteia laat zien dat bijna een op de vijf Nederlandse gezinnen kampt met risicovolle of problematische schulden (Westhof, De Ruig & Kerckhaert, 2015).

Eerder onderzoek naar schuldenproblematiek in Nederland brengt de gevolgen van consumentenschulden duidelijk in beeld. Voor de schuldenaar zijn schulden een bron van stress en onzekerheid die zich kan vertalen in onder meer stress in relaties, gezondheidsproblemen, langduriger uitkeringsafhankelijkheid en een hoger ziekteverzuim op de werkvloer (Jungman, Lems, Vogelpoel, Van Beek en Wesdorp, 2014). De maatschappelijke impact van schulden is ook groot. Onderzoek van het Nibud laat zien dat een schuldsituatie die niet wordt opgelost de maatschappij ruim 100.000 euro per huishouden kost (Madern, 2014).

Naar de hoogte en oorsprong van deze schulden is veel uitgebreid onderzoek gedaan. Een van de meest opvallende bevindingen in deze studies is dat veel schuldenaren pas in actie lijken te komen op het moment dat het saldo van de schulden oploopt. Het jaarverslag van de Nederlandse vereniging voor schuldhulpverlening en sociaal bankieren (NVVK) laat zien dat schuldenaren die zich in 2015 meldden bij een aangesloten organisatie gemiddeld een schuld van €42.400 bij 14 crediteuren hebben (NVVK, 2015). Op het moment dat schulden zo zijn opgestapeld is de schuldenproblematiek vaak complex, complexer dan hij geweest was als schuldenaren eerder aan de bel hadden getrokken. Het zou daarom voor zowel schuldenaar, crediteur als hulpverlener beter zijn wanneer mensen met schulden in een vroeger stadium actie zouden ondernemen.

Het doel van dit onderzoeksproject is om inzicht te krijgen in de vraag waarom schuldenaren relatief lang wachten voordat zij actie ondernemen. Hiertoe worden barrières geïdentificeerd die schuldenaren ervan weerhouden om hulp te zoeken of te communiceren over hun financiële probleem. Op basis van deze barrières worden aanbevelingen gedaan aan instanties om het voor schuldenaren gemakkelijker te maken op een eerder moment actie te ondernemen.

Dit onderzoeksproject is opgezet door een ongewone combinatie van drie verschillende actoren: Syncasso, een gerechtsdeurwaarders- en incassobureau, Kredietbank Nederland, een schuldhulpverleningsinstelling, en de Rijksuniversiteit Groningen. De combinatie van een gerechtsdeurwaarders- en incassobureau en een schuldhulpverleningsinstelling betekent dat in dit project heel breed naar oorzaken en oplossingen voor escalerende consumenten-

schulden wordt gekeken. Het onderzoek richt zich niet op de specifieke doelgroep van een organisatie in de hoop die te activeren; het doel van het project is om over de volle breedte van de schuldenproblematiek in Nederland mensen te activeren en zo de gevolgen van problematische schulden zoveel mogelijk te beperken.

Om dit doel te bereiken is het project in twee delen ingedeeld. Dit rapport vormt de conclusie van het eerste deel dat bestaat uit een onderzoek naar de barrières die mensen met financiële problemen ervan weerhouden om actie te ondernemen deze problemen op te lossen. Op basis van de conclusies en aanbevelingen die uit dit onderzoek volgen wordt in het tweede deel een landelijke campagne opgezet om mensen met financiële problemen te stimuleren actie te ondernemen. Deze campagne is expliciet niet bedoeld als promotiecampagne van Syncasso en/of Kredietbank Nederland; de campagne heeft als doel mensen met financiële problemen te activeren, ongeacht de partij waarbij zij schulden hebben of de organisatie waarbij zij zullen aankloppen. De communicatiemiddelen die op basis van de onderzoeksuitkomsten zijn ontwikkeld worden in het laatste deel van dit rapport besproken.

Onderzoeksaanpak

Het onderzoeksproject beoogt drie doelstellingen:

1. Het inzichtelijk maken van de beperkingen en motieven van burgers met problematische schulden om contact op te nemen met een deurwaarders- of incasso-organisatie of schuldhulpverlening.
2. Het stimuleren van (vroegtijdig) contact tussen burgers met financiële problemen en deurwaarders- of incasso-organisaties en/of schuldhulpverlening door hiertoe passende middelen te ontwikkelen en deze te delen met deze organisaties.
3. Het stimuleren van de onderlinge samenwerking en kennisdeling van ketenpartners met als doel de drempel tot contact te verlagen.

Om de eerste doelstelling te verwezenlijken zijn 100 diepte-interviews uitgevoerd met klanten van Kredietbank Nederland en Syncasso. In deze interviews kwamen drie hoofdonderwerpen aan de orde:

- De **aanleiding** voor het eerste contact met Kredietbank Nederland of Syncasso.
- De **barrières** die dit contact op een eerder moment eventueel in de weg hebben gestaan.
- Eventuele **oplossingen** om deze barrières in de toekomst weg te nemen.

8

De drie onderdelen samen gaven een volledig beeld van aanleidingen voor schuldenaren om contact op te nemen met de relevante organisatie en de barrières die dit contact op een eerder moment in de weg hebben gestaan.

“Uiteindelijk doe ik iets niet goed, en moet iemand anders mij nu helpen. En dat geeft natuurlijk wel schaamte. Je moet je voorstellen dat ik op het werk te maken heb met budgetten van vele miljoenen euro’s. En ik heb mijn huishouden niet op orde, dus snap je een beetje hoe dat voor mij voelt. Dus dat was voor mij ook wel, ja een klap in het gezicht.”

Beschrijving deelnemers

Voor dit onderzoek zijn 100 mensen geïnterviewd; 59 klanten van Kredietbank Nederland en 41 klanten van Syncasso. 54 van de uitgenodigde deelnemers waren vrouw, 46 man. In vier gevallen werd een stel gezamenlijk geïnterviewd. De leeftijd van de deelnemers liep uiteen van 23 tot 69 jaar oud, waarbij het grootste deel van de deelnemers tussen de 35 en 55 jaar oud was.

Bij het aanschrijven van klanten van Kredietbank Nederland en Syncasso was het doel om deelnemers uit verschillende regio's en verschillende leeftijdscategorieën in de steekproef op te nemen. Om dit doel te bereiken schreef Kredietbank Nederland klanten aan in Leeuwarden, op het Friese platteland en in Noord-West Brabant en richtte Syncasso zich op klanten in de Randstad en in Flevoland. De keuze voor deze specifieke regio's was een pragmatische: dit zijn gebieden waar beide partijen veel klanten hebben. Kredietbank Nederland en Syncasso selecteerden allebei klanten uit drie verschillende leeftijdsgroepen (18-35, 35-55 en 55 jaar en ouder), waarbij in de middelste leeftijdscategorie zowel klanten met als zonder kinderen werden geselecteerd. Op deze manier werden zoveel mogelijk verschillende klanten in verschillende situaties voor de interviews aangeschreven.

Het aanschrijven van deelnemers gebeurde in eerste instantie via e-mail. In deze e-mail werd het doel van het onderzoek kort beschreven en werd uitgelegd dat het interview zowel op locatie (in vestigingen van Kredietbank Nederland/

Syncasso) als bij de potentiële deelnemer thuis afgenomen kon worden. Er werd een kleine beloning voor deelname (een cadeaubon van €15) in het vooruitzicht gesteld. Geselecteerde klanten van de Kredietbank reageerden vaak en snel op de e-mail; het selecteren van zestig klanten volgens de hierboven beschreven criteria kostte relatief weinig moeite. Bij Syncasso lag dit anders: klanten van Syncasso reageerden veel minder vaak, waardoor het veel tijd en moeite kostte om een groep deelnemers uit dit bestand te halen (een laag responspercentage wordt ook in ander onderzoek met schuldenaren beschreven; zie bijvoorbeeld Mewse, Lea, & Wrapson, 2010). Omdat het veel moeite kostte om klanten van Syncasso bereid te vinden om deel te nemen aan een interview op locatie of bij hen thuis, is een aantal interviews telefonisch afgenomen. Voor deze telefonische interviews werden klanten geworven die zelf contact hadden opgenomen met Syncasso; de medewerker van Syncasso die het gesprek voerde vroeg aan het einde van een gesprek of de klant aan het onderzoek mee zou willen doen. In totaal deden dertig klanten van Syncasso op deze manier mee aan dit onderzoek.

Het verschil in bereidheid om deel te nemen tussen klanten van Kredietbank Nederland en Syncasso kan (deels) worden verklaard door de aard van de relatie die klanten met beide organisaties hebben. Een klant zoekt zelf contact met Kredietbank Nederland en bouwt, als hij of zij in een aangeboden traject wordt opgenomen, een relatie op met de organisatie. Syncasso neemt ongeraagd contact op met een klant die daar over het algemeen zelf niet op zit te wachten. Hierdoor is de kans groter dat klanten bereid zijn iets extra's voor Kredietbank Nederland te doen dan voor Syncasso. Daarnaast kan meespelen dat de cadeaubon die deelnemers als beloning in het vooruitzicht werd gesteld meer aantrekkingskracht had op mensen in een schuldhulpverleningstraject dan voor anderen.

Op opleidingsniveau werd niet expliciet geselecteerd. Onder de deelnemers waarvan het opleidingsniveau te achterhalen is (omdat ze dat zelf noemden in het interview of omdat het vooraf bekend was) bevinden zich zowel hogers als lageropgeleiden, waarbij de lageropgeleiden een meerderheid vormen. Een oververtegenwoordiging van lageropgeleiden is in lijn met het beeld van de populatie schuldenaren dat in eerder onderzoek geschetst wordt (zie bijvoorbeeld Aarts & collega's, 2011).

De deelnemers aan de interviews zijn bekend bij Kredietbank Nederland of Syncasso en waren door hen benaderd voor een interview. Dit betekent in de praktijk dat de interviewdeelnemers mensen zijn die zelf op een eerder moment op een of andere wijze contact hebben opgenomen met een van beide organisaties. Voor het onderzoek betekent dit dat de deelnemers mensen zijn die actie hebben ondernomen om iets aan hun financiële probleem te doen. Hiermee vormen de deelnemers dus geen perfecte representatie van de doelgroep waar het project zich op richt; het zijn de mensen die al actie hebben ondernomen, niet de mensen die dit niet hebben gedaan. Aan de ene kant kan dit verschil tussen steekproef en populatie tot een vertekening van de resultaten leiden omdat de deelnemers aan de interviews mogelijk andere antwoorden geven dan mensen met financiële problemen zouden doen die nog geen actie hebben ondernomen. Aan de andere kant biedt het feit dat deze mensen actie hebben ondernomen ook mogelijkheden: zij kunnen reflecteren op de verschillende factoren die hun beslissing om actie te ondernemen hebben beïnvloed en

aangeven in hoeverre verschillende mogelijke interventies deze beslissing zouden hebben beïnvloed.

Financiële situatie deelnemers

Het in kaart brengen van de achtergrond en grootte van het schuldenprobleem was geen hoofddoel van dit onderzoek. Om een volledig beeld van de deelnemers te geven volgt hieronder de belangrijkste beschikbare informatie.

Uit de interviews komen verschillende redenen voor financiële problemen naar voren. De meestgenoemde redenen zijn life events (o.m. scheiding, ziekte, arbeidsongeschiktheid, en overlijden van partner), de gevolgen van een inkomensterugval en een te hoog uitgavenpatroon. Dit beeld is in overeenstemming met eerder onderzoek (zie bijvoorbeeld Westhof, De Ruig & Kerckhaert, 2015). Het aantal gevallen waarin life events een rol speelt is vergeleken met ander onderzoek relatief hoog; dit kan een gevolg zijn van de onderzoeksmethode waarbij schuldenaren vooraf gevraagd werd of zij bereid waren om in detail over hun (omgang met) financiële problemen te praten. Voor mensen die een duidelijke externe oorzaak kunnen aanwijzen voor hun problemen is deze drempel mogelijk minder hoog dan voor mensen die dit niet kunnen.

Bijna alle deelnemers hadden te maken met meerdere schulden bij verschillende crediteuren. Van klanten van Kredietbank Nederland ligt dat in de lijn der verwachting – het is in overeenstemming met de cijfers uit het jaarboek van de NVVK - maar ook bij de klanten van Syncasso heeft het overgrote deel meerdere schulden, meerdere crediteuren, en in veel gevallen ook ervaring met meerdere incasso- en/of gerechtsdeurwaardersbureaus. Een behoorlijk deel van de klanten van Syncasso bleek ook huidig of voormalig klant van een schuldhulpverleningsorganisatie; hiermee vervaagt het onderscheid tussen klanten van Syncasso en Kredietbank Nederland enigszins. De relatieve aantrekkelijkheid van de cadeaubon als beloning voor mensen die in een schuldhulpverleningstraject zitten zou voor deze oververtegenwoordiging van mensen met relatief complexe schuldenproblematiek onder de klanten van Syncasso gezorgd kunnen hebben.

“Nee. Naar mijn familie, maar een paar vrienden weten het wel, maar verder heb ik het daar liever niet over. De meeste weten al dat ik geen werk heb. Dus om dat dan ook nog te vermelden. Ook al is het niet een megaschuld maar je voelt toch wel een beetje schaamte naar de buiten wereld. Beetje gefaald. Ook omdat ik goede banen heb gehad, en toen had ik het ook heel erg goed. En nu heb ik gewoon weer mijn meubels van mijn studententijd.”



AFGELOST = OPGELOST



“Ja, post durfde ik niet meer open te maken. Dat deed ik niet meer. Ik legde alles zo in de kast. Zo raakte ik het overzicht helemaal kwijt. [..] Toen iemand van maatschappelijk werk kwam kijken naar mijn financiën had ik geen idee hoe het ervoor stond”

Onderzoeksuitkomsten

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste uitkomsten van de interviews beschreven. Er is relatief veel overlap gevonden tussen de antwoorden van klanten van Kredietbank Nederland en Syncasso.

Daarom is ervoor gekozen om ieder onderwerp in een keer voor beide organisaties te bespreken.

Wanneer een quote van een deelnemer specifiek relevant is voor ofwel Kredietbank Nederland (en/of schuldhulpverleningsinstanties in het algemeen) ofwel Syncasso (en/of incasso- en gerechtsdeurwaarderskantoren in het algemeen) dan wordt dat bij de quote aangegeven.

Aanleiding voor eerste contact

De meest genoemde redenen waarom klanten contact opnamen met Kredietbank Nederland of Syncasso zijn:

- Ervaren noodzaak, het gevoel dat er geen andere optie meer is.
- Aanmoediging van buitenaf, zowel van professionals als van sociale omgeving.

Ervaren noodzaak

De meest genoemde aanleiding voor contact is een variant op 'ik had geen andere optie.' Deelnemers die contact opnamen met Syncasso of Kredietbank Nederland hadden vaak het gevoel met de rug tegen de muur te staan en geen andere keuze meer te hebben. Wanneer werd doorgevraagd op de reden waarom mensen het gevoel hadden dat ze geen andere keuze hadden dan contact op te nemen kwamen verschillende specifieke situaties vaak terug. Hierbij werd vaak verwezen naar de dreiging van concrete negatieve consequenties zoals beslaglegging of huisuitzetting en naar verantwoordelijkheid voor gezinsleden.

Een vrouw van middelbare leeftijd gaf bijvoorbeeld het volgende antwoord op de vraag waarom ze contact opnam met Kredietbank Nederland:

"Vanwege schulden uit een vorige relatie. Ik kwam alleen te staan ja en dan nog met een eigen kindje kan je het niet redden natuurlijk als je al schulden hebt. [...] Ja eigenlijk door de breuk kwamen de schulden. Want ja je bent gewend aan een bepaald inkomen. En als je dan alleen staat heb je dat natuurlijk niet. En ik heb natuurlijk twee kinderen, dus ja, ik moest iets doen.."

Een jonge vrouw verwees expliciet naar dreigende huisuitzetting als reden om contact op te nemen met een Wijkteam, dat haar vervolgens naar Kredietbank Nederland doorverwees:

"Ik kon ook op een gegeven moment mijn huur niet betalen omdat de belasting beslag legt op al mijn inkomen op mijn bankrekening. En daar volgde eigenlijk uit dat ik uit huis gezet zou worden, en toen heb ik dus het wijkteam ingeschakeld. [...] Toen is het al een beetje gaan rollen."

Dezelfde vrouw vulde aan dat huisuitzetting vooral beangstigend was omdat ze twee jonge kinderen heeft. Op de vraag hoe ze bij Kredietbank Nederland uitkwam antwoordde ze:

"Uh, het wijkteam en dat gewoon het water je aan je lippen stond, ik heb twee kinderen thuis. En die dreigden gewoon op straat gezet te worden, dat is zo beangstigend, dat je helemaal niet meer kunt functioneren dus, uh ja dan uh moet je gewoon hulp gaan zoeken, ook al is die drempel heel hoog"

Ook voor een andere vrouw van middelbare leeftijd was de verantwoordelijkheid voor anderen een belangrijke reden om contact te zoeken. Een nieuwe relatie was reden om te proberen de eigen financiële problemen op te lossen:

"De relatie tussen ons. Dat gaat op een gegeven moment serieus worden en dan ga je beseffen van wil jij je nieuwe relatie in jouw schulden hebben. Ik bedoel het is niet de bedoeling dat hij keihard moet werken om mijn verleden weg te poetsen."

Een jonge alleenstaande man gaf aan dat de dreiging van beslaglegging de belangrijkste reden was om contact op te nemen met Kredietbank Nederland:

"Wat de reden was? Op een gegeven moet je wel, dus ja.. Ik kreeg allemaal dreigementen van incassobureaus. Beslaglegging, executoriaal beslaglegging, dat soort dingen. Dus om dat te voorkomen, misschien dacht ik bij mezelf van oké, misschien heeft de Kredietbank wel iets te bieden."

Bij een groot deel van de geïnterviewden kwam een ervaren noodzaak om contact op te nemen in een of andere vorm voorbij als de reden om actie te ondernemen. Klanten van Syncasso die de noodzaak voelden om actie te ondernemen namen meestal zelf direct contact op met Syncasso, terwijl de meeste klanten van Kredietbank Nederland een tussenstap maakten via een professionele instantie die hen doorverwees (bijvoorbeeld een wijkteam of een gemeenteloket).

Aanmoediging van buitenaf

Voor een deel van de interviewdeelnemers was niet de ervaren noodzaak om actie te ondernemen, maar aanmoediging door anderen de reden om actie te ondernemen. Sommigen werden aangemoedigd om contact op te nemen voordat zij zelf het punt hadden bereikt dat ze actie noodzakelijk vonden, terwijl anderen een extra aanmoediging nodig hadden om de zelf geconstateerde noodzaak in actie te komen in de praktijk te brengen. Deze aanmoediging kwam voor sommigen van familie, vrienden of bekenden die de deelnemer aanraadden hulp te zoeken. Bij anderen werden door professionele partijen zoals gemeentelijk maatschappelijk werk of een wijkteam financiële problemen geconstateerd waarna deze partijen hen aanmoedigden actie te ondernemen om deze problemen op te lossen.

Deze man van middelbare leeftijd had aanmoediging van familie nodig om de stap naar Kredietbank Nederland te zetten:

"[...] En toen heb ik met mijn broer gesproken en die zegt, nou, dan moeten we gewoon een afspraak maken met de Kredietbank, om aan je herstel of wederopbouw te gaan werken. En ja daar zit ik nu middenin. [...] Ik moet heel eerlijk zeggen, het is dat mijn broer bereid was om mij onderdak te verlenen, anders was dat waarschijnlijk niet gebeurd. Dus eh, ja, kijk, het is toch een hele grote stap om naar een Kredietbank te stappen en te zeggen, hallo jongens, ik heb hulp nodig."

Een oudere vrouw kreeg iemand van gemeentelijk maatschappelijk werk aan de deur in verband met een huurschuld. Haar echtgenoot had ook met deze aanmoediging nog moeite om de stap naar schuldhulpverlening te zetten:

"Er kwam iemand van de gemeente op de stoep om aan te geven dat ze bericht van ons hadden, om te vragen of dat wij misschien hulp nodig hadden, want ze hadden begrepen dat wij schulden hebben. Nou nee, zei mijn man in eerste instantie, want dat kunnen we zelf wel oplossen. En toen ben ik met hem gaan praten en ik zei, het gaat niet meer, we komen er zo niet meer uit. En toen zei hij de volgende dag, we gaan het doen, bel ze maar op. Toen heb ik meteen gebeld, ze zijn diezelfde dag nog gekomen, maatschappelijk werk was dat van de gemeente, en nog iemand, in ieder geval 2-3 personen, inclusief een persoon van de Kredietbank."

Barrières voor het opnemen van contact

De meest genoemde barrières voor het opnemen van contact met Kredietbank Nederland en Syncasso zijn:

- Schaamte voor eigen situatie
- Onrealistisch optimisme
- Gebrek aan ervaren controle
- Ontkennen van eigen financieel probleem
- Onderschatting eigen financieel probleem
- Negatieve informatie

De barrière die veruit het vaakst spontaan genoemd werd door deelnemers was **een gevoel van schaamte**. Veel deelnemers beschreven het zoeken van hulp bij financiële problemen als een vorm van falen. Een kleine groep vormde hierop een uitzondering – deze groep beschreef de eigen situatie ofwel in strikt rationele termen, ofwel schaamde zich niet omdat ze in hun omgeving meer mensen met schulden kenden.

Een oudere man beschreef de schaamte die hij voelde voor zijn financiële problemen als volgt:

"Uiteindelijk doe ik iets niet goed, en moet iemand anders mij nu helpen. En dat geeft natuurlijk wel schaamte. Je moet je voorstellen dat ik op het werk te maken heb met budgetten van vele miljoenen euro's. En ik heb mijn huishouden niet op orde, dus snap je een beetje hoe dat voor mij voelt. Dus dat was voor mij ook wel, ja een klap in het gezicht."

Schaamte over de eigen situatie komt ook duidelijk naar voren in de beschrijving van de volgende situatie, waarin een vrouw die al een intakegesprek bij de Kredietbank heeft gehad dit niet aan een vriend in dezelfde situatie durfde te vertellen:

“Toen zei hij tegen mij, ga jij niet naar de KB? Nee, zei ik, dat doe ik niet. Waarom niet? Nee, ik zei ik regel het zelf wel. Ik ga niet naar de KB. En mijn moeder was erbij en later toen hij wegging zei mijn moeder, waarom vertel je het niet? Nee, ik zei ik durf het niet. Ze zei daar hoef je je toch niet voor te schamen. Nee, maar ik durf het niet.”

De angst om het te vertellen bleek ongegrond:

“Toen ben ik toch de volgende dag naar hem toe gegaan, met een brief. Ik zei ik moet je toch wat vertellen. Ik zei ik heb me aangemeld bij de KB. Hij zegt, wat ben ik trots op je. Nou toen was het klaar.”

Een jonge vrouw gaf het volgende antwoord op de vraag of zij open is over haar klant-zijn bij de Kredietbank:

“Nee. Naar mijn familie, maar een paar vrienden weten het wel, maar verder heb ik het daar liever niet over. De meeste weten al dat ik geen werk heb. Dus om dat dan ook nog te vermelden. Ook al is het niet een megaschuld maar je voelt toch wel een beetje schaamte naar de buitenwereld. Beetje gefaald. Ook omdat ik goede banen heb gehad, en toen had ik het ook heel erg goed. En nu heb ik gewoon weer mijn meubels van mijn studententijd.”

De schaamte kan weggaan als je eenmaal de stap hebt gezet naar hulpverlening:

“Ja, ik maak er ook absoluut geen geheim van dat ik in schuldsanering zit, als mensen mij ernaar vragen dan zeg ik het ook. Ik vind niet dat het iets is om je te schamen. Het is iets wat je helpt om weer opnieuw te gaan beginnen. Ja, tuurlijk [schaam je je eerst voor de situatie], want je moet het uit handen geven. Je bent volwassen, maar je moet het eigenlijk aan iemand anders uit handen geven omdat je zelf gefaald hebt.”

De beschrijving van de volgende jonge vrouw laat duidelijk zien hoe schaamte voor je situatie tot escalatie van schuldenproblemen kan leiden. Het beeld van iemand die zich schaamt voor financiële problemen, ze niet wil delen met anderen en zo in een isolement raakt komt in veel

interviews met klanten van zowel Syncasso als Kredietbank Nederland naar voren.

“Ja precies, dat bedoel ik, ik weet wel dat dingen eerder had moeten aanpakken en dat er ook een stukje schuld bij mijzelf ligt, maar je raakt gewoon in een neerwaartse spiraal en dan zie je het gewoon niet meer. Je leeft gewoon echt van dag tot dag. Je durft de brievenbus niet meer open te maken, als er aangebeld wordt ga je kijken om het hoekje wie er voor de deur staat te bellen, want straks staat er weer een deurwaarder voor de deur. Dus ja je bent gewoon helemaal geïsoleerd van de buitenwereld, je sluit je eigenlijk op op een eilandje.”

Andere veelgenoemde barrières zijn hieraan gerelateerd. Een barrière die in veel interviews terugkomt is **onrealistisch optimisme** over de eigen situatie. Deelnemers geven aan dat ze te lang het idee hebben gehad dat de financiële problemen wel over zullen gaan en dat ze het wel zullen redden, terwijl ze terugkijkend duidelijk zien dat ze eerder hulp hadden moeten zoeken. In deze barrière zit schaamte voor een deel verweven; bij doorvragen komt meestal naar voren dat de reden waarom mensen hun problemen zo graag zelf willen oplossen is dat ze het liever niet met anderen over deze problemen willen hebben.

“Mijn man heeft mij met een erg grote schuld achtergelaten. Ik heb drie jaar lang geprobeerd om het zelf op te lossen. En ik had hulp van maatschappelijk werk in verband met de gezinssituatie en die hebben toen tegen mij gezegd van, waarom ga je niet naar de Kredietbank. Ik zei, oh nee, ik doe het zelf wel. Maar het lukte me niet en dus toen heb ik me toch aangemeld en ik ben er heel blij om dat ik dat gedaan heb.”

Een **gebrek aan controle** over de eigen financiële situatie wordt ook vaak genoemd door deelnemers als barrière om in actie te komen. In de interviews kwam geregeld naar voren dat deelnemers niet goed wisten welke schulden ze bij welk incassobureau hadden en met wie ze contact zouden moeten opnemen om iets te regelen. Dit is opnieuw een voorbeeld van een barrière die het gevolg is van eerdere barrières: schuldenaren hebben op een eerder moment geen actie ondernomen, waardoor financiële problemen groter zijn geworden en de stap naar het ondernemen van actie steeds groter wordt. Dit proces past in het eerder beschreven patroon van schulden die steeds verder escaleren tot de schuldenaar uiteindelijk zelf concludeert dat het zo niet langer kan of tot een buitenstaan-

der de schuldenaar aanmoedigt om iets aan de situatie te doen.

Een man van middelbare leeftijd beschreef het steeds kleiner wordende gevoel van controle over de eigen financiën als volgt:

“Op het moment dat je de eerste [betalings] problemen krijgt dan werkt dat natuurlijk mee in je stresslevel. Je wordt op een gegeven moment minder scherp, je ziet dingen niet meer. Je raakt energie kwijt, daardoor wordt je nog minder scherp, ga je post missen. Nou ja goed, zo werkt het door.”

Deze beschrijving past uitstekend bij wetenschappelijke literatuur over het effect van schaarste op het functioneren van mensen (Mullainathan & Shafir, 2013). Uit het interview blijkt dat een gebrek aan geld in het geval van deze man tot een vernauwde focus op het betalen van enkele openstaande betalingen leidde, waardoor hij andere rekeningen en aanmaningen begon te missen. Hierdoor escaleerden zijn financiële problemen.

Ook anderen gaven aan dat een gebrek aan ervaren controle ertoe leidde dat zij hun financiële problemen niet zelf aanpakten. Een jonge vrouw beschreef dit als volgt:

“Ja, post durfde ik niet meer open te maken. Dat deed ik niet meer. Ik legde alles zo in de kast. Zo raakte ik het overzicht helemaal kwijt. [...] Toen iemand van maatschappelijk werk kwam kijken naar mijn financiën had ik geen idee hoe het ervoor stond”

Een soortgelijke situatie werd beschreven door een oudere vrouw. Zij gaf expliciet aan dat het gebrek aan overzicht het gevolg was van de ‘oplossing’ die zij voor haar financiële problemen had gekozen: Het ontkennen van deze problemen.

“Nou ja, ze kunnen wel brieven sturen maar die maak ik toch niet open. Ik heb een hekel aan bellen. [...] Ja, ik ontvang liever brieven, die kan ik ontwijken. Een brief, huppettee, die kan mooi in het laatje. Zo dacht ik toen.”

Maar terugkijkend geeft mevrouw aan dat het beter was geweest als ze eerder was aangemoedigd of gedwongen tot contact:

“Ik denk dat het beter is dat je erheen gaat of dat iemand bij je komt praten, van wat kunnen we hieraan doen. Hoe kunnen we hier een oplossing voor vinden. Want ja, de bedragen

worden alleen maar hoger, want er komen steeds meer kosten bij.”

Deze mevrouw gaf eerlijk aan dat ze **het probleem ontkende** en hoopte dat het simpelweg weg zou gaan. Andere deelnemers gaven minder expliciet soortgelijke redenen voor hun gedrag: zij gaven aan dat ze lang het probleem van een betalingsachterstand onderschat hadden. Ze waren ervanuit gegaan dat het wel mee zou vallen. Hiermee is **onderschatting van het eigen financiële probleem** ook een barrière die mensen ervan weerhoudt om actie te ondernemen.

Een laatste barrière die genoemd werd was de onzekerheid over de mogelijke gevolgen van contact met een incassobureau of schuldhulpverleningsorganisatie. Veel deelnemers kenden **negatieve verhalen** over incassobureaus en gerechtsdeurwaarders, maar ook over schuldhulpverleningsinstellingen.

Een klant van Syncasso drukt deze barrière op een positieve manier uit:

“Dus dat vind ik echt een pluspunt maar ook gewoon de communicatie die dus bevestigt van, nu het contact met Syncasso kan opnemen dat kan via diverse mogelijkheden, e-mail, telefoon, live-chat noem maar op. Maar dat is allemaal heel erg betrokken en professioneel, absoluut. Dat is anders dan bij andere incassobureaus, ik had het zo niet verwacht. Dat is niet wat je om je heen hoort.”

Een klant van Kredietbank Nederland was op internet gaan zoeken naar informatie over de organisatie en kwam daarbij negatieve informatie tegen:

“Uh, nou in eerste instantie kwam ik dus de Kredietbank tegen en daar stonden heel veel negatieve reacties.” [...] “Echt over moeders die hun geld niet hadden gekregen terwijl het kerst was en ze konden geen cadeaus kopen en echt allemaal van dat soort berichten. Maar ik denk ja, ik weet niet wat ik daar van moet geloven, dus er is vast ook een andere kant van het verhaal dus toen ben ik gaan informeren. Ik heb een paar keer gebeld, om te informeren hoe het nou precies in zijn werk ging, en uiteindelijk heb ik dus een gesprek gekregen en daar is alles in besproken. En ik dacht ik kan er ook altijd mee stoppen dus. Probeer het gewoon.”

Een barrière die specifiek naar voren kwam voor schuldhulpverleningsinstellingen is het negatieve beeld dat bestaat van de hulpverlening en de doelgroep van deze instellingen. Veel deelne-

mers gaven aan getwijfeld te hebben of zij wel bij de doelgroep van Kredietbank Nederland horen, 'want dat zijn toch mensen waar het echt slecht mee gaat?' Dit beeld van een doelgroep die het slechter heeft dan de deelnemer lijkt ook weer voor een deel voort te komen uit schaamte voor de eigen situatie; bij doorvragen blijkt vaak dat deelnemers niet bij de doelgroep willen horen, ze vinden het moeilijk om te accepteren dat hun financiële problemen groot genoeg zijn om hulp te zoeken.

De moeite die het kost om te accepteren dat je bij een groep mensen hoort die hulp nodig heeft wordt als volgt verwoord door een jonge vrouw:

"[...] ik loop ook bij de voedselbank, en dat heeft mij ook heel veel moeite gekost om daar heen te gaan, want ik vind dat ik daar gewoon geen recht op heb terwijl ik daar wel recht op heb, maar dat gevoel blijft, dat je daar geen recht op hebt. Ik denk dan, ik werk wel, maar ja ik werk om mijn schulden af te betalen. En toch voel je, je er niet lekker bij dat je daar zit. Ik ben daar heel erg blij mee, kan het ook goed gebruiken maar dat geeft toch weer ook een stukje schaamte."

Aangedragen oplossingen

De oplossingen die worden aangedragen door klanten van Kredietbank Nederland verschillen duidelijk van de oplossingen van klanten van Syncasso. De aangedragen oplossingen voor het wegnemen van barrières om contact op te nemen worden daarom per organisatie apart besproken.

Kredietbank Nederland

- Actief aanbieden van dienstverlening
- Bijsturen negatief imago

Syncasso

- Aanpassen toon communicatie
- Verbeteren informatievoorziening
- Belonen van positief gedrag klant

Genoemd bij zowel Kredietbank Nederland als Syncasso:

- Bespreekbaar maken van financiële problemen

Bij de bespreking van mogelijke oplossingen voor barrières om contact op te nemen met een schuldhulpverleningsinstelling komen twee hoofdrichtingen naar voren. In de eerste plaats vragen veel deelnemers om het actiever aanbieden van de dienstverlening van deze instellingen. Een belangrijk deel van de deelnemers

is klant geworden nadat zij door anderen op de mogelijkheden van de Kredietbank werden gewezen; de meesten van hen geven aan dat zij eerder naar de Kredietbank waren gestapt als dit in een vroeger stadium was gebeurd. Zij betreuren achteraf dat dit niet eerder gebeurd is, omdat hun financiële problemen dan beperkter waren gebleven.

"Ik denk dat iemand dat tegen mij had moeten zeggen van je moet dat gewoon doen. Dat je je daar niet voor hoeft te schamen of dat je juist hulp mag invoeren, maar ja zo ben ik niet opgevoed."

Verschillende deelnemers gaven aan dat ketenpartners ook meer zouden kunnen doen om problemen op tijd te herkennen en mensen door te sturen naar schuldhulpverlening:

"Nou op het moment dat je dus een uitkering krijgt, ik vind eigenlijk dat op het moment dat je dan een uitkering hebt en je krijgt herinnering na herinnering dat er dan een belletje zou moeten gaan bij de instanties van daar gaat iets niet goed. Ze moeten gewoon contact met je opnemen, als jij een uitkering krijgt dan moet de gemeente al met je gaan rekenen van dit kan je betalen en anders kom je in de problemen. [...] Voordat je in de schulden omkomt."

"Nou ik heb het wel bij de huisarts aangekaart, he dat ik problemen had en ja die begon dan over de sociale verpleegkundige die dan bij hen op de praktijk zat en daar heb ik ook wel gepraat. Maar die praat alleen maar over je gevoelens en niet over de situatie. Ze zei niet goh je kan daar of daar terecht. Dus dat vind ik wel heel jammer dat dat daar niet opgepakt werd."

De waarde van het actief aanbieden van hulp wordt door een van de deelnemers als volgt omschreven:

"En een buitenstaander, die staat er verder af, die heeft die emoties niet en die kan ook zeggen van nou als je het nou van deze kant bekijkt, of bekijk het van die kant, die hebben vaak een heel ander licht er op. Want ik merk gewoon mijn moeder en mijn zus die kiezen partij voor mij wat er ook gebeurd is en dat is toch anders dan iemand die er buiten staat, [...] die kan het net even iets anders benaderen waardoor jij denkt van o ja ik moet uit het negatieve weg, ik moet uit het boze weg. Ik moet het van een positieve kant bekijken. En dat heb je met familie niet, want familie steunt elkaar, en ja op een of ander manier denk je dan toch dezelfde richting op."

Bespreken met een hulpverlener die zelf langskomt kan ook helpen om schaamte weg te nemen:

“Ja precies en zij kunnen dan ook weer helpen om dat toch weer met je familie bijvoorbeeld bespreekbaar te maken he, want vaak is de angst erger dan het eigenlijk te doen maar zij kunnen je motiveren om er toch over te praten. Ik merkte gewoon dat het je wel oplucht als je erover praat.”

Een tweede richting waarin oplossingen worden aangedragen is het **bijsturen van het imago** van Kredietbank Nederland en van schuldhulpverlening in het algemeen. Onder dit brede thema worden enkele specifieke aspecten van het beeld van schuldhulpverlening genoemd die veranderd zouden kunnen worden. Deze zijn: duidelijkheid over de activiteiten en mogelijkheden van schuldhulpverlening (komt niet overeen met praatjes in de kroeg), laten zien dat de doelgroep breder is dan alleen mensen die het echt heel slecht hebben, en maak duidelijk dat de stap om in contact te komen met de Kredietbank duidelijk positieve consequenties kan hebben.

Daarnaast benoemden verschillende deelnemers ook de rol die ervaringsdeskundigen kunnen hebben om het zoeken van hulp te stimuleren bij mensen met financiële problemen. Verschillende mensen gaven in interviews aan dat zij schuldhulpverlening actief aanraden in hun omgeving nu ze zelf ervaren hebben dat de stap naar Kredietbank Nederland hun situatie heeft verbeterd. Zij geloven dat informatie van ervaringsdeskundigen hen had kunnen helpen om eerder hulp te zoeken en proberen de rol van ervaringsdeskundige nu zelf op zich te nemen.

Een vrouw van middelbare leeftijd geeft bijvoorbeeld aan:

“Ik merk dat ik nu veel meer oplet op mensen om mij heen. Een vriendin van mij bijvoorbeeld, zij had nooit geld, altijd sappelen. Ik heb haar verteld dat ik bij de Kredietbank loop en hoe dat mij en mijn zoontje helpt. Zij wilde eerst niet, maar na een paar keer is ze met me mee gegaan naar een intake en nu is ze heel blij dat ze dat gedaan heeft, de stress die ze al jaren had is weg.”

Klanten van Syncasso noemen vaak het **aanpassen van de toon** van de communicatie van Syncasso als mogelijke oplossing. Deelnemers gaven aan dat ze de communicatie van Syncasso

(en incassobureaus in het algemeen) dreigend vinden en moeilijk kunnen begrijpen. In de suggestie om de communicatie minder dreigend te maken zit een paradox, omdat een deel van deze deelnemers pas actie ondernam op het moment dat ze het gevoel hadden met de rug tegen de muur te staan. Toch benoemen veel mensen expliciet de toon van de communicatie als een van de redenen waarom zij niet op een eerder moment contact opnamen met Syncasso.

“Dat zou wel helpen ja, maar ze komen zo dreigend over, er wordt gewoon gezegd we halen alles bij je weg. En dan denk ik van dan kijk je wat je in huis hebt staan. Nou als het een paar honderd euro oplevert als iemand dat moet opkopen dan moet je blij zijn. En dan word je zo daardoor bedreigd en dan denk ik, ja ze kunnen daar beter naar kijken naar een oplossing dan in zo een dreigement uitvoeren want je slaat helemaal op slot je weet gewoon niet meer wat je moet doen.”

Een andere oplossing die wordt aangedragen heeft ook met **informatievoorziening** te maken. Deelnemers gaven aan dat hun (vaak negatieve) verwachtingen van de houding van een deurwaarder/incassobureau in de praktijk niet altijd kloppen. Veel deelnemers verwachtten dat een incassobureau alleen op betalingen stuurt, terwijl er in de praktijk vaak meer mogelijk is. Deelnemers geven aan dat zij eerder contact hadden opgenomen als ze dit hadden geweten.

“Ja, nou ik bedoel meer informatie verschaffen in de zin van situatieverduidelijking. Dus het Incassobureau heeft er baat bij om het contact heel laagdrempelig te maken dus gewoon te zeggen van, zoals u zei van als er vragen zijn bel eens een keer. En eigenlijk die situatie heel duidelijk te maken van voor ons ziet het er op dit moment zo uit, dit kunt u van ons verwachten, dit verwachten wij van u, mochten er vragen zijn, mocht u dingen willen delen bel dan gewoon eens een keer.”

Een laatste potentiële oplossing gaat ook over de toon van de communicatie van een incassobureau. Deelnemers geven aan dat het zou helpen als een schuldenaar **beloond** zou worden voor gezette positieve stappen, bijvoorbeeld door bij betalingen een ontvangstbevestiging te sturen en bij volledige afbetaling een bedankje. Dit is geen oplossing gericht op het eerste contact tussen een debiteur en een incassobureau, maar een suggestie om het imago van incassobureaus te verbeteren, wat op langere termijn kan leiden tot een verlaging van de drempels om contact op te nemen.

Een laatste suggestie die door zowel klanten van Syncasso als van Kredietbank Nederland gedaan wordt is het **bespreekbaar maken** van financiële problemen. Dat is een heel brede suggestie, maar concreet komt de aangedragen oplossing er op neer dat het breedgedeelde idee dat financiële problemen iets zijn waar je je voor moet schamen moet worden weggenomen. Uit veel interviews komt het beeld naar voren van mensen die zichzelf isoleren om te vermijden dat anderen achter hun financiële problemen komen; dit proces zou minder vaak voorkomen als schuldenaren zich vrijer voelen om over hun situatie te praten.

Een jonge man beschrijft het belang van het bespreekbaar maken van financiële problemen als volgt:

“Ja, dat is belangrijk. Bespreekbaar maken, er kan altijd iets gebeuren in je leven, waardoor je in de shit raakt, in de schulden raakt om het zo even te zeggen. [...] Je bent niet de enige met dit probleem. Op een of andere manier bekend maken van he, als je met iets zit, dat geldt eigenlijk voor alle verschillende problemen, maak het bespreekbaar. Je hebt nu die reclame van huislijk geweld. Nou dat is ook zoiets waar mensen niet zomaar over praten. Wat iemand nou in zijn leven doen en laat, mensen in de schulden die kwijnen vaak helemaal weg. Ze moeten weten dat ze het kunnen bespreken”

“Wat de reden was? Op een gegeven moet je wel, dus ja.. Ik kreeg allemaal dreigementen van incassobureaus. Beslaglegging, executoriaal beslaglegging, dat soort dingen. Dus om dat te voorkomen, misschien dacht ik bij mezelf van oké, misschien heeft de Kredietbank wel iets te bieden.”



AFGELOST = OPGELOST



“Ja ik maak er ook absoluut geen geheim van dat ik in schuldsanering zit, als mensen mij ernaar vragen dan zeg ik het ook. Ik vind niet dat het iets is om je te schamen.

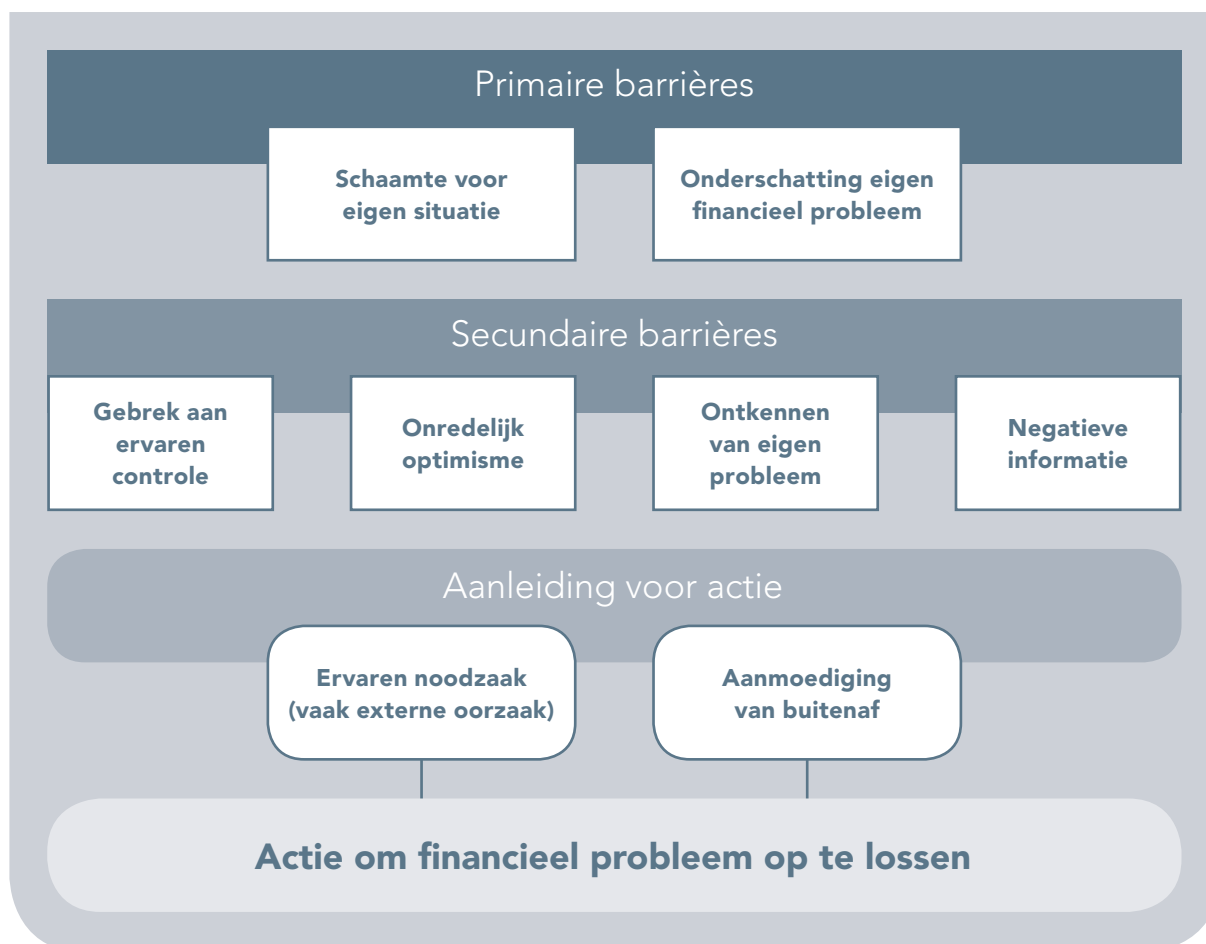
Het is iets wat je helpt op weer opnieuw te gaan beginnen. Ja, tuurlijk [schaam je je eerst voor de situatie], want je moet het uit handen geven.

Je bent volwassen, maar je moet het eigenlijk aan iemand anders uit handen geven omdat je zelf gefaald hebt.”

Analyse en conclusies

Doel van dit onderzoek was het inzichtelijk maken van de beperkingen en motieven van burgers met financiële problemen om contact op te nemen met een deurwaarders- of incasso-organisatie of schuldhulpverlening.

De interviews die hiervoor zijn afgenomen hebben een uitgebreide lijst barrières opgeleverd die mensen met financiële problemen ervan weerhouden om contact op te nemen met relevante organisaties over deze problemen. Daarnaast hebben de interviews inzicht gegeven in de aanleiding voor klanten van een schuldhulpverleningsinstelling en een incasso- en gerechtsdeurwaarderskantoor om wel actie te ondernemen. De centrale uitkomsten van dit onderzoek zijn in Figuur 1 weergegeven en worden hieronder verder toegelicht.



Figuur 1: belangrijkste uitkomsten interviews

De uitkomsten van de interviews suggereren het bestaan van primaire en secundaire barrières die samen de stap naar actie belemmeren. Het onderscheid tussen primaire en secundaire barrières wordt gemaakt aan de hand van drie criteria: de algemeenheid waarmee deze barrières voorkomen, het moment in de 'schuldenloopbaan' van de deelnemer waarop de barrière een rol begint te spelen en de vraag of deze barrières ook oorzaak zijn van andere genoemde barrières.

De twee primaire barrières die uit de resultaten naar voren komen zijn een gevoel van schaamte voor de eigen situatie en een onderschatting van de eigen financiële problemen. Deze twee barrières worden door bijna alle interviewdeelnemers genoemd. Deze barrières spelen al snel na het ontstaan van het financiële probleem van de deelnemer een rol: ze weerhielden veel deelnemers ervan om op een vroeg moment actie te ondernemen.

De vier secundaire barrières in het schema hiernaast worden door minder deelnemers genoemd. Ook verschillen zij van de primaire barrières omdat ze op een ander moment een rol lijken te spelen. De secundaire barrières lijken er met name voor te zorgen dat deelnemers die al beginnende financiële problemen hebben deze problemen verder laten escaleren. Zo zorgt onrealistisch optimisme ervoor dat mensen lang blijven proberen om zelf een problematische situatie recht te zetten en wordt een gebrek aan overzicht bij de meeste deelnemers pas een probleem op het moment dat er al sprake is van meervoudige schulden. Een barrière die niet goed is in te delen als primair of secundair is de rol van negatieve informatie over schuldhulpverleningsinstellingen en incasso- en gerechtsdeurwaarderskantoren. Deze barrière lijkt voor sommige mensen al vanaf het ontstaan van het financiële probleem de stap tot actie in de weg te zitten, maar wordt door anderen niet genoemd.

Het derde criterium is dat primaire barrières (deels) oorzaak zijn van secundaire barrières. Wanneer in de interviews werd doorgevraagd op de reden waarom mensen zo lang optimistisch bleven over hun mogelijkheden om hun financiële problemen op te lossen volgde vaak een antwoord met daarin zowel een onderschatting van het financiële probleem ('ik had niet door dat het zo erg was') als een gevoel van schaamte ('ik wilde ook niet om hulp vragen'). Hetzelfde geldt voor een gebrek aan controle en het (gemotiveerd) ontkennen van het eigen probleem. De primaire barrières waren voor veel mensen de onderliggende reden voor de door hen genoemde secundaire barrières.

Belangrijk om op te merken is dat het onderscheid tussen primaire en secundaire barrières de secundaire barrières niet onbelangrijk maakt. Dat de secundaire barrières deels veroorzaakt worden door primaire barrières maakt ze niet minder belemmerend voor mensen met financiële problemen. Het is de vraag of het verband tussen bijvoorbeeld schaamte voor de eigen situatie en het missen van controle over de situatie helder is voor mensen met financiële problemen op het moment dat zij midden in deze problemen zitten; zij kunnen op dat moment het missen van controle als dé reden ervaren waarom ze geen actie willen of kunnen ondernemen. Uit het onderscheid tussen primaire en secundaire barrières volgt dan ook niet dat mogelijke oplossingen van het probleem zich enkel op het wegnemen van primaire barrières zouden moeten richten; ook met het wegnemen van secundaire barrières kunnen mogelijk resultaten worden bereikt.

Kijkend naar de redenen die interviewdeelnemers noemden om wél contact op te nemen valt op dat er in veel gevallen een externe factor nodig was om mensen de stap naar actie te laten zetten. Deze externe factor nam twee vormen aan: aanmoediging van anderen om actie te ondernemen of verslechtering van de eigen situatie waardoor de deelnemer zich zelf realiseerde

dat actie onvermijdelijk was geworden. In grote lijnen kan het zoeken van contact na aanmoediging van anderen gezien worden als een poging om de eigen situatie te verbeteren, terwijl contact nadat de eigen situatie verder verslechterde gezien kan worden als een poging om deze verdere verslechtering te vermijden. Deze aanleidingen bieden verschillende aanknopingspunten om mensen in financiële problemen te stimuleren om eerder contact op te nemen.

Aanbevelingen

De uitkomsten van dit onderzoek bieden twee richtingen waarin oplossingen voor het centrale probleem gezocht kunnen worden: het wegnemen van de geïdentificeerde barrières of het versterken van de redenen waarom schuldenaren wél contact opnamen. De mogelijke oplossingen die door deelnemers zelf werden aangedragen richten zich voornamelijk op het versterken van de 'positieve kant': zij noemen vooral manieren waarop relevante instellingen de stap naar het zetten van contact gemakkelijker kunnen maken voor mensen met financiële problemen.

De twee belangrijkste aanbevelingen die uit de suggesties van deelnemers volgen zijn het actiever aanbieden van de dienstverlening van schuldhulpverleningsinstellingen en het bespreekbaar maken van schuldenproblemen. Dit zijn allebei grote doelen die niet simpel te realiseren zijn, maar die tegelijkertijd wel goed passen in de groeiende inzet op vroegsignalering van schuldenproblemen. Veel deelnemers gaven aan dat zij eerder actie ondernomen zouden hebben als ze er op een eerder moment op waren geweest dat een schuldhulpverleningsinstelling iets voor hen zou kunnen betekenen. De stap om zelf informatie te gaan zoeken over schuldhulpverlening en om jezelf aan te melden blijkt voor veel mensen met financiële problemen erg hoog – het actief aanbieden van schuldhulpverlening zou deze drempel kunnen verlagen. Het doen van concrete voorstellen voor de praktische invulling hiervan ligt buiten het bereik van dit onderzoek, maar de algemene ontwikkeling richting vroegsignalering is duidelijk in lijn met de uitkomsten van dit onderzoek.

Veel deelnemers geven aan dat zij eerder hulp gezocht zouden hebben als zij minder het gevoel hadden gehad dat ze zich voor hun financiële situatie moeten schamen. Dit taboe dat in de ogen van veel mensen rust op het praten over je eigen financiële problemen zit veel schuldenaren in de weg, zowel als directe barrière als als onderliggend probleem bij andere barrières. Het wegnemen hiervan is niet eenvoudig, maar

in de interviews worden verschillende richtingen genoemd waarin gedacht kan worden. Een voorbeeld hiervan is het benadrukken van het grote aantal mensen dat in Nederland schuldenproblemen heeft, waarmee duidelijk wordt dat de individuele schuldenaar die zich schaamt voor zijn of haar situatie niet de enige is die de eigen financiën niet op orde heeft.

Een derde aanbeveling die geregeld genoemd werd door klanten van Kredietbank Nederland is het leggen van meer nadruk op de positieve gevolgen van de stap naar een schuldhulpverleningsinstantie. Veel deelnemers beschrijven in hun interviews de opluchting die zij voelden nadat ze deze stap hadden gezet en het gevoel dat de spanning die de financiële problemen veroorzaakte langzaam wegzakte nadat ze actie hadden ondernomen. Op deze positieve gevolgen zou meer nadruk gelegd kunnen worden in communicatie over schuldhulpverlening, zeker ook als tegenwicht tegen de vele negatieve verhalen die veel deelnemers kenden over schuldhulpverlening. Een concrete manier om dit te bereiken is om mensen die zelf in deze situatie zitten in te zetten als rolmodel: deze mensen kunnen anderen die nog niet de stap naar schuldhulpverlening hebben gezet op basis van hun positieve ervaringen stimuleren om dit ook te doen.

Vervolgstap:

Opzet communicatiemiddelen op basis van onderzoeksuitkomsten

Het doel van dit onderzoeksproject is groter dan het identificeren van barrières alleen: op basis van de uitkomsten van de interviews ontwikkelen de betrokken partijen communicatiemiddelen om mensen met financiële problemen te stimuleren om actie te ondernemen.

Op basis van het onderzoek is ervoor gekozen om met deze communicatiemiddelen in te haken op de tweede en derde aanbeveling in het vorige hoofdstuk: het bespreekbaar maken van schulden problemen en het benadrukken van de positieve gevolgen van de stap naar schuldhulpverlening. Zo sluiten de communicatiemiddelen aan bij twee belangrijke barrières die uit het onderzoek naar voren zijn gekomen, namelijk een gevoel van schaamte over de eigen financiële situatie en de effecten van negatieve informatie over relevante organisaties.

Het idee achter de gekozen communicatiemiddelen is dat ze het onderwerp bespreekbaar maken door het op een herkenbare manier zichtbaar te maken. De gekozen beelden zijn herkenbaar voor mensen die zelf met schulden te maken hebben maar ook voor hun omgeving. Hiermee is er zowel een kans dat een schuldenaar zichzelf in het beeld herkent en actie onderneemt, als een mogelijkheid dat iemand uit de omgeving van een schuldenaar hem of haar aanspreekt en zo aanmoedigt om actie te ondernemen.

De nadruk op de positieve gevolgen van het vragen om hulp bij financiële problemen komt met name terug in de video's op de website. In deze video's vertellen de mensen die ook op de posters staan afgebeeld over hun financiële problemen en de stap naar schuldhulpverlening

die zij uiteindelijk hebben gezet. In deze video's wordt benadrukt dat financiële problemen niets zijn om je voor te schamen en dat de stap naar schuldhulpverlening leidt tot opluchting en minder spanning in je leven.

Om de kans dat deze communicatiemiddelen effectief zullen zijn zo groot mogelijk te maken zijn ze als concept voorgelegd aan professionals uit vijf verschillende gemeenten. Deze professionals (en hun collega's die mee hebben gekeken) zijn allemaal zelf actief in schuldhulpverlening en armoedebestrijding (zie voor een lijst met de deelnemende professionals pagina 31). De evaluatie was opgebouwd aan de hand van twee concrete thema's: het mogelijke effect van deze middelen op de doelgroep en manieren om deze middelen effectief in te zetten. De middelen werden digitaal opgestuurd, enkele dagen later werd telefonisch contact opgenomen voor de evaluatie.

Wat betreft het mogelijke effect van de middelen op de doelgroep reageerden de geïnterviewde professionals over het algemeen positief. De meesten ervoeren de middelen als indringend en gaven aan dat de beelden duidelijk aandacht trekken. Ook was het doel van de communicatiemiddelen onmiddellijk duidelijk. Wel benoemden sommigen de sfeer rond de poster als negatief, wat zowel zou kunnen helpen om het effect te vergroten

(indringend, opvallend, herkenbaar), als het effect zou kunnen dempen (maakt somber, niet activerend). Verschillende professionals merkten op dat de keuze voor deze negatieve sfeer duidelijk contrasteert met de vrolijke posters en video's die mensen meestal te zien krijgen en dat het goed is om het effect hiervan uit te testen.

Het viel alle professionals op dat de personen op de posters en in de video's niet duidelijk een bepaalde doelgroep vertegenwoordigen. Deze keuze is bewust gemaakt om een zo breed mogelijk publiek aan te spreken. Wanneer deze communicatiemiddelen effect blijken te hebben is het een mogelijkheid om de beelden verder aan te passen aan specifieke doelgroepen om die ook op specifieke plaatsen te bereiken:

een professional noemde als voorbeeld het gebruik van jongere mensen op het materiaal om daarmee scholieren en studenten te bereiken. Wat betreft de inzet van de communicatiemiddelen gaven alle professionals aan dat het goed zou zijn om ze niet alleen te richten op mensen die al in de schulden zitten maar juist op een breed publiek. Suggesties die werden gedaan zijn onder meer het ophangen van posters in supermarkten en op consultatiebureaus en het gebruiken van internetbanners op algemene nieuwspagina's. Ook gebruik op openbare plaatsen zoals treinstations en bushokjes werd genoemd; de communicatiemiddelen deden meerdere professionals denken aan campagnes rond andere taboe onderwerpen die op deze plaatsen onder de aandacht werden gebracht.

Voorbeelden van middelen



AFGELOST = OPGELOST

Referenties

Aarts, L., Douma, K., Frierson, R., Schrijvershof, C., & Schut, M. (2015). Kosten en baten van schuldhulpverlening: op weg naar effectieve schuldhulp. Den Haag: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.

Jungmann, N., Lems, E., Vogelpoel, F., Van Beek, G., & Wesdorp, P. (2014). Onoplosbare schuldsituaties. Utrecht: Hogeschool Utrecht.

Madern, T. (2014). Overkoepelende blik op de omvang en preventie van schulden in Nederland. Utrecht: Nibud.

Mewse, A. J., Lea, S. E., & Wrapson, W. (2010). First steps out of debt: Attitudes and social identity as predictors of contact by debtors with creditors. *Journal of Economic Psychology*, 31(6), 1021-1034.

Mullainathan & Shafir, 2013. *Scarcity: Why having too little means so much*. London: Penguin books.

NVVK 2015. Jaarverslag NVVK 2015. Online geraadpleegd op www.nvvk.eu/jaarverslag2015.

Westhof, F., De Ruig, L., & Kerckhaert, A. (2015). *Huishoudens in de rode cijfers 2015: Over schulden van Nederlandse huishoudens en preventiemogelijkheden*. Zoetermeer: Panteia.

Interviewers

De interviews zijn afgenomen en uitgewerkt door een team van vijf masterstudenten van de Rijksuniversiteit Groningen.

Esmée Heesters

Ruben Lautenbag

Anna Louwerse

Steven de Rooij

Dianne Warmelink

Geïnterviewden bij gemeenten voor evaluatie

De volgende professionals hebben bijgedragen aan deze evaluatie:

Rob Moenandar, beleidsmedewerker sociaal domein bij de gemeente Smallingerland

Nynke Andringa, teamleider Sociaal Wijkteam Zuidwest van de gemeente Leeuwarden

Janet Boerma, projectleider armoede bij de gemeente Groningen

Digna van de Broek, beleidsmedewerker welzijn bij de gemeente Heusden

Angelique Sinke, regisseur schuldhulpverlening bij de gemeente Den Helder

Alle betrokken professionals gaven aan dat zij de middelen ook met directe collega's besproken hebben; de ideeën van deze collega's zijn ook in de evaluatie meegenomen.

WWW.AFGELOSTISOPGELOST.NL

