



Schuldpreventie en vroegsignalering in woonwijken

Pilotprojecten in Apeldoorn,
Delft, Hellendoorn,
Lelystad en Oss

Samen lukt 't ...

Schuldpreventie en vroegsignalering in woonwijken

Pilotprojecten in Apeldoorn,
Delft, Hellendoorn,
Lelystad en Oss

December 2014

Gerrit Kadijk,
Jurjen Rijsdijk

Vereniging
SchuldHulpMaatje
Nederland

Samenvatting

In opdracht van het Ministerie van Sociale Zaken heeft SchuldHulpMaatje twee innovatieprojecten op het gebied van Schuldpreventie & Vroegsignalering uitgevoerd.

Het eerste project betreft vijf wijk-pilotprojecten die in Apeldoorn, Delft, Hellendoorn, Lelystad en Oss zijn uitgevoerd. In deze projecten zijn (inloop)sprekuren gehouden met getrainde vrijwilligers van SchuldHulpMaatje. Dit rapport bevat de verslaglegging van de vijf 'wijk-pilotprojecten vroegsignalering bij dreigende schulden'.

Het tweede project is een educatieproject voor mensen die onderdeel uitmaken van het netwerk van hulpvragers onder de naam "E-learning EHBS (Eerste Hulp Bij Schulden): SchuldHulpMaatje helpt helpers". Het belangrijkste resultaat van dit project is de website www.eerstehulpbijschulden.nl.

De doelstellingen van dit project zijn:

- a. Ondersteuning en advies bieden aan mensen bij het beheer van hun financiën ter voorkoming van problematische schuldsituaties en het creëren van voldoende financiële reserves.
- b. Het ontwikkelen van methodes om de kosteneffectiviteit van de huidige investeringen in schuldhulpverlening te vergroten.
- c. Ervaring opbouwen met het opzetten van preventiesprekuren en de inzet van vrijwilligers.
- d. Samen met gemeenten en hulpverleningsorganisaties meer mensen bereiken en hulp bieden.
- e. Samenwerking met gemeenten en netwerkpartners te faciliteren als onderdeel van integrale hulpverlening.

In buurthuizen, een wijkpost van een woningcorporatie en een inloopcentrum zijn op vaste tijden wekelijks (inloop)sprekuren gehouden. Dit gebeurde zowel overdag als in de avonduren. De spreken werden bemand door vrijwilligers die getraind zijn door SchuldHulpMaatje, in sommige gevallen in aanwezigheid van een coördinator.

Per locatie is de communicatie naar de lokale samenleving verschillend uitgevoerd. Er is gebruik gemaakt van het netwerk van hulpverleningsinstanties en openbare instanties, diverse locaties in de wijk, lokale kranten en Google Adwords campagnes. Verder zijn substantiële aantallen folders huis-aan-huis verspreid.

De vijf wijkprojecten blijken goed aan te sluiten bij het lokale beleid van gemeenten. Verder zijn de resultaten veelbelovend en de reacties uit het werkveld zijn zeer positief. Uniek in deze projecten is de benadering van hulpvragers, dit is op verschillende manieren uitgevoerd. Zowel de inspanningen als de resultaten van de verschillende vormen van toeleiding zijn geregistreerd. Hierdoor is een kwantitatieve beoordeling van de diverse manieren van toeleiding mogelijk en deze systematische aanpak heeft tot veel nieuwe inzichten geleid. De looptijd van de projecten is echter te kort waardoor het effect van bepaalde vormen van toeleiding onvoldoende in kaart is gebracht. Het is de verwachting dat eind 2015 een meer uitgekristalliseerd oordeel over dit hulpverleningsconcept en de toeleiding van hulpvragers kan worden gegeven.

De belangrijkste conclusies van deze projecten zijn:

- a) De doelgroep wordt goed bereikt. Van de hulpvragers heeft ongeveer 60% geen problematische schulden, de geboden hulpverlening is preventief. De overige 40% heeft problematische schulden en heeft curatieve hulpverlening nodig. Van de groep die preventieve hulp ontvangt is in de helft van de gevallen de hulpverlening voltooid, dit aandeel zal waarschijnlijk verder stijgen omdat een aantal trajecten nog niet is afgerond.
- b) Gezien het aantal hulpvragers dat is geholpen op een preventiespreekuur en de geboden dienstverlening kan worden gesteld dat preventiesprekuren met vrijwilligers in een behoefte voorzien. De geboden hulp sluit aan bij de behoeften van hulpvragers. Voor sommigen is het een eerste stap op de weg van hulp vragen en zij moeten naar de juiste hulpverlening worden verwezen.
- c) Het opzetten van inloopsprekuren en het selecteren van passende locaties is goed gelukt. Effectieve hulpverlening door vrijwilligers op een spreekuur is mogelijk als zij goede coaching ontvangen en de grenzen van hun organisatie en hun eigen grenzen kennen en toepassen. Een zeer belangrijke rol is weggelegd voor een professionele en gekwalificeerde coördinator.
- d) De vrijwilligers van SchuldHulpMaatje zijn getraind om intensieve hulpverlening aan huis te bieden, deze hulpverlening is anders van karakter dan de 'flankerende hulp' op een inloopspreekuur. Een opleiding voor vrijwilligers die op een spreekuur werkzaam zijn waarin specifieke vaardigheden (zoals interviewtechniek) worden getraind is gewenst.
- e) De vijf projecten zijn lokaal goed ontvangen door gemeenten, sociale wijkteams en hulpverleningsinstanties, er is zeer positief gereageerd. Het concept blijkt goed aan te sluiten bij de doelstellingen van de WMO en bij de werkwijzen van sociale wijkteams. Deze samenwerking draagt sterk bij aan vroegsignalering van financiële problemen in huishoudens.

- f) Een voorkeurstijdstip voor een spreekuur lijkt niet duidelijk naar voren te komen omdat specifieke doelgroepen eigen wensen hebben. De locatie van een spreekuur blijkt in de praktijk niet erg van belang te zijn want de mensen die op zoek zijn naar hulp blijken naar de locatie te komen.
- g) De respons op de vijf pilotprojecten is 0,17 – 0,33% van het totaal aantal lokale huishoudens en deze is groeiende. Deze resultaten zijn voor een project dat zich in een opstartfase bevindt zeer positief en hoopvol.
- h) Verschillende manieren van toeleiding naar het inloopspreekuur zijn toegepast en geregistreerd. Structurele, frequente en gerichte berichtgeving werkt goed. Dit blijkt uit Adwords campagnes, bekendmaking van het project in het professionele werkveld, actieve benadering van bepaalde doelgroepen alsook folders neerleggen op openbare locaties. Incidentele berichtgeving blijkt weinig effectief. Verspreiding van folders in de wijk en bekendmaking in de lokale pers levert zeer weinig reacties op.
- i) Op een inloopspreekuur is een deel van de hulpvragers met problematische schulden onbekend met de reguliere (schuld)hulpverlening. Het inloopspreekuur fungeert dan als een voorbereiding en toeleiding naar de gemeentelijke schuldhulpverlening.
- j) Een inloopspreekuur is een goede praktische invulling van preventieactiviteiten die past binnen de kaders van de Wet Gemeentelijke Schuldhulpverlening.

Verder kan uit de resultaten van deze projecten het volgende worden geconcludeerd:

- k) De vijf wijk-pilotprojecten hebben in 2014 in de opstartfase met een looptijd van zeven maanden 169 aanmeldingen ontvangen. Er is sprake van een stijgende trend. Voor een eerste jaar is dit een hoopvol resultaat. Het is de verwachting dat het aantal aanmeldingen nog verder zal groeien omdat de projecten meer bekend raken. Andere hulpverleners beginnen de preventieprojecten te ontdekken. Op termijn worden met de huidige inspanningen in deze vijf projecten jaarlijks 600-1000 aanmeldingen verwacht.
- l) Google Adwords campagnes leveren in deze projecten 35-50% van het totaal aantal aanmeldingen op. Verder is het waarschijnlijk dat Adwords campagnes in gebieden met hoge werkloosheid relatief meer aanmeldingen op het spreekuur zullen opleveren dan in gebieden met lage werkloosheid.
- m) Het organiseren van inloopsprekuren voor mensen met vragen op gebied van hun financiële huishouden brengt een nieuwe groep mensen eerder in beweging. Deze mensen zijn niet be-

kend met de gemeentelijke schuldhulpverlening of hebben deze niet nodig. Zij zijn door hulpverleners, hun eigen netwerk of via internet op de hoogte gebracht van het preventieproject.

- n) Sommige hulpvragers houden ondanks hun grote problemen het na een eerste bezoek voor gezien. Schijnbaar sluit de geboden hulpverlening niet aan bij hun verwachtingen. Coördinatoren en vrijwilligers moeten zich hier van bewust zijn. Effectieve hulpverlening op een inloopspreekuur is alleen mogelijk als deze aansluit bij de mogelijkheden van hulpvragers en zij betrokkenheid tonen bij hun eigen situatie. Dit betekent dat goede voorlichting tijdens een eerste bezoek gewenst is zodat hulpvragers snel keuzes kunnen maken. Ook de mogelijkheid om pas in een later stadium op het hulpaanbod in te gaan moet worden geboden.
- o) Voor een snelle start van een project met een spreekuur zijn naast de reguliere zaken van het spreekuur gerichte acties nodig voor het activeren van de doelgroep. Uit de gebruikte methoden om de doelgroepen te bereiken blijkt dat een algemene benadering van een groep een lage respons oplevert, de folderacties in de wijken hebben dit duidelijk gemaakt. Het doelgericht benaderen lijkt effectiever, dit is gebleken uit het aantal aanmelders dat via het netwerk van sociale wijkteams en hulpverleningsinstanties en via de Adwords campagnes zich heeft gemeld.
- p) Het aantal aanmeldingen op de inloopsprekuren is in verhouding tot het aantal huishoudens dat hulp kan gebruiken erg laag. Vermoedelijk is onbekendheid met deze hulpverlening de belangrijkste oorzaak. Verder speelt schaamte een rol en rust er een taboe op het bespreken van financiële zaken.
- q) Een inloopspreekuur is kosteneffectief omdat hulpvragers zich kunnen oriënteren en laten informeren zodat zij na het eerste bezoek kunnen besluiten de hulpvraag wel of niet door te zetten. Er is een substantiële groep hulpvragers die het bij één oriënterend bezoek houdt maar nog geen financiële stabiliteit heeft bereikt.
- r) Voor een preventiespreekuur van een dagdeel dat 125 hulpvragers ontvangt, worden de vermeden kosten geschat op € 115.000,-. Ook zullen indirecte maatschappelijke kosten verminderen.
- s) Voortzetting van deze vijf lokale projecten is noodzakelijk omdat de projecten nog onvoldoende bekendheid genieten en de bezoekersaantallen nog groeien. Verder blijkt uit de reacties van hulpvragers dat zij de hulpverlening zeer waardevol vinden. De vijf pilot locaties hebben de wens en het voornemen deze projecten te continueren en zo mogelijk uit te breiden.
- t) Het vergroten van de groep mensen die hulp vragen m.b.t. hun financiële huishouden moet primair gericht zijn op het activeren van de doelgroep. Daarbij zijn bewustwording om een

huishouden financieel actief te beheren en het wegnemen van psychologische drempels belangrijke aandachtspunten.

- u) Effectieve hulpverlening op een inloopspreekuur is mogelijk als deze aansluit bij de mogelijkheden van hulpvragers en zij betrokkenheid tonen bij hun eigen situatie.

De ervaringen die zijn opgedaan in de vijf wijkpilotprojecten leiden tot de volgende aanbevelingen:

1. Een preventiespreekuur past goed bij de huidige wijkaanpak: De transitie naar wijkteams in de zorg- en welzijnssector biedt veel kansen. Deze teams kunnen bij uitstek vroegsignalering invulling geven en kunnen mensen wijzen op het bestaan van een inloopspreekuur waar zij hun vragen kunnen stellen over hun administratie en financiën. Aansluiting van preventiesprekuren bij wijkteams wordt dan ook sterk aanbevolen. Het is belangrijk de geboden dienstverlening van een inloopspreekuur aan de leden van een wijkteam toe te lichten zodat onnodige doorverwijzingen worden voorkomen. Ook is open communicatie en afstemming tussen de hulpverleners nodig.
2. Het concept van een preventiespreekuur is sterk en kan worden uitgerold naar 40-60 locaties, de benodigde looptijd is drie jaar. Door verschillende manieren van toeleiding te monitoren wordt zicht verkregen op (in)effectieve toeleiding. Zowel coördinatoren als vrijwilligers zien veel toekomstperspectief in dit type project. Daarnaast sluit het concept goed aan bij het bestaande WMO-beleid en de overige hulpverlening.
3. Investeren in training en opleiding van coördinatoren is noodzakelijk: De effectiviteit van de hulpverlening op een inloopspreekuur valt of staat met de kennis en kunde van de medewerkers. SchuldHulpMaatje biedt al een platform voor opleidingen en veel medewerkers beschikken al over een deel van de benodigde kwalificaties. Een aanvullend trainingsprogramma, dat gecertificeerde en gekwalificeerde mensen met specifieke vaardigheden opleidt, moet worden ontwikkeld. Een professionele coördinator wordt aanbevolen omdat deze continuïteit en kwaliteit kan bieden.
4. Voor betere doorgronding van de doelgroep is onderzoek nodig op het gebied van 'geld en taboe'. Mensen met financiële problemen blijken niet gemakkelijk over geld en hun financiële problemen te spreken, ook meldt het merendeel zich niet bij de hulpverlening. Deze kennis over 'geld en taboe' kan worden verwerkt in communicatiecampagnes die als doel moeten hebben mensen zonder problematische schulden te activeren zodat zij met hun financiële huishouden aan de slag gaan.

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Inhoudsopgave	8
1. Inleiding	9
1.1 Leeswijzer	10
2. Doelstellingen en doelgroep	11
3. Werkwijze preventieprojecten	11
3.1 Vijf lokale preventieprojecten	12
3.2 Communicatie naar de samenleving	14
4. Resultaten	17
4.1 Spreekuren	17
4.2 Adwords campagnes	21
4.3 Welke problemen hebben hulpvragers?	25
5. Discussie	26
6. Conclusies	33
7. Aanbevelingen	37
Literatuur	38
Afkortingen	39

1 Inleiding

De schuldenproblematiek van Nederlandse huishoudens blijft de laatste jaren groeien. Dit is reden tot grote zorg omdat schulden veel negatieve gevolgen kunnen hebben voor mensen en hun functioneren, gezondheid en welzijn. Verder kost het de maatschappij ook veel geld. Nu heeft de overheid de laatste jaren juist meer geld ingezet voor schuldhulpverlening en het heeft niet geleid tot een lager aantal huishoudens met problematische schulden. Dit is voor de overheid, beroepsorganisaties en schuldhulpverleners dan ook de belangrijkste reden om de bakens te verzetten en meer aandacht aan schuldpreventie te geven. Voorkomen is immers beter dan genezen.

Dit rapport bevat de verslaglegging een innovatieproject dat bestaat uit vijf 'wijk-pilotprojecten vroegsignalering bij dreigende schulden' dat in opdracht van het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid is uitgevoerd. De projecten zijn in 2014 uitgevoerd door leden van de vereniging SchuldHulpMaatje, deze zijn gevestigd in Apeldoorn, Delft, Hellendoorn, Lelystad en Oss. De projecten hebben tot doel ervaring op te bouwen met hulpverlening die gericht is op preventie van financiële problemen. Vrijwilligers die getraind zijn door SchuldHulpMaatje zijn ingezet op (inloop)spreekuren die wekelijks op locaties in woonwijken werden gehouden. Per locatie is de communicatie naar de lokale samenleving verschillend uitgevoerd.

De vijf wijk-pilotprojecten zijn op locatie onder leiding van de volgende mensen uitgevoerd: Wander Bod en Ben Bloem (Apeldoorn), Gerrit Kadijk (Delft), Aafko de Vries (Hellendoorn), Frouke Fennema en Wim Moggré (Lelystad), Frans Schmit en Ad de Haas (Oss). Daarnaast zijn er ruim 30 vrijwilligers bij de projecten betrokken geweest.

Naast dit project is een tweede preventieproject onder de naam 'Eerste Hulp Bij Schulden' uitgevoerd. In dit project is de website www.eerstehulpbijschulden.nl ontwikkeld.



Figuur 1:
Twee rapporten project
Vroegsignalering en
Preventie

Schuldpreventie is in ontwikkeling

SchuldHulpMaatje is een landelijk netwerk van lokale vrijwilligersorganisaties en wil een bijdrage leveren aan het ontwikkelen van werkwijzen en methodes die leiden tot effectieve schuldpreventie. In deze wijk-pilotprojecten zijn verschillende benaderingen van de doelgroep gekozen. Er zijn o.a. Google Adwords campagnes ingezet. Een Adwords campagne toont aan bezoekers van Google, die in een bepaald gebied hun computer hebben aangesloten op internet en bepaalde trefwoorden intoetsen, een advertentie van het lokale preventieproject. Als de advertentie wordt aangeklikt komt de bezoeker op een landingspagina van het lokale project terecht. Een voorbeeld hiervan is te vinden op <http://www.uitdeschulden.nu/ervaringen/oss/oss>.

Tot op heden is door reguliere hulpverleningsinstanties veel ervaring opgebouwd met schuldhulpverlening maar schuldpreventie staat nog in de kinderschoenen. De eerste resultaten van projecten in Tilburg, Almere en Amsterdam zijn in mei 2014 bekend geworden, deze zijn: Investeren in vroegsignalering schulden loont; Elke euro die wordt geïnvesteerd in preventie en vroegsignalering van schulden levert uiteindelijk een veelvoud daarvan aan besparingen op.

Ook is juni 2014 een eerste publicatie van de Hogeschool Utrecht verschenen [Jungmann2014] die op een pragmatische wijze beschrijft hoe preventieprojecten opgezet kunnen worden. Wel is al duidelijk dat het lastig is schuldpreventie meetbaar te maken. Wat kun je meten en op welke wijze? In de komende jaren zullen resultaten van preventieprojecten hier mogelijk licht op kunnen werpen.

In dit project zijn de termen 'preventie' en 'vroegsignalering' als volgt gedefinieerd:

Schuldpreventie is de mix van maatregelen, activiteiten en voorzieningen die er op gericht zijn dat mensen financieel vaardig worden en zich zo gedragen dat zij hun financiën op orde houden [Jungmann2011].

Vroegsignalering is de vaststelling van een dreigende of reeds aanwezige problematische financiële situatie van een hulpvrager waar nog geen of onvoldoende hulpverlening is ingezet ter bestrijding of voorkoming van deze problematische situatie.

1.1 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 zijn de doelstellingen en de doelgroep van de wijkprojecten beschreven. In hoofdstuk 3 zijn de toegepaste werkwijzen en specifieke eigenschappen van de (inloop)sprekuren in kaart gebracht. In hoofdstuk 4 zijn de resultaten van de wijkprojecten gerapporteerd. De analyse van de resultaten en de discussie zijn gerapporteerd in hoofdstuk 5. In de hoofdstukken 6 en 7 zijn de conclusies en aanbevelingen weergegeven.

2 Doelstellingen en doelgroep

Dit innovatieproject dat bestaat uit vijf 'wijk-pilotprojecten vroegsignalering bij dreigende schulden' en heeft de volgende doelstellingen:

- Ondersteuning en advies bieden aan mensen bij het beheer van hun financiën ter voorkoming van problematische schuldsituaties en het creëren van voldoende financiële reserves.
- Het ontwikkelen van methodes om de kosteneffectiviteit van de huidige investeringen in schuldhulpverlening te vergroten.
- Ervaring opbouwen met het opzetten van preventiesprekuren en de inzet van vrijwilligers.
- Samen met gemeenten en hulpverleningsorganisaties meer mensen bereiken en hulp bieden.
- Samenwerking met gemeenten en netwerkpartners te faciliteren als onderdeel van integrale hulpverlening.

Kenmerken van de doelgroep

Preventie van problematische schulden is primair van toepassing op mensen die nog geen problematische schulden hebben. De doelgroep heeft dus geen problematische schulden, mogelijk wel beheersbare schulden die binnen drie jaar zelfstandig afgelost kunnen worden. In veel gevallen kunnen zij aan al hun financiële verplichtingen voldoen. Toch moeten ook dan belangrijke vragen beantwoord kunnen worden. Deze zijn:

- Is er voldoende overzicht over inkomsten en uitgaven en een administratie?
- Zijn er voldoende financiële reserves?
- Wat zijn de mogelijke zaken die de financiële balans beïnvloeden of verstoren?
- Wat gebeurt er op de lange termijn met de inkomsten en uitgaven?

3 Werkwijze preventieprojecten

SchuldHulpMaatje is een netwerk van lokale vrijwilligersorganisaties. De bestaande organisaties in Apeldoorn, Delft, Hellendoorn, Lelystad en Oss zijn al een aantal jaren actief met vrijwilligers in schuldhulpverlening. Hun activiteiten zijn in 2014 uitgebreid met deze preventieprojecten. Binnen de gegeven doelstellingen is door deze lokale organisaties een preventieproject gestart dat met getrainde vrijwilligers wordt uitgevoerd. Er is gestreefd projecten te starten die een aanvul-

ling op het reeds bestaande lokale aanbod vormen en gesteund worden door de lokale schuld-hulpverlening.

Dit heeft geresulteerd in vijf wijk pilotprojecten met wekelijkse (inloop)sprekuren die onder verschillende condities zijn uitgevoerd. Er is sprake van onderlinge overeenkomsten en verschillen, die zijn in de volgende paragraaf beschreven.

3.1 Vijf lokale preventieprojecten

De werkwijzen en omstandigheden van lokale projecten zijn als volgt. In Tabel 1 zijn de belangrijkste parameters van de vijf lokale projecten weergegeven.

Doelstellingen: In de vijf lokale projecten zijn de doelstellingen die verwoord zijn in hoofdstuk 2 als uitgangspunt genomen. De leidende gedachte is: Hoe kunnen meer mensen geholpen worden met hun financiële huishouden zodat zij niet in een financieel problematische situatie belanden?

Doelgroep: In de meeste locaties zijn alle inwoners aangesproken, dit is gebeurd door Google Adwords campagnes en artikelen in lokale kranten. In Apeldoorn is de doelgroep beperkt tot de bewoners van de woonwijk Apeldoorn-Zuid en in Lelystad is gekozen voor een gerichte actieve benadering van mensen die in het bestand van de Voedselbank staan en nog geen hulp ontvingen.

Partners: Per locatie zijn partners gezocht of is aansluiting gezocht bij bestaande initiatieven. De partners zijn afkomstig uit de welzijnssector, kerken en woningsector.

Sprekuren: De vijf locaties hebben gekozen voor een (inloop)spreekuur. De tijden zijn verschillend gekozen. Dit zou informatie op moeten leveren over de aansluiting bij de mogelijkheden van hulpvragers.

Locaties: Op basis van resultaten van de Postcode Preventie Aanpak (PPA) zijn de wijken in de vijf locaties gezocht die relatief veel schuldenproblematiek hebben. Ook is op basis van woningtypen naar het welvaartspeil en de sociale status gekeken. Vervolgens moest passende huisvesting voor deze spreken worden gevonden. Het is in alle vijf locaties gelukt dicht bij huishoudens te werken die minder welvarend zijn en er is gekozen voor laagdrempelige locaties. De spreken zijn gehouden in buurthuizen/wijkcentra en een wijkpost van een woningcorporatie.

Communicatie naar samenleving: De volgende zaken zijn uitgevoerd om het project bekend te maken: Folderacties, 'colportage', berichtgeving in de lokale pers, verspreiding van folders bij andere hulpverleningsinstanties, bibliotheken en buurthuizen alsook interviews op lokale radiostations en Adwords campagnes.

Personeel bezetting: De projectleiding van een lokaal project lag in handen van een lokaal coördinator die een aantal vrijwilligers aanstuurde. Per spreekuur waren 2-3 vrijwilligers actief.

In Apeldoorn, Oss en Hellendoorn zijn naast de vrijwilligers op het spreekuur ook de coördinatoren als vrijwilliger aan het project verbonden. In Delft en Lelystad betreft het coördinatoren met een betaald dienstverband. Alle vrijwilligers zijn getraind volgens het opleidingsprogramma van SchuldHulpMaatje.

Werkwijze: In eerste gesprekken met hulpvragers is de hulpvraag besproken en vindt een inventarisatie van de persoonlijke omstandigheden plaats. Daarna wordt een voorstel voor de toekomstige acties gedaan en besproken. De hulpvrager voert de meeste acties zelf uit. In de vervolgbezoeken worden deze geëvalueerd/besproken.

Start projecten: De opstart van deze nieuwe projecten is verschillend verlopen waardoor de startdatum van de projecten verschillend is.

Bereikbaarheid: Hulpvragers kunnen zich per email, per telefoon of persoonlijk op een spreekuur aanmelden. De Google Adwords campagnes zijn ingezet om een betere toeleiding te realiseren.

Verslaglegging: Tijdens de spreken worden de gegevens van de hulpvrager en zijn/haar omstandigheden op een intakeformulier vastgelegd. Al deze standaard gegevens en data over verwijzers, doorverwijzingen en het aantal bezoeken worden in een Excel bestand opgeslagen. De algemene ervaringen van de lokale spreken zijn vastgelegd op basis van een vragenlijst.

Item	Hellendoorn e.o.	Lelystad	Apeldoorn	Oss e.o.	Delft
Inwoners	36.000	76.000	155.000	70.000	100.000
Werkgebied inw.	36.000	76.000	22.000	70.000	100.000
Vorm	Inloopspreekuur	Spreekuur op afspraak	Inloopspreekuur	Inloopspreekuur	(Inloop)spreekuur
Locatie	Buurthuis	Inloophuis	Buurthuis	Buurtcentrum	Wijkpost woningcorporatie
Naam project	Raad en Daad	Hulp met Perspektief	Samen Lukt 't	Raad en Daad	Poen & Papier
Vrijwilligers	4	4	14	6	6
Projectpartners	St. De Welle	Gemeente	Leger des Heils	PROTA Gemeente Skanfonds	Woningcorporatie, Ondernemersvereniging, Oranjefonds
Communicatie	Artikel in de krant Melding aan div. organisaties	Uitnodiging per brief en per telefoon	Folders (11.000) Artikel in de krant Radio	Folders (11.000) Artikel in de krant Adwords campagne	Folders (2000): huis aan huis en bij instanties. Artikel in de krant Adwords campagne
Openingstijden	Vrijdagmiddag 17.00 – 18.00 uur	Dinsdagmiddag 14.00–17.00 uur	Dinsdagavond 19.30 – 21.00 uur Donderdagmorgen 10.00 – 12.00 uur	Maandagavond 19.30-21.30 uur	Maandagavond 19.30-21.30 uur
Koppeling met	Welzijnsorganisatie St. De Welle	Voedselbank St. IDO	Welzijnsorganisatie Leger des Heils	Welzijnsorganisatie PROTA	Woningcorporatie Woonbron

Tabel 1: kenmerken van de vijf lokale projecten

3.2 Communicatie naar de samenleving

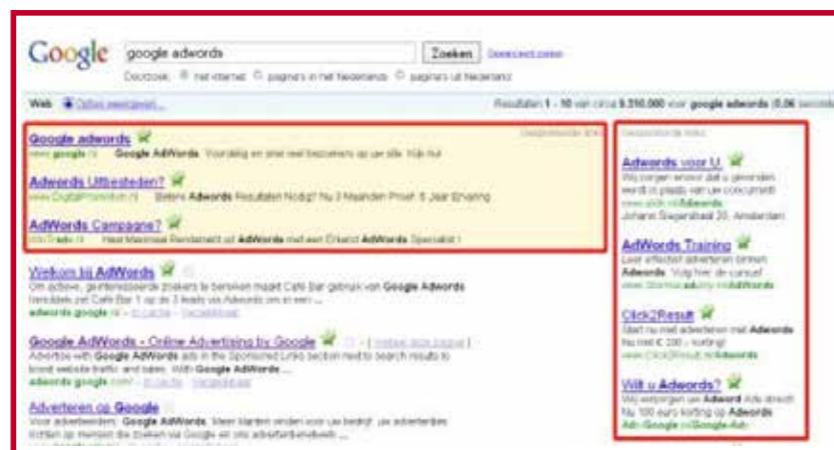
Vier lokale projecten zijn in 2014 nieuw gestart en het vijfde project liep reeds een aantal maanden in 2013 maar was toe aan een doorstart. Voor bekendmaking van de projecten zijn diverse communicatiekanalen aangewend; de belangrijkste zijn hieronder opgesomd en nader beschreven.

- Verspreiding van folders in wijken en bij openbare instanties.
- Het inzetten van Google adwords campagnes.
- Bekendmaking van het project in het netwerk van hulpverleners.
- Berichtgeving in de lokale pers of wijkkrant.
- Radio-interviews

Folderacties: Zowel in Apeldoorn als Oss zijn 10.000 folders huis-aan-huis verspreid in wijken met relatief veel sociale woningbouw. In Delft is rondom de wijkpost bij 250 woningen aangebeld en zijn folders persoonlijk overhandigd (inclusief een korte toelichting van het project). Ook zijn de folders op diverse locaties bij de volgende partijen verspreid: Woningcorporaties, algemeen maatschappelijk werk, huisartsen, sociale wijkteams, buurtteams van wijkbewoners, rechtswinkels, supermarkten, voedselbanken, buurthuizen, bibliotheken, schuldhulpverleningsinstanties, kerkelijke instanties, sociale diensten van gemeenten en budgetbeheerders.

Berichtgeving in lokale pers: De vier nieuw gestarte projecten hebben in de startfase hun project kunnen presenteren in de lokale huis-aan-huis bladen.

Google adwords campagnes: Gedurende de looptijd van het project zijn in de vijf locaties Google adwords campagnes ingezet. Wat is een Google adwords campagne? Google adwords is het advertentieprogramma van Google waarmee je advertenties kunt maken en plaatsen in de gesponsorde zoekresultaten van Google. Om dit te verduidelijken volgt nu eerst een uitleg over de zoekfunctie van Google.



Wanneer een gebruiker in Google een zoekopdracht uitvoert, verschijnen er zowel onbetaalde als betaalde zoekresultaten. De betaalde zoekresultaten zijn zowel bovenaan als aan de rechterzijde van de pagina (zie onderstaande figuur) te vinden. Google adwords maakt het voor iedere adverteerder mogelijk om in deze betaalde zoekresultaten opgenomen te worden. In onderstaande figuur zijn betaalde advertenties rood omlijnd. Het al dan niet verschijnen van een advertentie is afhankelijk van de door de gebruiker ingevoerde zoekterm. Is de gebruiker op zoek naar een bloemenwinkel in Den Haag en tikt 'bloemenwinkel Den Haag' in, zullen er advertenties verschijnen van bloemenwinkels in Den Haag en omgeving.

Google Adwords werkt op basis van een veilingstelsel. Telkens als iemand een zoekterm invoert, wordt er een veiling gestart. In deze veiling wordt op basis van de kosten die adverteerders bereid zijn te betalen, de relevantie van de advertentie en de relevantie van de landingspagina, de positie van een advertentie bepaald. De advertentie met de hoogste score zal op nummer 1 staan, de advertentie met de laagste score zal onderaan eindigen. Logischerwijs wordt er procentueel veel vaker op een advertentie met een hoge positie geklikt.



Naast dat advertenties getoond worden in de zoekresultaten van Google, kunnen adverteerders er voor kiezen om hun advertenties te vertonen in het zogeheten 'display netwerk' van Google. Dit is een zeer uitgebreid netwerk van meer dan een miljoen websites waar advertenties ook getoond kunnen worden. Zo kan het bijvoorbeeld zijn dat een advertentie van een bloemenwinkel in Den Haag getoond wordt op een site als buienradar.

Google adwords hanteert het zogeheten Pay Per Click (PCP) principe. Een adverteerder betaalt alleen wanneer er daadwerkelijk iemand op zijn advertentie klikt en op deze wijze op zijn website terecht komt. Door het continue optimaliseren en bijsturen van een Google adwords campagne, is het mogelijk om het websitebezoek te laten toenemen hetgeen mogelijk leidt tot meer aanmeldingen bij de lokale organisatie die schuldhulpverlening biedt.

Voor deze vijf lokale preventieprojecten zijn speciale webpagina's gemaakt met informatie en de contactgegevens van de lokale organisatie, deze zijn te vinden op de volgende landingspagina's

- <http://www.uitdeschulden.nu/ervaringen/oss/oss>
- <http://www.uitdeschulden.nu/home/delft/delft>
- <http://www.uitdeschulden.nu/home/apeldoorn/apeldoorn>
- <http://www.uitdeschulden.nu/home/hellendoorn/hellendoorn>
- <http://www.uitdeschulden.nu/home/lelystad/lelystad1>

De duur van de campagne verschilt per locatie. Een aantal zoektermen die gebruikt zijn in de Adwords campagnes zijn: 'Schuldhelpverlening', 'Geen geld', 'Hulp bij schulden', 'Schulden', 'Rondkomen met weinig geld'.

De hulpvragers kunnen zich persoonlijk, telefonisch of per mail aanmelden bij het lokale project.



Figuur 2: Voorbeeld landingspagina lokaal preventieproject

Verspreiden van folders in de wijk: In de pilot plaatsen zijn in verschillende hoeveelheden folders huis-aan-huis verspreid. Deze folders zijn met een korte toelichting persoonlijk aan bewoners overhandigd of zijn huis-aan-huis verspreid.

Verspreiden van folders bij hulpverleners en openbare locaties: Alle locaties hebben hun project bekendgemaakt bij lokale hulpverleningsorganisaties middels het aanbieden en achterlaten van folders. Het betreft Algemeen Maatschappelijk Werk, huisartsen, gezondheidscentra, supermarkten, bibliotheken en kerken.

4 Resultaten

In dit hoofdstuk zijn de spreekuuractiviteiten, de bereikte hulpvragers, het aantal afspraken en gesprekken, de resultaten van de Adwords campagnes en overige zaken gerapporteerd.

4.1 Spreekuren

De gebruikte termen die in de gerapporteerde resultaten zijn gebruikt, worden nu eerst toegelicht.

Aanmeldingen: Dit betreft het aantal mensen dat via internet, per email, per telefoon of persoonlijk heeft gemeld bij het lokale project. Ook zijn de aanmeldingen nader gespecificeerd.

Niet verschenen: Ondanks een aanmelding en een afspraak op een bepaalde datum zijn deze hulpvragers niet verschenen.

Totaal aantal afspraken: Het totaal aan gemaakte afspraken en telefonische gesprekken alsook de hulpvragers die zonder afspraak hebben gemeld.

Afzeggingen: Het aantal hulpvragers dat hun afspraak heeft afgezegd (meestal vanwege ziekte).

Mensen niet verschenen: Op sommige locaties werd (deels) op afspraak gewerkt. Een aantal hulpvragers is ondanks de afspraak niet op komen dagen (no show).

Gesprekken: Dit zijn het aantal gesprekken dat daadwerkelijk heeft plaatsgevonden.

Enkelvoudige bezoeken: Deze hulpvragers zijn één maal op het spreekuur geweest.

Enkelvoudige bezoeken onvoltooid: Deze hulpvragers hebben ondanks de bestaande problemen niet gekozen voor een vervolfbezoek.

Doorverwijzingen: De hulpvragers die niet konden worden geholpen of extra hulp nodig hebben zijn doorverwezen naar andere organisaties.

Trajecten voltooid: De vragen van deze hulpvragers zijn beantwoord en hun situatie is stabiel.

Trajecten onvoltooid: Deze hulpvragers hebben ondanks hun bestaande problemen geen gebruik gemaakt van de beschikbare hulpverlening.

Preventieve trajecten: Deze hulpvragers hebben geen problematische schulden en hebben tijdig hulp gezocht zodat escalatie is voorkomen.

Curatieve trajecten: Deze hulpvragers hebben problematische schulden en zijn voor de eerste keer of zoveelste keer in aanraking gekomen met de hulpverlening.

In tabel 2 zijn de ongecorrigeerde kwantitatieve resultaten van de vijf lokale spreekuren weergegeven. Alle projecten zijn in 2014 uitgevoerd, de looptijden zijn verschillend omdat de startdatum per locatie verschilt. Het gemiddeld aantal inwoners per huishouden is verondersteld op twee. Ook het aantal huishoudens dat is benaderd verschilt per locatie. Over de looptijd van de vijf projecten hebben 164 hulpvragers zich gemeld. 98 trajecten (58%) zijn als preventief te bestempelen en 71 curatief (42%). In totaal zijn na een eerste gesprek 99 trajecten van hulpverlening ingezet. Het aantal trajecten dat als voltooid kan worden aangemerkt wordt geschat op 50-60. Een aantal trajecten is nog niet afgerond.

	Apeldoorn	Delft	Hellendoorn	Lelystad	Oss	Totaal
Inwoners verzorgingsgebied	22000	100000	36000	76000	70000	
Huishoudens	11000	50000	18000	38000	35000	152000
Looptijd spreekuur [maand]	6	8	6	10	7	
Effectieve looptijd [maand]	6	7	5	8	6	
Spreekuren	48	29	22	30	23	
Coördinatoren	1	1	1	1	1	
Vrijwilligers	14	6	4	4	6	
Aanmeldingen						
Via Adwords	0	22	2	5	11	
Via hulpverlening	0	14	23	38	5	
Via folders	5	7	0	0	9	
Overig	10	4	0	8	6	
Totaal	15	47	25	51	31	169
Mensen niet verschenen	0	7	0	15	0	22
Aanmeldingen effectief	15	40	25	36	31	147
Aanmeldingen per spreekuur	0,3	1,6	1,1	1,7	1,3	
Totaal afspraken	-	89	-	-	39	
Totaal afzeggingen	0	5	0	-	0	
Totaal no-shows	0	23	0	15	0	
Totaal gesprekken	15	61	25	74	39	
Eénmalig gesprek	15	20	13	-	27	
Eénmalig gesprek onvoltooid	-	7	-	-	-	
Gemiddeld aantal bezoeken per hulpvrager	1	1,5	1	2,4	1,3	
Doorverwijzingen	11	21	4	8	15	
Gestarte hulpverleningstrajecten						
Trajecten voltooid	2	19	9	9	8	99
Trajecten niet voltooid	4	8	5	6	-	
Lopende trajecten	5	4	7	13	-	
Preventieve trajecten						
Curatieve trajecten	4	23	12	35	24	98
	11	24	13	16	7	71

Tabel 2: Overzicht resultaten lokale wijk pilot projecten 2014

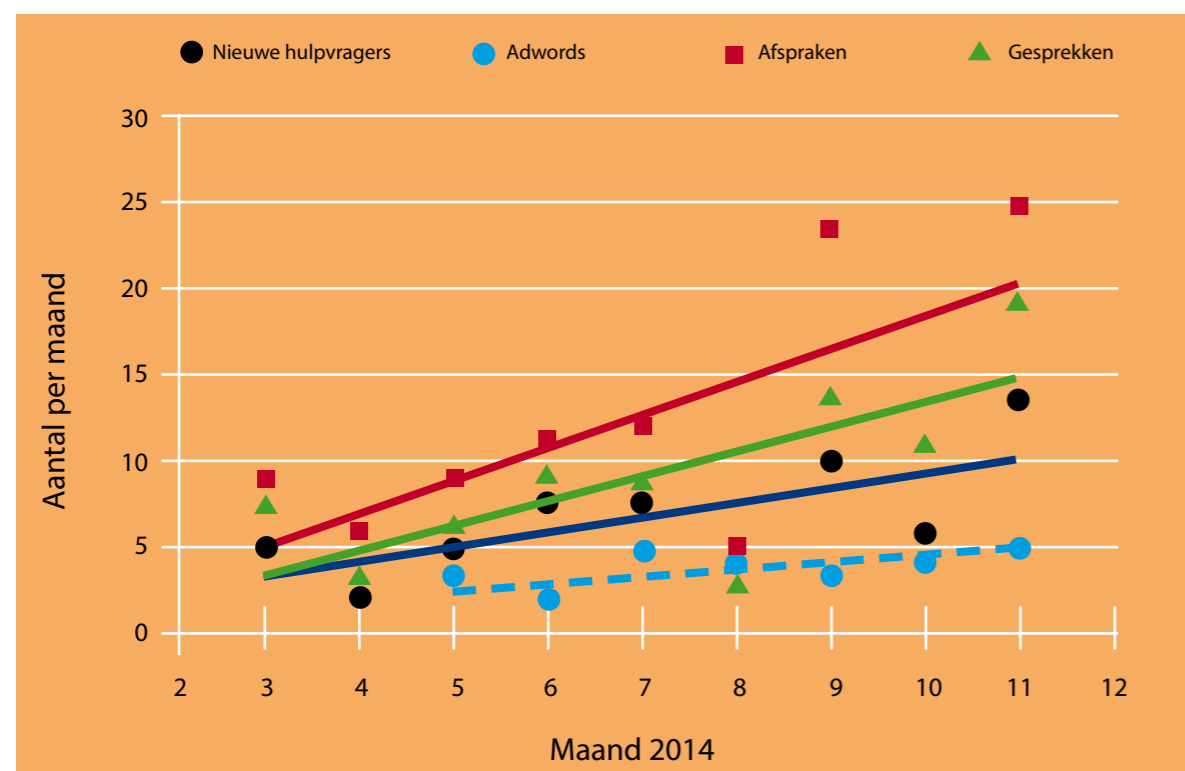
Vanwege de verschillende perioden en looptijden van de vijf projecten zijn alle resultaten omgerekend naar een projectduur van 12 maanden. Dit zijn de 'gecorrigeerde resultaten' in tabel 3. Over een periode van 12 maanden is het de verwachting dat onder de condities van 2014 zich 434 mensen zullen aanmelden, dit is ongeveer 0,20% van het aantal huishoudens. Vermoedelijk zal het werkelijke cijfer hoger liggen omdat mond-tot-mond reclame ook zijn werk zal doen en de projecten meer bekend raken en de opstartperiode achter zich hebben gelaten.

Looptijd 12 maanden	Apeldoorn	Delft	Hellendoorn	Lelystad	Oss	Totaal
Inwoners verzorgingsgebied	155000	100000	36000	76000	70000	437000
Huishoudens	77500	50000	18000	38000	35000	218500
Looptijd spreekuur [maand]	12	12	12	12	12	
Effectieve looptijd [maand]	12	12	12	12	12	
Looptijd Adwords [maand]	12	12	12	12	12	
Spreekuren	96	50	53	45	46	
Aanmeldingen:						
Via Adwords	50*	44	24	60	22	
Via hulpverlening	0	24	55	57	10	
Via folders	10	12	nvt	0	18	
Overig	20	6	0	10	12	
Totaal	80	86	79	127	62	434

Tabel 3: Overzicht gecorrigeerde resultaten lokale wijk pilot projecten 2014

Hoe is de ontwikkeling van een project in het eerste jaar en wat is de prognose? Voor een goede inschatting van de levensvatbaarheid van een project is het van belang het verloop van het aantal hulpvragers, afspraken en gesprekken in de tijd te kennen. In Figuur 3 is van het Delftse project dit verloop weergegeven. De blauwe gestreepte lijn toont het aantal aanmeldingen via de Adwords campagne, dit is ongeveer 50% van het totaal aantal aanmeldingen.

Deze groeiende cijfers tonen dat er sprake is van een project in opbouw. Het project heeft meer tijd nodig om in een gestabiliseerde fase te komen. Aangezien de potentiële doelgroep in Delft ongeveer 25.000 huishoudens telt, is wel duidelijk dat er nog groei mogelijk is. Van de 50.000 huishoudens in Delft zijn er tot op heden ongeveer 2.500 benaderd en hiervan zijn in de eerste 12 maanden ongeveer 100 aanmeldingen te verwachten. Als deze getallen worden geprojecteerd op heel Delft kan het project met het oog op hulpvragers in principe nog 20 keer meer hulpvragers verwachten. De grote uitdaging zal het vinden van voldoende vrijwilligers zijn.



Figuur 3: Aanmeldingen, afspraken en gesprekken op het spreekuur Poen & Papier in 2014 in Delft

4.2 Adwords campagnes

De resultaten van oktober 2014 van de Google adwords campagnes van de vijf locaties zijn weergegeven in Tabel 4 en de relatieve resultaten in Figuur 4. De advertenties zijn in oktober 2014 per locatie 1108 – 4725 keer getoond. Dit aantal vertoningen is primair afhankelijk van het aantal computeraansluitingen per advertentiegebied. Zodra een advertentie op Google wordt getoond kan deze worden aangeklikt. De bezoeker komt dan op een landingspagina op www.uitdeschulden.nu. De verhouding tussen het aantal keren dat de advertentie is aangeklikt en het aantal vertoningen van de advertentie is de Click Ratio. Deze ligt tussen 2,4 en 6,1 %. Een interessante vraag is nu waarom de Click Ratio in Oss en Lelystad veel hoger is dan in Hellendoorn. Hierop wordt later in dit rapport ingegaan.

Plaatsnaam	Vertoningen	Klikken	Click ratio [%]
Oss	2443/2643	150/117	6,1/4,4
Delft	3317/7933	118/155	3,6/2,0
Lelystad	2981/2621	144/147	4,8/5,6
Apeldoorn	4725/4293	162/190	3,4/4,4
Hellendoorn	1108/1539	27/52	2,4/3,4
Totaal	14574/19029	601/661	4,1/4,0

Tabel 4: Resultaten Google Adwords campagnes van 5 locaties in oktober en november 2014

Hoe lang zijn bezoekers op de site www.uitdeschulden.nu gebleven?

Na het aanklikken van de advertentie in Google komen mensen op een landingspagina van een locatie. Van de vijf locaties zijn over een bepaalde periode de resultaten gebundeld, zie Tabel 5. Dit betreft bezoekers die via Google op de site zijn gekomen. In de periode 1 februari 2014 tot 5 november 2014 hebben 14.226 bezoekers de site bezocht. Van de 3225 bezoekers die via Google zijn gearriveerd is 75% nieuw en 25% zijn terugkerende bezoekers. Ruim 900 bezoekers zijn langer dan 30 seconden op de site geweest. Daarvan verblijven 400 personen 3-30 minuten op de site. Nog eens 366 bezoekers verblijven er 1-3 minuten. Vijf procent (dit zijn 766 bezoekers) van de bezoekers verblijft langer dan 1 minuut op de site, de helft hier van blijft langer dan 3-30 minuten. Voor plaatsen zoals Apeldoorn, Delft, Lelystad en Oss zijn dit 500-700 bezoekers op hun landingspagina die vervolgens langer dan één minuut blijven. De resultaten van deze eerste periode zijn te typeren als een aanvangssituatie. Door in de komende jaren gericht acties te plegen in de achterliggende programmering kan kennis worden vergaard over het surfgedrag van mensen en de behoeften m.b.t. kennis en informatie.

Betaald verkeer		Sessies	Paginaweergaven
		3.225	8.135
		% van totaal: 22,67% (14.225)	% van totaal: 14,64% (55.551)
Sessieduur	Sessies	Paginaweergaven	
0-10 seconden	2.088	2.172	
11-30 seconden	197	504	
31-60 seconden	165	521	
61-180 seconden	366	1.728	
181-600 seconden	285	1.998	
601-1800 seconden	115	1.062	
1801+ seconden	9	150	

Tabel 5: Verblifsduur bezoekers uitdeschulden.nu

In Oss ligt dit percentage op 35%.

Het aantal vertoningen in Delft is in november meer dan verdubbeld t.o.v. oktober. Het woord 'Schuldhelpverlening' bleek in november 2439 keer te zijn ingetikt in Google terwijl dit in oktober was het slechts 544 keer ingevoerd. Ook andere zoekwoorden die gerelateerd zijn aan schuldhulpverlening bleken veel vaker te zijn ingetikt. Er wordt nog gezocht naar en verklaring voor deze toename.

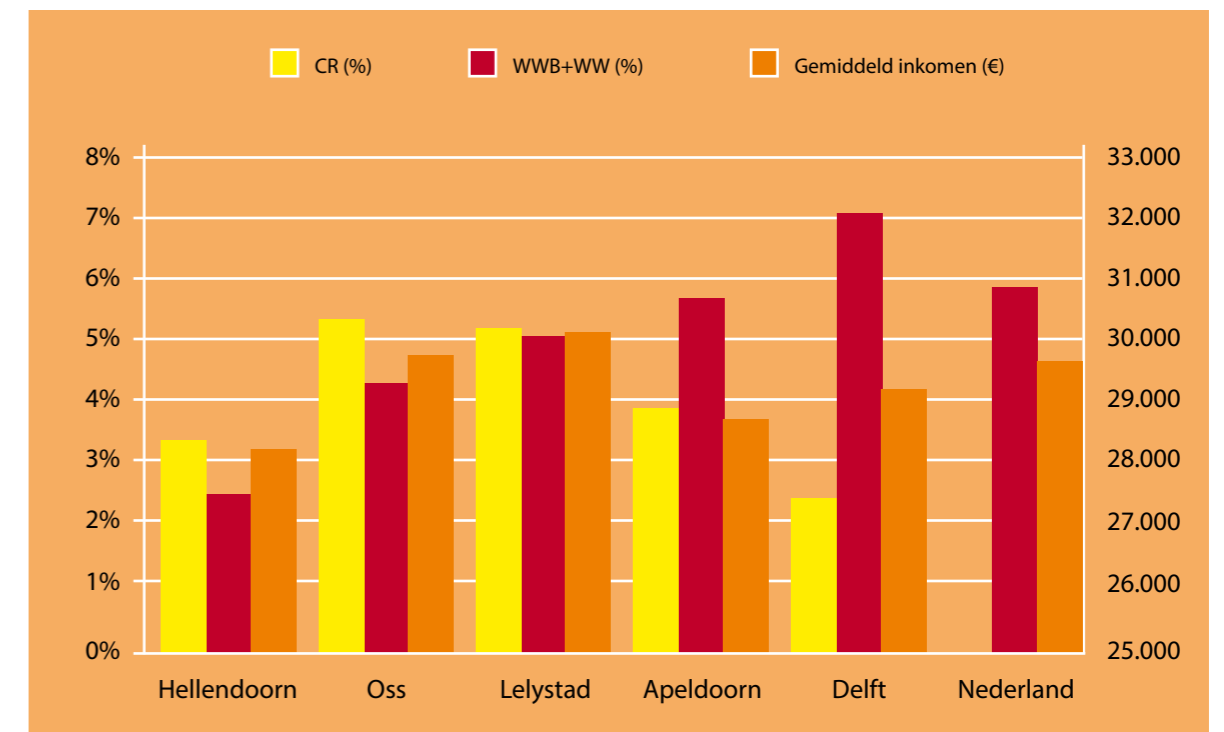
Tabel 6 zijn de resultaten van een Google Adwords campagne in Delft in de periode mei – oktober 2014 weergegeven. De advertentie is 28225 getoond, deze is 882 keer aangeklikt [CR = 3,4%]. Hiervan hebben zich 26 mensen (2,9%) aangemeld en dit heeft geleid tot 19 daadwerkelijke trajecten (2,2%) en 23 persoonlijke ontmoetingen op het spreekuur in de wijkpost. Zeven mensen hebben zich na hun aanmelding van de website terug getrokken, ondanks diverse pogingen van de coördinator bleek er geen contact mogelijk. Zes mensen zijn telefonisch geholpen. Deze 26 aanmeldingen zijn 50% van het totaal aantal aanmeldingen in deze periode. In Oss ligt dit percentage op 35%.

Het aantal vertoningen in Delft is in november meer dan verdubbeld t.o.v. oktober. Het woord 'Schuldhelpverlening' bleek in november 2439 keer te zijn ingetikt in Google terwijl dit in oktober was het slechts 544 keer ingevoerd. Ook andere zoekwoorden die gerelateerd zijn aan schuldhulpverlening bleken veel vaker te zijn ingetikt. Er wordt nog gezocht naar en verklaring voor deze toename.

Adwords campagne Delft				Hulpvragers Poen & Papier		
100.000	Impression	Aangeklikt	CTR	Aanmelding P&P	Realisatie P&P	Aantal bezoeken
mei 2014	3.811	127	3,3%	3	2	2
juni 2014	2.829	93	3,3%	2	1	1
juli 2014	3.025	127	4,2%	5	5	8
aug 2014	3.058	120	3,9%	4	3	5
sep 2014	3.744	142	3,8%	3	1	1
okt 2014	3.825	118	3,1%	4	4	3
nov 2014	7.933	155	2,0%	5	3	3
	28.225	882	3,4%	26 2,9%	19 2,2%	23

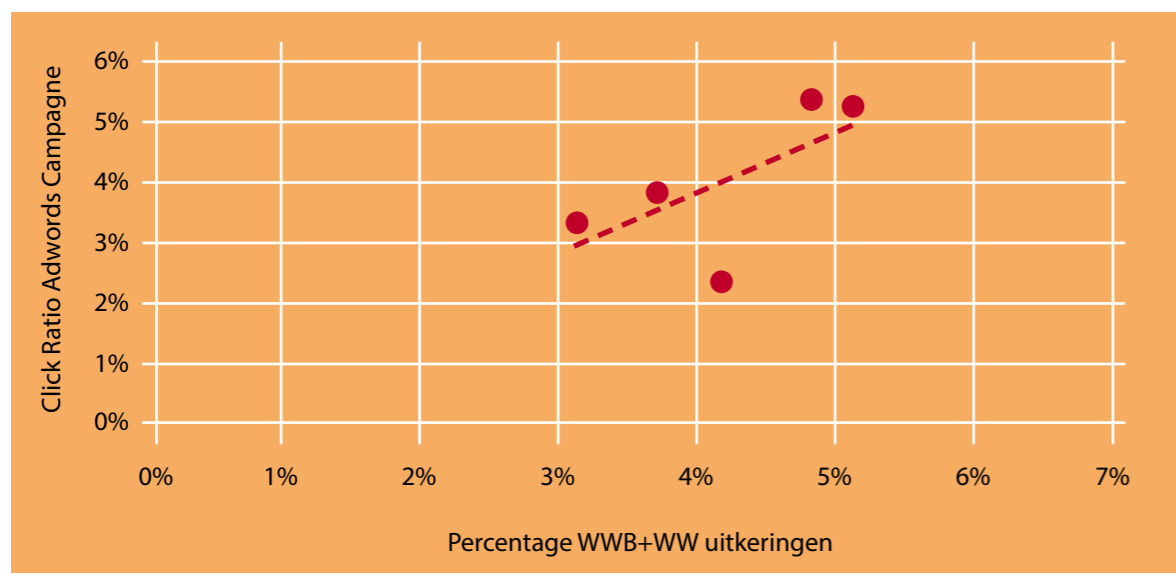
Tabel 6: Resultaten Google Adwords campagne Delft

In Figuur 4 zijn per locatie de click ratio, het aantal WW+WWB uitkeringen en het gemiddelde inkomen per inwoner (bron CBS Statline) van de locaties weergegeven. De Click Ratio lijkt een relatie te hebben met het relatieve aantal WW+WWB uitkeringen van die locatie. In gemeenten waar veel mensen met een WW of WWB uitkering leven hebben Google Adwords campagnes een relatief hoge respons. Hiermee lijkt het verschil in Click Ratio tussen Oss en Lelystad tegenover de Click Ratio van Hellendoorn verklaard. Dit beeld lijkt te worden verstoord door de situatie in Delft.



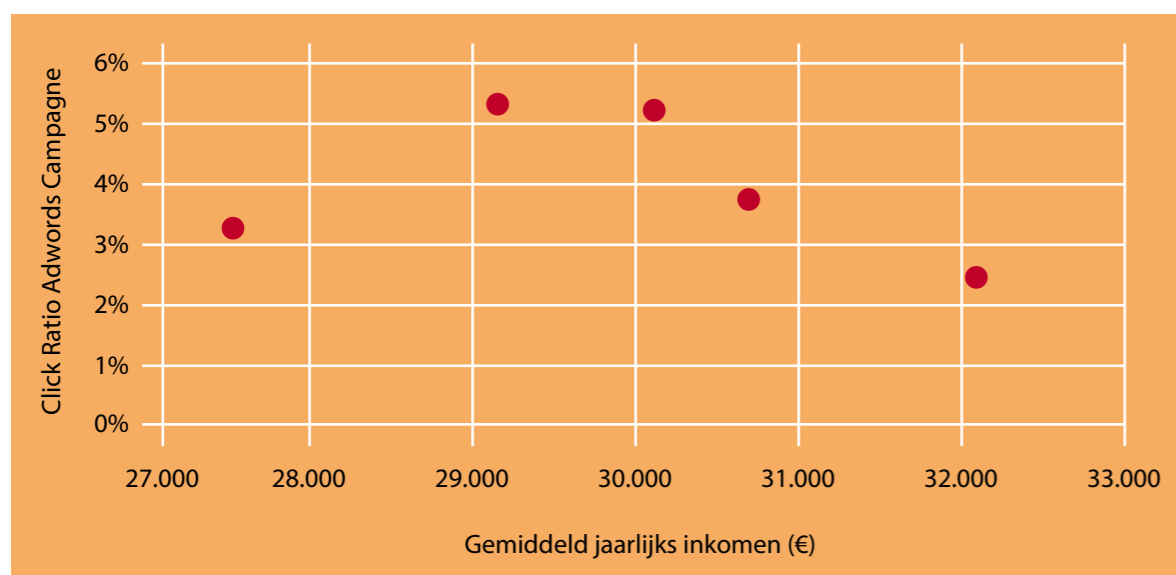
Figuur 4: Resultaten Adwords campagnes en aantal WW+WWB uitkeringen en gemiddeld inkomen inwoner per locatie

Uit de weergave in Figuur 5 blijkt dat de Click Ratio (CR) van een Google Adwords campagne afhankelijk lijkt te zijn van het relatieve aantal WW+WWB uitkeringen in het werkgebied van de campagne. Als voor de éénmalige gebeurtenis in Delft wordt gecorrigeerd stijgt de Click Ratio van 2,4 naar 3,6%. Dit resulteert in een nog betere relatie tussen de CR en het percentage uitkeringen.



Figuur 5: Percentage WW+WWB uitkeringen per locatie en de Click Ratio van de Google Adwords campagnes

In Figuur 6 wordt getoond dat er geen directe relatie lijkt te zijn tussen de Click Ratio en het gemiddeld jaarlijks inkomen per inwoner.



Figuur 6: Gemiddeld jaarlijks inkomen inwoner per locatie en de Click Ratio van de Google Adwords campagnes

4.3 Welke problemen hebben hulpvragers?

In Tabel 7 zijn de primaire problematieken van hulpvragers gerapporteerd. Schuldenproblematiek blijkt op alle locaties veel voor te komen, verder is het scala aan problematieken breed. Dit geeft aan dat minimaal één persoon op het spreekuur aanwezig moet zijn met veel ervaring en kennis van de sociale kaart.

Problematiek	Apeldoorn	Delft	Hellendoorn	Lelystad	Oss
Schulden	6	19	9	9	11
Inkomen/uitkering		1		9	1
Algemene financieel				3	
Toeslagen+heffingskortingen		3		3	2
Budgetteren		3	1		
Hulp bij administratie	1	10	1		3
Informatie+advies	3	3			3
Invullen formulieren		5			
Persoonlijke coaching	1	3	1		1
Overig	1		13	20	10
Totaal	12	47	25	44	31

Tabel 7: Problematieken hulpvragers

De meeste hulpvragers blijken hun papieren niet in een ordner op te bergen. Hun losbladig systeem draagt er aan bij dat ze geen overzicht over hun financiële huishouden hebben. In Delft werd op het spreekuur een ordner met een set van 20 tabbladen en een voorgestelde inhoudsopgave te koop aangeboden voor € 3,-. Over een looptijd van 9 maanden hebben 14 hulpvragers deze aangeschaft (31% van de bezoekers). De volgende reacties werden door hulpvragers gegeven: "Die wil ik hebben", "Dat is handig", "Moet ik die in een winkel kopen?" en "Kan ik nu aanschaffen en betalen?". Deze systematiek blijkt één van de elementen die structuur biedt.



Figuur 7: Opbergmap voor persoonlijke administratie, een vorm van concreet structuur bieden

5 Discussie

Wordt de doelgroep bereikt? De primaire doelgroep in deze projecten zijn mensen zonder schulden of mensen met niet-problematische schulden. Uit de resultaten van Tabel 2 blijkt dat 58% tot de groep preventieve hulpvragers behoort. Hieruit blijkt dat de doelgroep goed wordt bereikt.

Wie worden nog meer bereikt? De overige hulpvragers hebben problematische schulden, hierin zijn twee groepen te onderscheiden. De eerste groep is niet bekend met de reguliere schuldhulpverlening; meestal zijn zij op zoek naar hulp en weten niet van het bestaan van gemeentelijke schuldhulpverlening; zij worden doorverwezen. De tweede groep is afgewezen door de reguliere schuldhulpverlening; meestal hebben zij onvoldoende mogelijkheden of kennis van zaken om de belemmeringen voor reguliere schuldhulpverlening weg te nemen of op te lossen.

Wat valt te melden over de respons? In totaal hebben zich op vijf locaties 164 mensen gemeld met een hulpvraag. Verder stijgt het aantal aanmeldingen nog iedere maand.. Na correctie voor de looptijd en de opstart van de projecten is de verwachting dat per kalenderjaar 600-900 hulpvragers zich op de vijf locaties zullen melden. Dit is 0,3 – 0,4% van het totaal aantal huishoudens. Voor de reguliere schuldhulpverlening die door NVVK leden in Nederland wordt geboden ligt dit percentage op 1,2%. Aangezien de NVVK sinds 1932 actief is, mag de score van 0,3 - 0,4% van deze startende wijkprojecten als substantieel worden gekwalificeerd.

Welk deel van de doelgroep wordt bereikt? Uit de literatuurstudie 'Schuldpreventie en Vroegsignalering' [SchuldHulpMaatje2014] blijkt dat bijna vier miljoen huishoudens (50%) geen of te weinig financiële reserves hebben; deze groep is gebaat met preventieve hulp. In het eerste jaar van deze wijk-pilotprojecten zijn slechts 0,2% van de lokale huishoudens bereikt. Deze cijfers geven aan dat de projecten nog sterk kunnen groeien.

Waarom melden mensen met financiële problemen zich niet of te laat bij de (schuld)hulpverlening? Ongeveer 50% van de Nederlandse huishoudens zou gebaat zijn met ondersteuning en hulp op financieel gebied. Slechts 5% heeft zich de afgelopen drie jaren bij NVVK-leden gemeld. Naar de oorzaken van dit lage percentage mensen dat zich meldt voor hulpverlening is geen onderzoek gedaan. Een veel gehoorde reden is dat mensen zich schamen om openheid van zaken te geven, er ligt een groot taboe op het onderwerp 'geld'. Ook toegeven dat het niet is gelukt om financieel het hoofd boven water te houden wordt vaak gemeld. Maar slechte ervaringen met schuldhulpverlening, ontkenning van het probleem, trots, onwetendheid, onbekendheid met SHV, onvermogen tot stellen van de hulpvraag en onvoldoende bereid zijn om aan voorwaarden van de SHV te voldoen zouden ook oorzaken kunnen zijn. Van de personen die zich op een spreekuur hebben gemeld blijkt de meerderheid de gemeentelijke schuldhulpverlening niet te kennen of niet nodig

te hebben. Het in beweging brengen van de ruim 3 miljoen huishoudens die onvoldoende financiële reserves hebben, lijkt dan ook onontgonnen gebied. Waarom ligt er een taboe op geldzaken en op het inroepen van hulp? Een psychologische studie over het onderwerp 'geld en taboe' geeft mogelijk meer inzicht in de redenen van mensen om zich niet te melden bij de hulpverlening.

Hoe komen hulpvragers in beweging? Dat is één van de belangrijkste vragen in dit project omdat potentieel grote groepen mensen gebaat zijn bij deze hulp. In de vijf wijkprojecten zijn hulpvragers op verschillende manieren benaderd. Wat lijkt goed te werken? Adwords campagnes blijken substantiële aantallen hulpvragers op te leveren. In Delft hebben zich over een periode van 6 maanden 22 hulpvragers via deze campagne gemeld, dit was 50% van het totaal aantal aanmelders in die periode. In Oss betrof het 11 hulpvragers en bedroeg dit percentage 35%. Verder blijkt dat bekendmaking van het project bij ketenpartners en sociale wijkteams en daar folders achterlaten ook goed werkt. Zij ontmoeten veel hulpvragers die de sociale kaart niet kennen en zij kunnen goed doorverwijzen en hulpvragers motiveren. De bekendmaking van deze projecten in de sociale wijkteams vormt een belangrijke stap in de uitrol van een project. Verder levert het plaatsen van folders in openbare gelegenheden (bibliotheken, buurthuizen etc.) ook een aantal hulpvragers op. Ook blijkt een actieve benadering van potentiële hulpvragers te werken. In Lelystad heeft men cliënten van de Voedselbank die nog geen aanvullende hulpverlening kregen schriftelijk uitgenodigd. Over een periode van 9 maanden zijn 46 mensen uitgenodigd, 31 hebben daadwerkelijk persoonlijke begeleiding bij hun financiële huishouden gekregen

Welke werkwijzen voor het bereiken van de doelgroep hebben minder succes? Folderen in de wijk (met of zonder persoonlijke aandacht) blijkt een korte periode een zeer geringe respons op te leveren. In Apeldoorn zijn 11.000 folders huis-aan-huis verspreid; dit heeft vijf reacties opgeleverd. In Oss zijn 11.000 folders huis-aan-huis verspreid; dit heeft negen reacties opgeleverd. In Delft is op ongeveer 400 adressen in de wijk aangeboden. Vervolgens is de folder aangeboden en is een zeer korte toelichting van het project gegeven. Deze actie heeft in de weken daarna vier hulpvragers opgeleverd, daarna is het stil gebleven. Het folderen in een Delfts winkelcentrum waarbij mensen persoonlijk werden benaderd bleek geen succes. Mensen zijn bezig met hun inkopen en het merendeel wil niet lastig gevallen worden door een wildvreemd persoon. Verder levert éénmalige bekendmaking van het project in de lokale pers nauwelijks of geen hulpvragers op.

Sluit een inloopspreekuur aan bij een sociaal wijkteam? Een inloopspreekuur voor preventieve hulp op gebied van financiën en administratie blijkt zeer goed aan te sluiten bij de werkwijze van een sociaal wijkteam. Hulpvragers, eventueel een eerste keer vergezeld door een professionele hulpverlener, kunnen gewoon binnen lopen en hun vragen stellen. Voor wat betreft financiën en administratie kan een sociaal wijkteam dus steunen op deze hulpverlening waardoor zij zich meer kunnen richten op de hulpvrager. Het aanhouden van een vaste locatie en tijdstippen is noodzakelijk omdat na verloop van tijd bekend is dat op een bepaalde dag/tijdstip hulpverlening beschikbaar is.

Passen vraag en aanbod bij elkaar? De vragen van hulpvragers en de mogelijkheden van vrijwilligers passen in de meeste gevallen goed bij elkaar maar vrijwilligers hebben wel een goede coaching van een coördinator nodig. Bij voorkeur tijdens het spreekuur. Een belangrijke randvoorwaarde in dit geheel is het door de vrijwilliger (h)erkennen van de eigen (on)mogelijkheden en grenzen van de vrijwilligersorganisatie. Dit betekent dat bij een te grote hulpvraag andere hulpverlening ingeschakeld moet worden. Verder blijkt het merendeel van de bezoekers niet te kunnen bepalen welke instantie het beste kan helpen. Als zij zich melden bij een inloopspreekuur dan is dat het moment om die persoon te ontvangen, de hulpvraag te ontdekken en indien nodig via warme overdracht naar de juiste hulpverlener door te verwijzen.

Wat is de meerwaarde van een professionele coördinator? Een professionele coördinator kan de benodigde kennis en coaching op een spreekuur inbrengen en continuïteit bieden. Tijdens deze projecten is gebleken dat problemen voor vrijwilligers soms te complex zijn. Ook blijken zij de sociale kaart beperkt te kennen, hiervoor is jarenlange ervaring nodig. De kwaliteit van de hulpverlening op een spreekuur wordt grotendeels bepaald door het gezamenlijke kennis- en ervaringsniveau van de coördinator en de vrijwilligers.

Zijn er voor- of nadelen ervaren bij spreekuren overdag of tijdens de avonduren? In Apeldoorn zijn zowel overdag als 's avonds spreekuren gehouden. Overdag heeft 67% zich gemeld en de resterende 33% in de avonduren. In Delft gaven vooral oudere mensen aan de avond een probleem te vinden omdat ze zich niet veilig op straat weten. Daarentegen vonden mensen met een betaalde baan het prettig om buiten werkuren geholpen te kunnen worden. Het in de avonduren niet kunnen communiceren met instanties blijkt ook voordelen te hebben; de geboden dienstverlening blijft automatisch beperkt en impliceert dat hulpvragers zelf contact kunnen opnemen.

Is effectieve hulpverlening op een spreekuur mogelijk? Op een inloopspreekuur blijkt de diversiteit aan vragen en problemen groot. Een gemiddelde vrijwilliger blijkt vaak overvraagd en moet het vermogen hebben om uitstel te vragen om daarna dingen uit te zoeken. Ook is het voeren van een intakegesprek een speciale vaardigheid die niet door alle vrijwilligers wordt beheerst. Dan blijkt dat een ervaren vrijwilliger of coördinator nodig is. Van één locatie kwam het volgende commentaar: "In het merendeel van de gevallen konden de vrijwilligers voldoen aan de vragen die werden gesteld. Dit is mede te danken aan de aanwezigheid van de coördinator die als klankbord en vraagbaak fungeert maar ook als facilitator van het project. Begeleiding van een coördinator is een essentiële randvoorwaarde voor het welslagen van het project". Dit betekent dat zo'n project is weggelegd voor vrijwilligers die al geruime tijd hulpvragers begeleiden en een volgende stap willen maken. Verder blijkt in de praktijk dat flankerende hulp bieden op een spreekuur andere vaardigheden van vrijwilligers vraagt dan het verlenen van meer intensieve hulp aan huis. Op een spreekuur is men meer bezig met informatie verstrekken en de weg wijzen terwijl hulp aan huis intensiever is en meer sturend is naar een einddoel. Vrijwilligers hebben zelf ook aangegeven dat zij meer kennis nodig hebben om goed hun werk te kunnen doen op een inloopspreekuur. In Tabel 8 zijn

de sterke en zwakke punten van vrijwilligers op een spreekuur weergegeven. De zwakke punten van vrijwilligers zijn onderwerpen die onderdeel moeten worden van de te ontwikkelen training.

Sterke punten	Zwakke punten
Luisterend oor	Interview vaardigheden en probleemanalyse*
Voldoende tijd	Kennis van de sociale kaart en doorverwijzen
Empathie	Communiceren met overige hulpverlening
Postbehandeling	Kennis inkomensregelingen
Administratie ordenen	Opstellen actieplan hulpvrager
Overzichten inkomsten/uitgaven maken	Aansturen en motiveren van hulpvragers
Schuldenoverzicht opstellen	Flankerende hulp bieden
Intensieve hulp bieden	

Tabel 8: Sterke en zwakke punten van SchuldHulpMaatjes op een spreekuur

Hulpvragers ervaren een luisterend oor en 'gezien worden' als één van de belangrijkste dingen. Zij mogen hun verhaal doen zonder dat er op de klok wordt gekeken en bij tijdgebrek is een vervolgesprek mogelijk. Er kan op deze manier een vertrouwensband groeien. Hiervoor is een afgesloten spreekkamer een vereiste omdat zowel de hulpvrager als de hulpverlener een veilige omgeving wensen waarin aandacht voor elkaar en concentratie een grote rol spelen. Het samen met de hulpvrager ordenen van de administratie, het openen van de post en het maken van overzichten van inkomsten en uitgaven worden over het algemeen zeer gewaardeerd. Dit zijn herkenbare maar voor de hulpvrager vaak moeilijke handelingen. Een aantal hulpvragers neemt vervolgens zelfstandig nieuwe stappen. Een ander deel houdt het na 1 of 2 bezoeken al voor gezien. Bij telefonische navraag blijkt vaak dat mensen 'toch geen hulp nodig hebben' of 'de problemen zelf opgelost hebben'. Er is echter ook een groep hulpvragers die de voorgestelde werkwijze niet wil accepteren en tot de conclusie komt dat zij hun problemen zelf willen oplossen.

Welke schade is voorkomen? Kwantificering van de voorkomen schade in een geldbedrag is een aparte studie en valt buiten de doelstellingen van dit project. Toch kan een indruk van de voorkomen schade worden geschetst. In dit project is gebleken dat veel hulpvragers zich voor de eerste keer met hun vragen melden, de drempel van het inloopspreekuur blijkt in de praktijk niet hoog. Het feit dat zij zich eerst kunnen oriënteren, hun vragen kunnen stellen en informatie kunnen krijgen maakt dat zij zich snel op hun gemak voelen en vaak na het eerste gesprek opgelucht naar huis toe gaan. Op de vijf locaties hebben zich 164 mensen gemeld, hiervan blijkt 58% dat in een vroegtijdig stadium te hebben gedaan, zij hebben nog geen problematische schulden. Hieruit blijkt dat de (inloop)sprekuren van SchuldHulpMaatje hebben geleid tot het bereiken van de doelgroep en dat schade bij een aantal mensen is voorkomen. Hierna volgt een schatting van de kosten en baten.

Welke kosten worden gemaakt? En wat zijn de baten? Een belangrijke vraag betreft de kosten en baten van een project. Loont investeren in preventie? De kosten van een inloopspreekuur op een dagdeel met een betaalde coördinator (incl. voorbereiding en nazorg) en getrainde vrijwilligers zijn ongeveer € 25.000,- per jaar. Verder wordt het aantal hulpvragers op 125 geschat, zij bezoeken gemiddeld twee keer het spreekuur. Dat betekent dat per hulpvrager € 200,- wordt gespendeerd.

Hoe verhouden de kosten van een inloopspreekuur t.o.v. reguliere schuldhulpverlening? In Delft is het budget voor schuldhulpverlening ongeveer 1,6 miljoen euro per jaar. Jaarlijks melden zich ongeveer 750 mensen bij de Financiële Winkel (1,5% v/h totaal aantal huishoudens). Dit betekent dat per aanmelder een gemiddeld bedrag van € 2133,- aan schuldhulpverlening wordt besteed. De kosten van € 200,- per aanmelder op een inloopspreekuur maakt deze hulpverlening financieel aantrekkelijk.

Welke kosten zijn vermeden? In dit project is dat niet geregistreerd, daarom volgt nu een schatting op basis van een bezoekersaantal van 125 per jaar. De totale vermeden kosten van het gebruik van schuldhulpverlening van 5 personen (€ 100.000,-) en voorkomen huisuitzetting + crisisopvang van 2 personen (€ 40.000,-) zijn € 140.000,-. De kosten van een inloopspreekuur zijn ca € 25.000,- per jaar. Een inloopspreekuur met vrijwilligers leidt dan tot een verlaging van maatschappelijke kosten van € 115.000,- per jaar. De indirecte kosten t.g.v. extra ziekteverzuim, verminderde arbeidsproductiviteit, medische kosten en langer gebruik moeten maken van sociale voorzieningen zijn niet meegerekend.

Waarom is een inloopspreekuur kosteneffectief? In de praktijk besluiten hulpvragers na 1 of 2 bezoeken of zij wel of niet doorgaan met de voorgestelde koers die moet leiden tot meer financiële stabiliteit. Het inloopspreekuur is dus een prima middel om hulpvragers snel, effectief, op maat en goedkoop eerste hulp te verlenen. Dit gebeurt in de vorm van het verstrekken van informatie, het beantwoorden van vragen en schetsen van mogelijke oplossingen voor problemen. Voor hulpvragers is het verder een goede mogelijkheid om zich te oriënteren op de hulpverlening en de bijbehorende voorwaarden; Met deze informatie kunnen zij besluiten de hulpvraag wel of niet door te zetten. Er is een substantiële groep hulpvragers die het bij één oriënterend bezoek houdt maar nog geen financiële stabiliteit heeft bereikt. De voorgestelde werkwijze van SchuldHulpMaatje sluit blijkbaar niet aan bij hun verwachtingen. In de praktijk is het in kaart brengen van de actuele financiële situatie en het verleggen van de financiële koers (nog) geen haalbare kaart voor deze hulpvragers. Mogelijk op een later tijdstip wel. Vrijwilligers en coördinatoren moeten beseffen dat hun houding en gedrag naar de hulpvrager doorslaggevend kan zijn voor de hulpvrager voor een vervolgbezoek.

Voorziet het project in een behoefte? Hulpvragers geven aan dat zij het prettig vinden om gehoord te worden en geholpen met hun financiële huishouden. Hulp vragen leidt er toe dat de zorgen van een hulpvrager in een bepaald perspectief worden geplaatst en dat lucht op. Veel hulpvragers

zijn met een beperkt aantal bezoeken voldoende geholpen. Mogelijk is het ontvangen van antwoorden op de gestelde vragen al voldoende om zelfstandig verder te gaan. Vanuit Oss werd het volgende gemeld:

- a. 25% van de mensen die binnenkomen hebben problematische schulden
- b. 10% van de mensen die binnenkomen verkeren in een crisissituatie
- c. 50% van de mensen die binnenkomen kunnen in relatieve korte tijd weer op de goede spoor gezet worden.
- d. 15% van de mensen die binnenkomen hebben alleen behoefte aan een luisterend oor en gaan daarna vaak opgelucht weer weg.

Werkt het project alleen in de wijk en kan het project in andere wijken plaatsvinden? In Delft en Oss blijkt ongeveer 33% van de hulpvragers in de wijk van de spreekuurlocatie te wonen, de overige 66% komt uit de gehele stad. De Adwords campagne en de verspreiding van de folders over de stad maakt dat meer mensen zich melden. De folderactie in de buurt, de informatieverstrekking van de woningcorporatie aan de huurders en het aanwezig zijn in de buurt hebben eigenlijk geen merkbare effecten veroorzaakt, buurtbewoners kwamen niet spontaan binnen lopen; De beperkte openingstijden in de avonduren zijn daar waarschijnlijk ook een oorzaak van.

Wat zijn aandachtspunten bij laagdrempelige hulpverlening? Het aanbod van laagdrempelige hulpverlening op inloopsprekuren kan bij hulpvragers onbewust een indruk wekken dat de oplossingen voor problemen ook laagdrempelig zijn. Dat is vaak niet het geval, de oplossingen vragen veel van de hulpvragers, ook op de lange termijn. Structuur, discipline, inzet, doorzettingsvermogen en zelfbeheersing zijn ingrediënten van die toekomstige oplossing.

Wanneer is de hulpverlening op een inloopspreekuur effectief? Hulpverlening is pas effectief als de hulpvrager deze begrijpt, accepteert en uitvoert. Bij de start van een hulpverleningstraject is meestal sprake van chaos en onoverzichtelijkheid. Dan blijkt dat het ordenen van de administratie en het maken van overzichten voor velen al heel veel rust brengt. Daarna start het schetsen van een aantal opties voor oplossingen. Het is dan aan de hulpvrager een keus te doen. Daarbij is een actieve betrokkenheid van de hulpvrager bij de eigen financiële huishouding noodzakelijk. Deze betrokkenheid is één van de voorwaarden voor zelfredzaamheid. Hulpvragers moeten overzicht en inzicht krijgen in hun eigen financiële situatie, vragen kunnen formuleren, de adviezen doorgronden, keuzes maken, acties uitvoeren en de gekozen weg blijven volgen. De hulpverlening moet dus bij de vragen van hulpvragers aansluiten. Inloopsprekuren waar vragen direct beantwoord kunnen worden maakt effectieve hulpverlening mogelijk.

Is voortzetting van het project zinvol? Alle locaties geven aan dat zij het project in 2015 graag willen voortzetten en zij zullen zich hier voor inspannen. Vrijwilligers geven expliciet aan dat zij gemotiveerd zijn voor dit preventieproject te werken. De lokale projectleiders zien deze pilot als een eerste start en hebben vertrouwen in het concept omdat het aantal aanmeldingen blijft groeien. In de praktijk blijken hulpvragers de dienstverlening te waarderen en veel preventieve hulpverlening vindt plaats. Het verhogen van de bezoekersaantallen is gezien de potentiële doelgroep heel goed mogelijk; de kennis en ervaringen van dit project kunnen daar een bijdrage aan leveren. Een schets van een landelijke uitrol is bij de aanbevelingen geschetst.

6 Conclusies

SchuldHulpMaatje heeft in 2014 twee pilotprojecten op het gebied van 'Schuldpreventie en Vroegsignalering' uitgevoerd. Eén project bestaat uit vijf wijkprojecten die op 5 locaties in Nederland zijn uitgevoerd. Door middel van (inloop)sprekuren in woonwijken en verschillende vormen van communicatie naar burgers hebben vrijwilligers mensen geholpen met hun financiële huishouding.

Uitgaande van de vijf doelstellingen van dit project kan worden geconcludeerd dat deze zijn bereikt. Dit blijkt uit:

- a) Een inloopsprekuren blijkt door een groot aantal hulpvragers te worden gebruikt voor preventieve vragen op financieel gebied en deze preventieve hulpverlening is mogelijk. Van de bereikte hulpvragers heeft 58% geen problematische schulden, de overige 42% heeft dat wel en heeft curatieve hulpverlening nodig. Ongeveer 30% van de aanmeldingen heeft geleid tot voltooide dienstverlening, dit aandeel zal waarschijnlijk stijgen tot 50% omdat een aantal trajecten nog niet is afgerond. Dit betekent dat (inloop)sprekuren een goed preventiemiddel zijn en voorkomen dat hulpvragers in problematische schuldsituaties belanden.
- b) Google Adwords campagnes met een effectieve looptijd van zes maanden hebben in Oss en Delft respectievelijk 11 en 22 aanmeldingen op het spreekuur opgeleverd; dit is 35 en 50% van het totaal aantal lokale aanmeldingen in die periode. Deze campagnes blijken een zeer krachtig middel om in contact te komen met hulpvragers. De Click Ratio (CR) van een Google Adwords campagne lijkt evenredig te zijn met het relatieve aantal WW+WWB uitkeringen in het werkgebied van de campagne; Het is dan ook aannemelijk dat Adwords campagnes in gebieden met hoge werkloosheid relatief veel aanmeldingen op het spreekuur zullen opleveren.
- c) Het opzetten van inloopsprekuren en het selecteren van passende locaties is goed gelukt. Effectieve hulpverlening door vrijwilligers op een spreekuur is mogelijk als zij goede coaching ontvangen en de grenzen van hun organisatie en hun eigen grenzen kennen en toepassen. Een zeer belangrijke rol is weggelegd voor een professionele en gekwalificeerde coördinator. Hij/zij kan kennis, kunde inbrengen en moet een netwerk hebben en gebruiken. Een grote meerwaarde van vrijwilligers is dat zij op een spreekuur met de hulpvrager de administratie kunnen ordenen, overzichten van inkomsten en uitgaven opstellen en de weg wijzen naar andere hulpverlening.

- d) De vrijwilligers van SchuldHulpMaatje zijn getraind om intensieve hulpverlening aan huis te bieden, deze hulpverlening is anders van karakter dan de 'flankerende hulp' op een inloopspreekuur. Een opleiding voor vrijwilligers die op een spreekuur werkzaam zijn waarin specifieke vaardigheden (zoals interviewtechniek) worden getraind is gewenst.
- e) Een voorkeurstijdstip voor een spreekuur lijkt niet duidelijk naar voren te komen omdat specifieke doelgroepen eigen wensen hebben. Zowel overdag als 's avonds worden de spreekuren door hulpvragers bezocht. Ouderen voelen zich veiliger bij daglicht en mensen met een betaalde baan hebben een voorkeur voor de avonden. De locatie van een spreekuur blijkt in de praktijk niet erg van belang te zijn want de mensen die op zoek zijn naar hulp blijken naar de locatie te komen.
- f) De respons op de vijf pilotprojecten is 0,17 – 0,33% van het totaal aantal lokale huishoudens en deze is groeiende. Deze resultaten zijn voor een project dat zich in een opstartfase bevindt zeer positief en hoopvol.
- g) Verschillende manieren van toeleiding naar het inloopspreekuur zijn toegepast en geregistreerd. Structurele, frequente en gerichte berichtgeving werkt goed. Dit blijkt uit Adwords campagnes, bekendmaking van het project in het professionele werkveld, actieve benadering van bepaalde doelgroepen alsook folders neerleggen op openbare locaties. Incidentele berichtgeving blijkt weinig effectief. Verspreiding van folders in de wijk en bekendmaking in de lokale pers levert zeer weinig reacties op.
- h) Op een inloopspreekuur is een deel van de hulpvragers met problematische schulden onbekend met de reguliere (schuld)hulpverlening. Het inloopspreekuur fungeert dan als een toeleiding naar de gemeentelijke schuldhulpverlening waar zaken voorbereid kunnen worden.
- i) De vijf projecten zijn lokaal goed ontvangen door gemeenten, sociale wijkteams en hulpverleningsinstanties, er is zeer positief gereageerd. Het concept blijkt goed aan te sluiten bij de doelstellingen van de WMO en bij de werkwijzen van sociale wijkteams. De noodzaak van preventie & vroegsignalering wordt (h)erkend. Men wil samenwerken. Deze samenwerking draagt sterk bij aan vroegsignalering.
- j) Een inloopspreekuur is een concrete invulling van preventieactiviteiten die past binnen de kaders van de Wet Gemeentelijke Schuldhulpverlening

Verder kan uit de resultaten van deze projecten het volgende worden geconcludeerd:

- k) Gezien het aantal hulpvragers op een preventiespreekuur en de geboden dienstverlening kan worden gesteld dat spreekuren met vrijwilligers zeer goed aansluiten bij behoeften van hulpvragers. Informatie en advies en het opzetten van een administratie zijn de meest gevraagde zaken. Ook kunnen inkomsten, uitgaven en eventuele schulden in kaart worden gebracht.
- l) Inloopspreekuren zijn laagdrempelig en voor hulpvragers zijn het in veel gevallen 'de eerste momenten van contact met de hulpverlening'. Verder zijn het 'momenten van ondersteuning en begeleiding' en kan de hulpvrager zijn/haar verhaal kwijt. Met deze informatie kan zo nodig een gefundeerde doorverwijzing naar de gemeentelijke schuldhulpverlening plaatsvinden.
- m) De vijf wijk-pilotprojecten hebben in 2014 in de opstartfase met een looptijd van zeven maanden 169 aanmeldingen ontvangen. Er is sprake van een stijgende trend. Voor een eerste jaar is dit een hoopvol resultaat. Het is de verwachting dat het aantal aanmeldingen nog verder zal groeien omdat de projecten meer bekend raken. Andere hulpverleners beginnen de preventieprojecten te ontdekken. Op termijn worden met de huidige inspanningen jaarlijks 600-1000 aanmeldingen in deze vijf locaties verwacht.
- n) Het organiseren van inloopspreekuren voor mensen met vragen op gebied van hun financiële huishouden brengt een nieuwe groep mensen eerder in beweging. Deze mensen zijn niet bekend met de gemeentelijke schuldhulpverlening of hebben deze niet nodig. Zij zijn door hulpverleners, hun eigen netwerk of via internet op de hoogte gebracht.
- o) Sommige hulpvragers houden ondanks hun grote problemen het na een eerste bezoek voor gezien. Schijnbaar sluit de geboden hulpverlening niet aan bij hun verwachtingen. Coördinatoren en vrijwilligers moeten zich hier van bewust zijn. Effectieve hulpverlening op een inloopspreekuur is alleen mogelijk als deze aansluit bij de mogelijkheden van hulpvragers en zij betrokkenheid tonen bij hun eigen situatie. Dit betekent dat goede voorlichting tijdens een eerste bezoek gewenst is zodat hulpvragers snel keuzes kunnen maken. Ook de mogelijkheid om pas in een later stadium op het hulpaanbod in te gaan moet duidelijk worden aangeboden.
- p) Een inloopspreekuur is kosteneffectief omdat hulpvragers zich kunnen oriënteren en laten informeren zodat zij na het eerste bezoek kunnen besluiten de hulpvraag wel of niet door te zetten. Er is een substantiële groep hulpvragers die het bij één oriënterend bezoek houdt maar nog geen financiële stabiliteit heeft bereikt. Vrijwilligers en coördinatoren moeten beseffen dat deze hulpvragers meer tijd nodig hebben om de koers van hun financiële huishouden te verleggen. Met een open houding naar de hulpvrager wordt de drempel van een vervolgebzoek verlaagd.

- q) Het is de verwachting dat een preventiespreekuur zeer veel maatschappelijke kosten bespaard. Voor een inloopspreekuur van een dagdeel wordt deze vermeden kosten geschat op € 115.000,-. Ook zullen indirecte kosten verminderen.
- r) Voor een snelle start van een project met een spreekuur zijn naast de reguliere zaken van het spreekuur gerichte acties nodig voor het activeren van de doelgroep. Uit de gebruikte methoden om de doelgroepen te bereiken blijkt dat een algemene benadering van een groep een lage respons oplevert, de folderacties in de wijken hebben dit duidelijk gemaakt. Het doelgericht benaderen lijkt effectiever, dit is gebleken uit het aantal aanmelders dat via het netwerk van sociale wijkteams en hulpverleningsinstanties en via de Adwords campagnes zich heeft gemeld. Ook leiden Google Adwords campagnes hulpzoekers naar websites die informatie bieden. Vijf procent van de 14.425 unieke bezoekers die over een periode van 7 maanden via Google is aanbeland bij de advertentie, verblijft langer dan 1 minuut op www.uitdeschulden.nl, de helft hier van blijft langer dan 3-30 minuten.
- s) Het aantal aanmeldingen op de inloopsprekuren is in verhouding tot het aantal huishoudens dat hulp kan gebruiken erg laag. Vermoedelijk is onbekendheid met deze hulpverlening de belangrijkste oorzaak. Verder speelt schaamte een rol en rust er een taboe op het bespreken van financiële zaken.
- t) Voortzetting van de lokale projecten is noodzakelijk omdat de projecten nog onvoldoende bekendheid genieten en de bezoekersaantallen nog groeien. Verder blijkt uit de reacties van hulpvragers dat zij de hulpverlening zeer waardevol vinden. De vijf pilot locaties hebben de wens en het voornemen deze projecten te continueren en zo mogelijk uit te breiden.

7 Aanbevelingen

Preventiespreekuur past goed bij huidige wijkaanpak. De transitie naar wijkteams in de zorg- en welzijnssector biedt veel kansen. Deze teams kunnen bij uitstek vroegsignalering invulling geven en kunnen mensen wijzen op het bestaan van een inloopspreekuur waar zij hun vragen kunnen stellen over hun administratie en financiën. Aansluiting van preventiesprekuren bij wijkteams wordt dan ook sterk aanbevolen. Het is belangrijk de geboden dienstverlening van een inloopspreekuur aan de leden van een wijkteam toe te lichten zodat onnodige doorverwijzingen worden voorkomen. Ook is open communicatie en afstemming tussen de hulpverleners nodig.

Het concept van een preventiespreekuur is sterk en kan worden uitgerold naar 40-60 locaties. Veel hulpvragers die preventieve hulp nodig hebben, hebben de inloopsprekuren bezocht. Door verschillende manieren van toeleiding te monitoren is zicht verkregen op (in)effectieve toeleiding. Zowel coördinatoren als vrijwilligers zien veel toekomstperspectief in dit type project. De eigen kracht van hulpvragers wordt aangesproken en de zelfregie wordt gestimuleerd. Daarnaast sluit het concept goed aan bij het bestaande WMO-beleid en de overige hulpverlening. De looptijd van het project is te kort geweest en daarom wordt aanbevolen deze projecten voort te zetten. Tegelijkertijd kan het concept relatief eenvoudig worden uitgerold naar 40-60 locaties, een looptijd van drie jaar voor deze eerste fase is noodzakelijk.

Investeren in training en opleiding van coördinatoren is noodzakelijk. De effectiviteit van de hulpverlening op een inloopspreekuur valt of staat met de kennis en kunde van de medewerkers. SchuldHulpMaatje biedt al een platform voor opleidingen en veel medewerkers beschikken al over een deel van de benodigde kwalificaties. Een aanvullend trainingsprogramma, dat gecertificeerde en gekwalificeerde mensen met specifieke vaardigheden opleidt, moet worden ontwikkeld. Mogelijke onderwerpen die in de training aan bod moeten komen zijn: Gespreksvoering incl. rapportage, sociale kaart en doorverwijzen, communicatieve vaardigheden en vergaren van domeinkennis. Een professionele coördinator wordt aanbevolen omdat deze continuïteit en kwaliteit kan bieden.

Voor betere doorgang van de doelgroep is onderzoek nodig op het gebied van 'geld en taboe'. Mensen met financiële problemen blijken niet gemakkelijk over geld en hun financiële problemen te spreken, ook meldt het merendeel zich niet bij de hulpverlening. Deze kennis over 'geld en taboe' kan worden verwerkt in communicatiecampagnes die als doel moeten hebben mensen zonder problematische schulden te activeren zodat zij met hun financiële huishouden aan de slag gaan.

Literatuur

- [Jungmann2011] Schuldpreventiewijzer; Over het belang van schuldpromotie en de mogelijkheden om daar lokaal invulling aan te geven, Jungmann & van Iperen, februari 2011
- (Jungmann2014) Preventiebundel, Acht werkwijzers voor effectieve schuldpromotie; Jungmann et.al., juni 2014
- [SchuldHulpMaatje2014] Verborgен leed; Kadijk, december 2014.

Afkortingen

ANBI	Algemeen Nut Beogende Instelling
AOW	Algemene Ouderdomswet
BKR	Bureau Krediet Registratie
CBS	Centraal Bureau voor de Statistiek
CJIB	Centraal Justitieel Incasso Bureau
CVZ	College voor Zorgverzekeringen
CWI	Centrum voor Werk en Inkomen
GGZ	Geestelijke Gezondheidszorg
IMF	Internationaal Monetair Fonds
ISOFA	Interkerkelijke Stichting voor Ondersteuning bij Financiën en Administratie
Nibud	Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting
NVVK	Nederlandse Vereniging voor Volkskrediet
SCP	Sociaal en Cultureel Planbureau
SHM	SchuldHulpMaatje
UWV	Uitkeringsinstantie Werknemers Verzekeringen
WGS	Wet Gemeentelijke Schuldhulpverlening
WMO	Wet Maatschappelijke Ondersteuning
WSNP	Wet Schuldsanering Natuurlijke Personen
WW	WerkloosheidsWet
WWB	Wet Werk en Bijstand



**Vereniging
SchuldHulpMaatje
Nederland**

Flevoweg 13
2318 BZ LEIDEN
Telefoon 071 2000 100
info@schuldhulpmaatje.nl
www.schuldhulpmaatje.nl

**kerk
in actie**

