

Impactmeting financiële hulpverlening: merkbaar *en* meetbaar

Projectplan

oktober 2021

In 2022 bestaat de NVVK 90 jaar. De NVVK is de branchevereniging voor schuldhulp, sociaal krediet, budgetbeheer en beschermingsbewind. De NVVK is in 1932 – tijdens de depressie van de jaren '30 – opgericht om vanuit de (lokale) overheid woekerrente tegen te gaan. Sindsdien hebben de leden van de NVVK veel bereikt voor zowel kwetsbare burgers als schuldeisers met een breed palet aan dienstverlening. Dit werk wordt de komende tijd alleen maar relevanter: we bereiken nog steeds te veel mensen te laat.

De NVVK wil haar 90-jarig bestaan markeren door de *merkbare* en *meetbare* waarde van hulp aan mensen met financiële zorgen in Nederland te belichten. We willen dit doen op een innovatieve en impactvolle wijze. Met een aansprekend en zichtbaar resultaat, dat bijdraagt aan onze ambitie dat méér mensen beter en sneller geholpen worden om uit de schulden te komen en te blijven. We tellen in Nederland 1.2 miljoen huishoudens met financiële stress. Ruim de helft daarvan heeft problematische schulden: schulden die zonder hulp van derden niet binnen drie jaar kunnen worden betaald.

Aanleiding: congres ter gelegenheid van 90-jarig bestaan van de NVVK

Op 12 april 2022 organiseert de NVVK een groot congres voor ca. 500 mensen om haar 90-jarig bestaan te vieren. Ter gelegenheid van dit jubileum heeft de NVVK opdracht gegeven voor een uitgebreid onderzoek naar de maatschappelijke waarde van financiële hulpverlening. Dit onderzoek is belangrijk omdat deze hulpverlening nog steeds te vaak wordt behandeld als een *kostenpost* in plaats van een *duurzame investering* in de toekomst van mensen. Maatschappelijk adviesbureau Purpose en de Hogeschool van Amsterdam voeren deze opdracht uit.

Probleemstelling: we spreken teveel over en te weinig met mensen in armoede en schulden

In de maatschappij is in de afgelopen 10 jaar de tweedeling in de samenleving steeds duidelijker en meer zichtbaar geworden. Dit komt tot uiting in een groeiende groep mensen die in armoede en schulden leven. Er wordt al veel onderzoek gedaan op dit thema, maar er wordt daarbij te vaak *over* en te weinig *met* deze kwetsbare doelgroepen gesproken. Wat ontbreekt zijn de verhalen en inzichten die bijdragen aan oplossingen die echt werken.

Doel: de meetbare en merkbare waarde van financiële hulpverlening in beeld brengen

De NVVK wil het anders aanpakken. We willen dat het onderzoek een blijvende, positieve impact heeft op het denken over schulden en financiële hulpverlening in de Nederlandse samenleving: 'investeren in financiële hulpverlening loont'. Het onderzoek moet cliënten en hulpverleners een

eigen stem geven. Het ultieme doel is dat we onze ambitie kunnen verwezenlijken om meer mensen sneller en beter te helpen.

Het onderzoek moet daarom:

- zowel hart als ratio raken, door zowel harde cijfers als de impact van hulpverlening op het leven van mensen zelf in beeld te brengen;
- niet per se alleen maar goed nieuws of promotie brengen - kritische noten of aanbevelingen die voortkomen uit het onderzoek zijn juist welkom;
- een boodschap van samenwerking uitzenden: we kunnen het niet alleen, dus investeren in samenwerking tussen alle ketenpartijen is noodzakelijk;
- de perspectieven belichten van zowel schuldenaar als schuldeiser.

Aanpak: innovatief onderzoek met en voor mensen met financiële zorgen en hun hulpverleners

We kiezen voor een nieuwe manier van onderzoeken waarbij we de hulpverlener en de cliënt in staat stellen om *zelf* als onderzoeker op te treden en de belangrijkste 'momenten van de waarheid' tijdens het proces in beeld te brengen. Dit doen we door een groep van cliënten en hulpverleners hun eigen verhaal te laten vertellen in de vorm van een gefilmd dagboek. Voor het eerst brengen we zo mensen met financiële zorgen en hun hulpverleners zelf aan het woord over hun pure en oprechte beleving, hun werk en hun onderlinge relatie. Deze kwalitatieve onderzoeksvorm ('merkbaar') combineren we met een verfrissende methodiek om behaalde resultaten van klanten door te vertalen naar een maatschappelijke business case ('meetbaar'). Zo krijgen we een compleet en eerlijk beeld van de impact en waarde van financiële hulp in Nederland.

Het onderzoek bestaat dus uit twee onderdelen:

- Meetbaar: van in totaal 800 mensen over de gehele keten van schuldhulp en bewind stellen we vast hoe hun situatie ontwikkelt/verbetert tijdens het traject. Vervolgens berekenen we op basis van de gemeten verandering de maatschappelijke waarde van de hulp;
- Merkbaar: we geven mensen met financiële zorgen (cliënten) en hun hulpverleners een stem. Dit doen we met *participatory video*. Hierbij brengen cliënten en hun hulpverleners hun eigen situatie in beeld met video.

Toelichting 'Meetbaar': de meetbare impact van financiële hulpverlening

We bevragen drie groepen van 25-30 hulpverleners over de situatie van hun cliënten. Per hulpverlener gaat het om een aselechte groep van 10-20 cliënten. De totale groep is onderverdeeld in drie subgroepen:

- Groep 1: cliënten die aan het begin van het stabilisatietraject zitten;
- Groep 2: cliënten die aan het eind van het stabilisatietraject zitten;
- Groep 3: cliënten die in de uitvoeringsfase van de schuldregeling zitten.

In totaal verstrekken 75-90 hulpverleners informatie over 750-1800 cliënten. De onderzoeksgroep is daarmee voldoende groot om binnen de randvoorwaarden van aselecte steekproef representatieve uitspraken te doen over schuldhelpverlening in Nederland. De drie groepen worden onderling vergeleken, bij voldoende grote verschillen (van $\pm 10\%$) kunnen verantwoorde uitspraken worden gedaan over de significantie van deze verschillen. Tot slot berekenen we de maatschappelijke impact in euro's per partij (gemeente, schuldeiser etc.). Het eindresultaat van dit onderdeel is een tweeledig eindproduct dat zal worden aangeboden aan de congresdeelnemers:

1. Rapportage over de effecten van financiële hulpverlening op verschillende leefgebieden;
2. Maatschappelijke business case met besparing in euro's per partij

Toelichting 'Merkbaar': plan van aanpak om merkbare impact in beeld te brengen

In een innovatief, participatief filmproject vertellen 7 tot 10 duo's hun eigen verhaal, waarbij ze zelf een grote mate van regie hebben over het eindproduct. De onderliggende onderzoeksmethode heet *participatory video*. Met deze methode brengen we in kaart en in beeld hoe mensen met financiële zorgen hun situatie beleven en wat hulpverleners doen om hier verbetering in aan te brengen. Het moet duidelijk worden wat mensen ervaren in het proces en in hun leven, en hoe hulpverlening kan helpen met oplossingen.

Participatory video: onderzoekstechniek die kwetsbare doelgroepen in hun kracht zet

Participatory video wordt in toenemende mate gebruikt voor onderzoek naar en emancipatie van kwetsbare groepen. De onderzoeksmethodiek helpt onderzoekers, beleidsmakers en professionals om nauwer betrokken te raken bij gemeenschappen, een stem en regie te geven aan onderzoeksdoelgroepen en sociale verandering tweeweg te brengen. Het is dan ook geen toeval dat de methodiek veel wordt gebruikt door NGO's in ontwikkelingslanden. Voor zover wij weten zal dit de eerste keer zijn dat de methode wordt ingezet voor financiële hulpverlening in Nederland. We putten uit uitgebreide kennis en ervaring met deze methode in andere werkvelden: Living Image is eerder betrokken geweest bij het gebruik van de methode in Afrika.

Milne et al. (2012), *Handbook of Participatory Video*

Professioneel mediahuis Living Image zal de groep trainen en de eindproductie verzorgen. De filmportretten en documentaire worden niet alleen op het congres getoond maar ook via landelijke media verspreid. Omdat het de eerste keer is dat dit op deze manier gebeurt, verwachten we dat het project veel nieuwe inzichten zal opleveren over het effect van persoonlijke hulp op sociale inclusie en de rol van geld in de maatschappij. Dit zal het denken over deze vorm van hulp blijvend veranderen, en (naar wij hopen) drempels verlagen voor een bredere inzet van financiële hulp.

Stap 1: Selectie, werving en training

- Instructiesessies met financiële hulpverleners voor werving van klanten om mee te doen

- Op locatie aanwezig zijn voor werving 7 tot 10 koppels hulpverlener/cliënt
- Trainingsdag met video-instructie voor klanten en hulpverleners

Stap 2: Video-opnames

- Op de sleutelmomenten in hulpverlening vragen we cliënt en hulpverlener aan de hand van kernvragen te reflecteren op hun situatie, gevoel en beleving

Stap 3: Productie en editing

- Terugkomdag waarin koppels onder begeleiding reflecteren op het beeldmateriaal
- Deelnemers krijgen de mogelijkheid om zelf te beslissen welk materiaal wel of niet wordt opgenomen in het eindproduct

Stap 4: Reflectie schuldeisers en final editing

- Interviews met schuldeisers en andere belanghebbenden: reflectie op de film en toelichting vanuit het standpunt van schuldeisers
- Opstellen kort filmportret per duo, o.a. te gebruiken voor 'teasers' richting het congres
- Productie van de documentaire en trailer met een duidelijke verhaallijn
- Portretten en documentaire online beschikbaar stellen

Communicatie: groot bereik onder aanwezigen congres, NVVK-leden en (social) media

De documentaire zal door de duo's van cliënten en hulpverleners officieel worden aangeboden tijdens het jubileumcongres van de NVVK op 12 april. De sponsors zullen worden betrokken bij een voorvertoning, hun logo's worden getoond bij de aftiteling en ze worden uitgenodigd voor het congres.

De eindproducten worden onder alle NVVK-leden (100 organisaties) verspreid, met in totaal duizenden hulpverleners. Het laatste NVVK-onderzoek naar de maatschappelijke waarde van financiële hulp is verricht in 2012. De uitkomsten van dit onderzoek hebben zeker acht jaar effect gehad op het maatschappelijk debat over schulden en hulpverlening. Door de vernieuwende aanpak verwachten we ook dit keer dat de uitkomsten van het onderzoek breed opgepakt zullen worden door de (social) media. De boodschap is dat effectieve hulp beschikbaar is, zodat iedereen mee kan blijven doen in de samenleving. Hiermee hopen we dat drempels voor hulpverlening voor de doelgroep worden verlaagd.

Ambitie voor vervolg: campagne voor maatschappelijk debat over de waarde van financiële hulp

We denken dat het project met extra funding voor een aanvullend impactprogramma het maatschappelijk debat over de waarde van financiële hulpverlening verder kan aanwakkeren. Onze ambitie is dat het project een vergelijkbaar effect krijgt als de documentaireserie 'Schuldig', waar een maatschappelijke discussie op gang kwam die het denken over schulden structureel heeft veranderd. Afhankelijk van de funding en de uitkomsten van het onderzoek zien we twee mogelijke sporen.

1. *Maatschappijbreed bereik met volwaardige documentaire.* We schalen de eindproducten op tot een volwaardige documentaire (40-50 minuten) die uitgezonden wordt door de publieke omroep. De documentaire bereikt het brede publiek in Nederland en maakt inzichtelijk wat de impact van financiële zorgen én de impact van dhulp is in het dagelijks leven van mensen.
2. *Maatschappelijke discussie door middel van leertraject en roadshow.* Via onze eigen studiedagen en kennissessies bespreken we het onderzoek binnen de branche. De eindproducten verwerken we daarbij tot een lespakket. We gebruiken de uitkomsten van het onderzoek ook voor een 'roadshow' doorheen het land als voedingsbodem voor paneldiscussies. De roadshow is gericht op een nog veel breder publiek met interesse in het sociaal domein. Het doel is om een rijker en breed gedragen beeld van de maatschappelijke waarde van kwalitatief hoogstaande financiële hulpverlening teweeg te brengen.

Organisatie: samenwerking NVVK, Purpose, Living Image en Hogeschool van Amsterdam

Maatschappelijk adviesbureau Purpose en de Hogeschool van Amsterdam voeren de opdracht uit. Voor de filmproductie wordt verder samengewerkt met mediahuis Living Image. Het projectteam bestaat uit:

- NVVK: Geert van Dijk (opdrachtgever) en Martijn Schut (projectcoördinator)
- Purpose: Dick-Jan Abbringh (opdrachtnemer), Frank van Jeveren (projectleider algemeen en onderdeel Meetbaar) en Kim Jochemsen (projectleider Merkbaar)
- Living Image: filmproductie
- Hogeschool van Amsterdam: Roeland van Geuns (expert)