



Kenniscentrum
Psychologie en Economisch Gedrag

Hoe bereiken we jongvolwassenen met schulden?

Aanbevelingen op basis van praktijk en wetenschap

Ruth Dijkstra, Elise C. Seip, Vera W. Hilgevoord, Susanne S. Marr, & Wilco W. van Dijk.

Leiden, augustus 2023

Introductie

Een vraag die we als Kenniscentrum herhaaldelijk krijgen van organisaties is hoe ze mensen met schulden beter kunnen bereiken. Veel organisaties willen sneller met deze groep in contact komen om eerder hulp te kunnen bieden en zo escalatie van schulden te voorkomen. We hebben dit rapport geschreven als antwoord op de specifieke vraag van incasso- en gerechtsdeurwaardersorganisatie Flanderijn, die zich afvroegen hoe jongvolwassenen (18-26 jaar) met schulden beter bereikt kunnen worden. Flanderijn merkt dat hun brieven en e-mails niet worden geopend door jongvolwassenen, wat resulteert in een gebrek aan gewenst contact met deze groep. Hierdoor blijft passende hulp uit voor deze doelgroep en bestaat het reële risico dat de schuldenproblematiek verder escaleert.

Het slecht kunnen bereiken van mensen met schulden is overigens niet beperkt tot alleen jongvolwassenen. Echter, vormen jongvolwassenen een relevante doelgroep, aangezien binnen deze groep schulden vaak toenemen en ze vaak lastiger bereikbaar zijn dan andere leeftijdsgroepen. Flanderijn ziet dat sinds de coronacrisis het aantal jongvolwassenen met schulden met zo'n 30% is toegenomen. Ook andere organisaties geven aan dat de toenemende schuldenproblematiek bij jongvolwassenen zorgwekkend is. Het beter bereiken van jongvolwassenen met schulden is daarom van groot belang. We hopen dat de aanbevelingen in dit rapport bijdragen aan dit doel.

In onze aanbevelingen geven we aan wat Flanderijn kan doen in hun communicatie om jongvolwassenen met schulden beter te bereiken. Specifiek richten we ons op strategieën waarmee Flanderijn jongvolwassenen kan aansporen om de brieven en mails van Flanderijn te openen, lezen en erop te reageren. Hoewel sommige van onze aanbevelingen specifiek zijn toegespitst op de werkwijze van Flanderijn, zijn er ook elementen die geschikt zijn voor andere organisaties, zoals incasso- en gerechtsdeurwaardersorganisaties en schuldeisers. We adviseren nadrukkelijk om de effectiviteit van interventies die gebaseerd zijn op onze aanbevelingen, eerst binnen de eigen context (kleinschalig) te testen, voordat ze structureel ingebed worden in de werkwijze van de organisatie.

De aanbevelingen in dit rapport zijn gebaseerd op inzichten uit zowel de wetenschap als de praktijk. Voor de inzichten vanuit de praktijk hebben we nauw samengewerkt met Flanderijn. Dit hield onder andere in dat we met verschillende mensen uit de organisatie hebben gesproken en de incassobrieven en het klanttevredenheidsonderzoek van Flanderijn hebben geanalyseerd. Ook hebben we meegelopen met een gerechtsdeurwaarder om zodoende inzicht te krijgen in hoe het contact van Flanderijn met jongvolwassenen met schulden verloopt. In aanvulling hierop hebben we gesprekken gevoerd met – en informatie opgevraagd van – praktijk professionals in andere relevante organisaties, zoals Dienst Uitvoeren Onderwijs (DUO), Gemeente Rotterdam, Menzis, Stichting Nederlandse Schuldhulprouwe, Schuldhulpmaatje Den Haag, SHout! en VGZ Zorgverzekering. Bovendien kregen we via de gemeente Rotterdam en SHout! waardevolle informatie van jongvolwassenen zelf. Wij bedanken alle organisaties en personen die hun kennis en ervaringen met ons hebben willen delen.

Aanbevelingen

1. Maak schaamte constructief

Het probleem

Eén van de meest genoemde redenen waarom mensen geen contact opnemen bij schulden is schaamte. Dit hoorden we in gesprekken met praktijkprofessionals en vinden we ook terug in de wetenschappelijke literatuur (Keizer, 2016). Schaamte is een intens pijnlijk gevoel dat je hebt gefaald en dat je het daarom niet verdient geaccepteerd te worden en erbij te horen (Brown, 2006). Het verschil met schuldgevoelens is dat bij schaamte je je slecht voelt over wie je bent als persoon (bijvoorbeeld als iemand die niet met geld kan omgaan), terwijl bij schuldgevoelens je je slecht voelt over iets wat je hebt gedaan (zoals het vergeten van een betaling) (Tangney et al., 2007). Dit maakt ook meteen duidelijk waarom schaamte het voor mensen zo lastig maakt om contact op te nemen, bijvoorbeeld wanneer een incassobrief op de deurmat valt. In zo'n situatie ervaren mensen intensieve negatieve gevoelens over zichzelf, een gevoel dat men liever vermijdt. Een makkelijke manier om dat te doen is om de brief ergens weg te stoppen en te negeren. Geldstress kan er sowieso voor zorgen dat mensen geldzaken gaan vermijden (Hilbert et al., 2022) en schaamte kan dit gedrag verder versterken.

Hoe om te gaan met schaamte?

Van praktijkprofessionals hoorden we vaak dat ze geneigd zijn te benadrukken dat mensen zich niet hoeven te schamen voor hun financiële situatie. Uit ons eigen onderzoek blijkt echter dat het expliciet benoemen van schaamte juist tot minder contact leidt (Seip, 2023). Het is nog onduidelijk waarom precies, maar schaamte is een onplezierige en veelal niet-bewuste emotie. Het kan mogelijk het idee geven dat anderen blijkbaar wel vinden dat schulden iets zijn om je voor te schamen. Onze aanbeveling is daarom om constructief met schaamte om te gaan zonder het expliciet te hoeven benoemen. Hoe doe je dat? De *Shame Resilience Theory* (Brown, 2016) beschrijft drie componenten die bij een schaamte ervaring horen en hieruit volgen handvatten voor concrete interventies.

1. Het gevoel niet te kunnen voldoen aan de verwachtingen van anderen.
 - a. Dit kun je tegen gaan door de situatie te normaliseren. In een brief kan bijvoorbeeld worden benadrukt dat schulden vaker voorkomen ('je bent niet de enige') en dat andere mensen ook om hulp hebben gevraagd en een oplossing hebben gevonden.
2. Het gevoel geen invloed te hebben op de situatie.
 - a. Dit kun je tegen gaan door controle te geven over de situatie. Dit kan op verschillende manieren bereikt worden, zoals:
 - i. Het gebruiken van eenvoudige en heldere taal.
 - ii. Het bieden van houvast door het geven van een stappenplan voor mogelijke acties.
 - iii. Onzekerheid verminderen door duidelijk te maken wat contact opnemen concreet oplevert.

- iv. Ongerustheid wegnemen door bepaalde garanties te bieden, bijvoorbeeld dat iemand niet meer hoeft te betalen dan realistisch mogelijk is.
- 3. Het gevoel geïsoleerd te zijn.
 - a. Dit kun je tegen gaan door verbinding te maken waarbij je je richt op de persoon en niet op het probleem. Dit kan door:
 - i. Te erkennen dat het oké is om hulp te vragen.
 - ii. De beweegredenen van de schuldeiser uit te leggen zodat de persoon met schulden de intenties weet.
 - iii. Aangeven dat de schuldeiser luistert naar het persoonlijke verhaal en samen wil zoeken naar een geschikte oplossing.

2. Geef aandacht aan stress

Het probleem

Verschillende ervaringsdeskundigen en professionals uit de schuldenpraktijk gaven aan dat voor veel mensen de communicatie over schulden direct stress oplevert. Deze stress voelen mensen gelijk fysiek waardoor het lastig voor ze wordt om rustig een brief te lezen over hun schuldensituatie. Mogelijke oplossingen en de stappen die daarvoor moeten worden gezet staan hieronder.

Hoe om te gaan met stress

Twee mogelijkheden voor het omgaan met stress zijn:

1. Proberen stress te verlagen, bijvoorbeeld door in communicatie expliciet te noemen dat schulden stressvol kunnen zijn en dat samen zoeken naar oplossingen deze stress kan verminderen.
2. In de communicatie een “stress-sensitieve” aanpak hanteren waarbij rekening wordt gehouden met het feit dat stress een negatief effect heeft op het verwerken van informatie. Dit kan bijvoorbeeld concreet betekenen dat de belangrijkste informatie (ook) met plaatjes wordt geïllustreerd zodat de kernboodschap in één oogopslag duidelijk wordt. Deze aanpak is al eerder succesvol toegepast in een incassotraject (Keizer, 2015). Voor jongvolwassenen kan dan het beste beeldmateriaal gebruikt worden dat past bij de belevingswereld van deze doelgroep.

3. Gebruik een passend communicatiekanaal

Het probleem

Maar liefst 38% van jongeren vindt bellen tegenwoordig eng (Motivaction 2020). Dat is mogelijk ook een van de redenen dat weinig jongvolwassenen Flanderijn bellen nadat ze door Flanderijn via een brief of e-mail zijn benaderd. Toch is bellen het meest prominente communicatiekanaal dat Flanderijn haar klanten aanbiedt.

Het juiste communicatiekanaal kiezen

In plaats van te proberen jongvolwassenen over hun belangst heen te helpen kan het aanbieden van een voor deze doelgroep meer aansprekend communicatiekanaal wellicht effectiever zijn. Twee mogelijkheden hiervoor zijn:

1. Jongvolwassenen een chatfunctie aanbieden waarin ze vragen kunnen stellen en op Flanderijn kunnen reageren. Op deze manier kan een brede groep jongvolwassenen bereikt worden en wordt de communicatie voor hen laagdrempeliger. In de afbeelding hieronder geven we een voorbeeld hoe dat eruit zou kunnen zien:



Voorbeeld van een chatfunctie die contact laagdrempelig maakt voor jongvolwassenen

2. In de communicatie met jongvolwassenen een op maat gesneden persoonlijke benadering hanteren. Het liefst al in een vroeg stadium van het schuldentrail. Dit vergt een behoorlijke investering van de organisatie, maar verhoogt wel de kans dat deze doelgroep eerder passende hulp kan worden geboden en verdere toename van schulden kan worden voorkomen.

4. Vergroot kennis van financiële zaken

Het probleem

Op basis van de gesprekken met Flanderijn zijn we tot de conclusie gekomen dat jongvolwassenen, meer dan andere leeftijdsgroepen, beperkte kennis hebben van financiële zaken, waaronder het oplossen van financiële problemen. Als jongvolwassenen de ernst van de situatie niet goed inschatten of ten onrechte denken dat contact opnemen ook betekent dat ze gelijk moeten betalen, kan dit hen ervan weerhouden om contact op te nemen met Flanderijn of überhaupt aandacht te besteden aan brieven of e-mails van Flanderijn. Om de communicatie te bevorderen en contact te stimuleren is het belangrijk dat jongvolwassenen begrijpen wat de rol van Flanderijn is en wat wel en wat niet de consequenties zijn van het opnemen van contact met Flanderijn.

Hoe om te gaan met gebrek aan kennis

Logischerwijs ligt het voor de hand om het probleem van kennisgebrek bij jongvolwassenen op te lossen door ze volledig en daarmee uitgebreid te informeren over alle relevante aspecten van de situatie. Het geven van veel nieuwe informatie kan er echter ook voor zorgen dat de ontvanger van de informatie overweldigd raakt door de hoeveelheid informatie en deze daardoor minder goed begrijpt (Persson, 2018). In plaats van volledig en uitgebreid te zijn, is het juist vaak effectiever om de belangrijkste informatie zo bondig en helder mogelijk over te brengen. Naar aanleiding van onze gesprekken met Flanderijn, denken we dat in de communicatie met jongvolwassenen twee aspecten duidelijker naar voren kunnen komen:

1. Een heldere uitleg over waarom iemand een incassobrief ontvangt en wat dit betekent voor iemands persoonlijke situatie. Bij het doornemen van een incassobrief denkt de lezer vaak: wat betekent dit voor mij en moet ik iets doen? Als lezers in de brief snel en eenduidig antwoord krijgen op deze vragen is de kans groter dat de boodschap van de brief goed wordt begrepen en ook tot de gewenste actie leidt.
2. Een heldere uitleg van wie Flanderijn is. Hier gaat het niet alleen om de rol die Flanderijn speelt in het schuldentrajec, maar ook het duidelijk aangeven van wat de beweegredenen en belangen van Flanderijn zijn. Transparantie wat betreft deze aspecten maakt het voor jongvolwassenen makkelijker om Flanderijn te vertrouwen en contact op te nemen (Fisher & Hopp, 2020).

Tot slot

We hopen dat de aanbevelingen in dit rapport Flanderijn helpen jongvolwassenen met schulden sneller te bereiken en dat deze Flanderijn in staat stellen om deze groep eerder passende hulp te bieden, zodat verdere opbouw van schulden kan worden voorkomen. Wij zijn ons ervan bewust dat voor een deel van deze doelgroep een verandering in de communicatie van Flanderijn onvoldoende is om hun financiële situatie (blijvend) te verbeteren. Om dit te bereiken is zowel maatwerk nodig op individueel niveau als systemische veranderingen in het financiële landschap van de jongvolwassenen. De aanbevelingen uit dit rapport zien wij dan ook als één van vele stappen die we nog moeten zetten naar beter financieel welzijn voor jongvolwassenen in Nederland.

Referenties

- Bouman, M. (2021). *Jonge mannen krijgen de hardste klappen deze crisis, (iets) oudere vrouwen werken juist meer.* [\[link\]](#)
- Brown, B. (2006). Shame resilience theory: A grounded theory study on women and shame. *Families in Society*, 87, 43-52. [\[link\]](#)
- Fisher, J., & Hopp, T. (2020). Does the framing of transparency impact trust? Differences between self-benefit and other-benefit message frames. *International Journal of Strategic Communication*, 14, 203-222. [\[link\]](#)
- Hilbert, L. P., Noordewier, M. K., & Van Dijk, W. W. (2022). The prospective association between financial scarcity and financial avoidance. *Journal of Economic Psychology*, 88, 102459. [\[link\]](#)
- Keizer, M. (2015). *Klantgericht incasseren. Het belang van toon & timing.* [\[link\]](#)
- Keizer, M. (2016). *Afgelost = Opgelost: Hoe verlagen we de drempel tot het zoeken van contact?* [\[link\]](#)
- Motivaction (2020). *Jongeren hebben geen zin om te bellen.* [\[link\]](#)
- Persson, P. (2018). Attention manipulation and information overload. *Behavioural Public Policy*, 2, 78-106. [\[link\]](#)
- Seip, E. (2023). *Financial hardship and avoidance behaviour. The promising role of shame resilience.* [Unpublished manuscript]. Faculty of Social and Behavioural Sciences, Leiden University.
- Tangney, J. P., Stuewig, J., Mashek, D. J. (2007). Moral emotions and moral behavior. *Annual Review of Psychology*, 58, 345-372. [\[link\]](#)
- Van Dijk, W. W., Van der Werf, M. M., & Van Dillen, L. F. (2022). The psychological inventory of financial scarcity (PIFS): A psychometric evaluation. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 101, 101939. [\[link\]](#)
- Wijzer in Geldzaken en Nibud (2020, mei). *Financieel kwetsbaar: literatuuronderzoek naar groepen in een financieel kwetsbare positie.* [\[link\]](#)