

Wat werkt? Aan de slag met een planevaluatie!

Handreiking voor het maken van een planevaluatie



*Tamara Madern
Anne-Ruth van Leeuwen
Marijn Mulder*

mei 2021

Inhoud

Inhoud	2
Inleiding.....	3
Drie soorten evaluaties	4
Planevaluatie.....	5
Wanneer maak je een planevaluatie?	5
De onderdelen van een planevaluatie.....	5
Hoe ga je hiermee verder?	8
Aanpassingen gewenst	9
Format planevaluatie	10
Voorbeelden van planevaluatie	12

De handreiking is voor het eerst uitgegeven in december 2019. Deze versie betreft kleine aanpassingen naar aanleiding van gebruikerservaringen.

Nog voor je start met een interventie, kun je al bepalen of de interventie wel een kans van slagen heeft

Inleiding

Wat maakt dat de interventie die binnen jullie gemeente wordt opgezet werkt? Is de interventie waar je aan denkt de oplossing voor het probleem? Past de interventie van de buurgemeente ook bij jouw gemeente? Allemaal vragen waar beleidsmedewerkers en uitvoerders binnen de schuldhulpverlening voortdurend mee te maken hebben. Een planevaluatie geeft een antwoord op deze vragen. Toch is de planevaluatie nog geen veelgebruikt instrument. Dat is zonde, want het kan veel houvast geven. Bovendien zorgt een goede planevaluatie voor: heldere doelen, realistische verwachtingen, snel kunnen bijstellen én levert het een goede basis voor uitgebreidere effectevaluaties. Nog voor je start met een interventie, kun je al bepalen of de interventie wel kans van slagen heeft.

Deze handreiking is door Schouder Eronder geschreven om de planevaluatie onder de aandacht te brengen en een handreiking te bieden bij de uitvoering ervan. Je kunt er nieuwe projecten mee evalueren, maar ook bestaande projecten mee verbeteren.

De handreiking start met de beschrijving van drie verschillende vormen van evaluaties, om vervolgens de planevaluatie verder toe te lichten. Ook bevat de handreiking een format om zelf aan de slag te gaan en tot slot nog twee voorbeelden van planevaluaties. Het format in deze handreiking is ook los te downloaden op de kennisbundel.nl

1

Drie soorten evaluaties

De planevaluatie kan gebruikt worden om al bij de start beter zicht te hebben op de doelen en om direct bij te stellen.

Voor we starten met de planevaluatie, gaan we kort in op de drie soorten evaluaties die er zijn: de planevaluatie, de procesevaluatie en de productevaluatie.¹ Deze laatste wordt ook vaak de effectevaluatie genoemd. Deze soorten evaluaties hangen samen met het moment waarop wordt geëvalueerd.

Als eerste de *planevaluatie*. Dit is een evaluatie vooraf waarin wordt aangegeven welke effecten van de interventie verwacht mogen worden. Het is een theoretische evaluatie op basis van het plan van aanpak.

De tweede vorm is een *procesevaluatie*. Bij een procesevaluatie wordt de uitvoering van een interventie geëvalueerd. Met een procesevaluatie kan tijdens het proces worden bijgestuurd als de interventie niet plaatsvindt op de manier die van tevoren is bedacht.

Tot slot de *effectevaluatie* (ook wel productevaluatie genoemd). Deze evaluatie is bedoeld om inzichtelijk te maken wat de interventie oplevert in de praktijk. Er wordt bij de effectevaluatie vooral gekeken welke veranderingen zijn opgetreden en in hoeverre deze zijn toe te schrijven aan de gekozen werkwijze. De belangrijkste vraag is uiteraard of het te verwachten effect is opgetreden. Met andere woorden 'doet de interventie wat het moet doen?'

De effectevaluatie is de bekendste vorm. De planevaluatie en de procesevaluatie worden vaak overgeslagen en dat is erg jammer. Eigenlijk kun je geen goede effectevaluatie uitvoeren als er geen stuk ligt dat antwoord geeft op vragen als: wat zijn de doelen, welke effecten worden er verwacht en wat zijn de werkzame bestanddelen? En dat zijn nou net de vragen die een planevaluatie beantwoordt. Ook kun je geen goede effectevaluatie uitvoeren als er geen aandacht is voor de uitvoering van de interventie en dat is wat de procesevaluatie doet. Deze drie evaluaties zijn dus het sterkst als ze gezamenlijk worden ingezet. In deze handreiking gaan we in op de planevaluatie. Voor de proces- en effectevaluatie zijn aparte handreikingen beschikbaar.

De planevaluatie kan al bij de start gebruikt worden om beter zicht te krijgen op de doelen en om deze direct bij te stellen. Bovendien kan een planevaluatie ook worden ingezet bij de keuze voor een interventie. Tot slot, je hoeft geen onderzoeker te zijn om een planevaluatie te kunnen maken!

Meer weten over de proces- of de effectevaluatie? Kijk dan op www.toolkitevalueren.nl.

¹ O.a. Swanborn, P.G. (2006). Evalueren. Amsterdam: Boom Lemma.

2

Planevaluatie

Tip: Heb je een goed plan van aanpak, verwijs daar dan naar in de planevaluatie

Een planevaluatie is dus een handig instrument om antwoord te geven op de vraag: wat maakt dat deze interventie werkt? Hieronder beschrijven we de verschillende onderdelen van de planevaluatie. We starten echter met de vraag: wanneer maak je een planevaluatie?

Wanneer maak je een planevaluatie?

Er zijn grofweg vier redenen om met een planevaluatie aan de slag te gaan:

1. Je plan van aanpak is af en je wilt deze evalueren voor je start.
2. Je hebt in grove lijnen een idee, maar deze wil je nog aanscherpen. De planevaluatie kan dan duidelijk maken wat je nog moet doen.
3. Je bent op zoek naar bestaande interventies en wil weten of die passen in jouw organisatie. Dan ga je de planevaluatie toepassen op de situatie van jouw organisatie.
4. Er loopt een interventie en je wilt daar een goede beschrijving van hebben.

Wanneer je een planevaluatie inzet hangt dus af van de reden. Het liefst maak je altijd een planevaluatie voor een interventie start, maar de praktijk zal dat soms niet toelaten. Afhankelijk van de reden zal je ook al meer of minder informatie klaar hebben liggen. Sommige onderdelen van de planevaluatie kun je zo invullen, anderen zullen meer tijd kosten.

De onderdelen van een planevaluatie

De planevaluatie bestaat uit de volgende onderdelen:

1. Probleemanalyse & huidige situatie
2. Gewenste situatie
3. Doel van de interventie
4. Doelgroep
5. Context
6. Aanpak en componenten van de interventie
7. Werkzame bestanddelen en/ of theoretische basis
8. De te verwachten effecten
9. Betrokkenen

1. Probleemanalyse & huidige situatie

De probleemanalyse is een nauwkeurige formulering van het probleem. Het is belangrijk zo helder mogelijk te zijn. “Er zijn te veel schulden” is vrij breed. Beter is om specifieker te zijn, zoals “het aantal wanbetalers in de zorg is te groot” of “het is te eenvoudig om een ander telefoonabonnement af te sluiten als je achterstanden hebt op een telefoonrekening”.

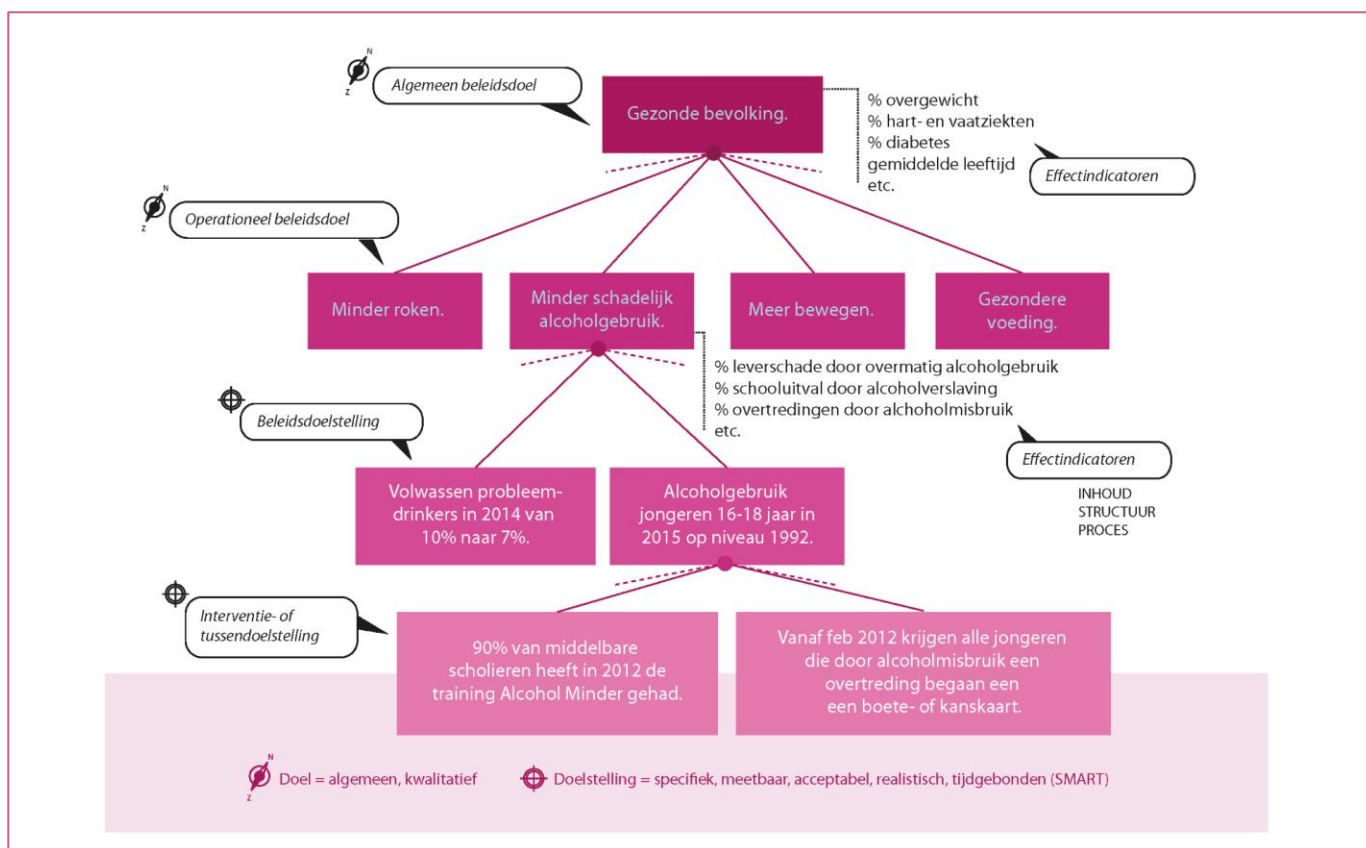
Het probleem hangt nauw samen met de huidige situatie. In de beschrijving van de huidige situatie is het van belang vooral in te zoomen op de elementen waar verbetering nodig is. Denk hierbij in elk geval aan de doelgroep, maar ook hoe vaak het probleem zich voordoet en onder welke omstandigheden. Neem in deze beschrijving ook mee wat er tot nu toe al gedaan is.

2. Gewenste situatie

De tweede stap is een beschrijving van de gewenste situatie; hoe zou de situatie er uit moeten zien. Dat hoeft nog niet per se een haalbaar doel te zijn, dat wordt in de volgende stap beschreven. Het gaat er in deze stap vooral om hoe de situatie idealiter zou moeten zijn.

3. Doel van de interventie

In deze stap werk je uit wat de doelstellingen zijn van het project en wat je wil bereiken. Vaak begint dit bij een groot hoofddoel. Dat hoofddoel is lastig of niet te vertalen naar een concrete interventie. Vaak wordt het hoofddoel bereikt door in te zetten op verschillende interventies. Hierbij helpen de subdoelen. Vaak is er een algemeen hoofddoel te onderscheiden en daarnaast operationele (beleids)doelen, die weer uiteenvallen in kleinere doelstellingen. Een hulpmiddel om dit te doen kan een doelenboom zijn. Onderstaande illustratie is een voorbeeld van zo'n doelenboom. Zoals je ziet is de interventiedoelstelling vaak een kleinere doelstelling die bijdraagt aan het geheel. In deze kijk je dus goed wat je kan en wil bereiken met de losse interventie.



Bron: Overgenomen van Doelenboom Loket Gezond Leven, <https://www.loketgezondleven.nl/documenten/doelenboom>

4. Doelgroep

Op welke doelgroep richt de interventie zich primair? Met andere woorden: welke groep wil je met de interventie bereiken? Soms kan het ook zo zijn dat je verwacht dat je naast de doelgroep waar je de interventie op richt nog een andere doelgroep bereikt. Bijvoorbeeld een lezing voor vrouwen over besparen in het huishouden. Je richt je dan op de vrouwen, maar het is goed mogelijk dat de interventie ook de partner bereikt. Dat is dan de secundaire doelgroep.

Tip: Meer weten over
werkzame bestanddelen?
[Bekijk deze video](#)

Naast de doelgroep die je wilt informeren of waar je ander gedrag wil bewerkstellingen is er soms ook nog een andere groep: de mensen die je nodig hebt om de interventie te kunnen uitvoeren. Deze beschrijf je niet hier, maar bij het kopje betrokkenen.

5. Context

Binnen welke context wordt de interventie uitgevoerd? Vindt de interventie bijvoorbeeld plaats bij mensen thuis, op het gemeentehuis, in een buurthuis etc. Op welke momenten gaat de interventie plaatsvinden? Zijn er nog andere contextfactoren die een rol kunnen spelen? Zijn de deelnemers bijvoorbeeld gedwongen om mee te doen of afhankelijk van de aanbieder? Dit soort contextfactoren kunnen een rol spelen bij de uiteindelijke effecten.

6. Werkzame bestanddelen en/ of theoretische basis

Een interventie dient altijd gericht te zijn op de beïnvloedbare factoren. Bij het al dan niet inzetten van een interventie moet daarom ook rekening worden gehouden met de mate waarin zaken te beïnvloeden zijn en welke niet- veranderbare kenmerken mogelijk een rol spelen. De te beïnvloeden kenmerken zijn de basis waarop de interventie zich richt.

De eerste vraag is dus welke veranderbare kenmerken zijn er? En de vervolgvraag op welke manier kunnen deze worden veranderd? Elementen in een interventie die echt gericht zijn op het veranderen van gedrag of aanzetten tot actie, noemen we de (potentieel) werkzame elementen. Soms zijn deze elementen bewezen effectief binnen een ander vergelijkbaar project. In andere gevallen verwacht je dat ze werken omdat daar een theoretische basis voor is, denk bijvoorbeeld aan positieve benadering, schaarste of vermindering executieve functies. Tot slot kun je ook verwachten dat iets werkt op basis van praktijkervaring. In dit blok werk je uit welke werkzame elementen er zijn en waarom je verwacht dat deze effect hebben.

Een voorbeeld daarvan is een eenvoudiger aanmeldformulier, met bijvoorbeeld meer structuur. Eenvoudiger en structuur zijn dan de werkzame elementen. Dit zet je vooral in als je merkt dat mensen het aanmeldformulier nu lastig vinden en niet volledig invullen. Dan zou dit kunnen helpen.

Soms zijn er geen duidelijke losse elementen te onderscheiden. Dan kijk je in deze stap naar de totale aanpak. Wat maakt dat je denkt dat de aanpak werkt? En is dat op basis van bewezen effectieve interventie, op basis van theorie of op basis van praktijkervaring?

7. Aanpak en componenten van de interventie

Bij deze stap beschrijf je hoe de interventie er uitziet. Denk hierbij aan de volgende elementen: welke instrumenten en technieken worden toegepast, met welke frequentie en intensiteit en welke duur? Is er sprake van fasering bij de uitvoering van de interventie?

Beschrijf ook welke expertise nodig is voor uitvoering van de interventie. Alle componenten van de aanpak moeten uiteindelijk hier beschreven staan. Dit gaat dus echt om *wat* je doet. De werkzame elementen komen terug, maar je werkt ze hier veel nauwkeuriger uit. Bij het voorbeeld van het aanmeldformulier uit de vorige stap, beschrijf je hier dus ook hoe je het formulier eenvoudiger gaat maken (pictogrammen, minder tekst, B1, etc)

8. De te verwachten effecten

Deze stap is eigenlijk een optelling van de vorige stappen. Je hebt in kaart gebracht wat de doelen zijn, welke elementen er zijn en wat de werkzame bestanddelen zouden moeten zijn. Deze stap brengt in kaart welke effecten je dan verwacht.

Zorg dat je ook aandacht hebt voor eventuele (ongewenste) neveneffecten. Een budgetcursus van tien dagen in een maand kan het effect hebben dat mensen zeer goede begrotingen kunnen opstellen. Ongewenst neveneffect kan zijn dat ze minder inkomsten hebben, omdat ze die maand niet konden werken.

9. Betrokkenen

Tot slot is het van belang om de betrokken bij de uitvoering van de interventie in kaart te brengen. Wat zijn de rollen die mensen hebben en waar is er sprake van onderlinge afhankelijkheid? Bekijk ook welke tijdsinvestering er wordt gevraagd. In hoeverre kunnen de betrokken zorgen dat de interventie niet op de juiste wijze wordt uitgevoerd en wat betekent dat voor de te verwachten effecten?

Hoe ga je hiermee verder?

Je hebt alles ingevuld en wat nu? De volgende stap is verbinden: past de puzzel in elkaar? Met andere woorden: is de kans groot dat de interventie zoals hier omschreven de oplossing biedt voor het beschreven probleem en kan het gewenste doel worden behaald? Als het antwoord hierop nee is, dan is de vraag wat er aangepast zou moeten worden. Dat kunnen zowel de doelen zijn (omdat deze onrealistisch zijn) of elementen uit de aanpak.

De volgende vragen kun je gebruiken om een antwoord te formuleren:

- Sluiten de doelen aan op de gewenste situatie?
- Dragen de werkzame bestanddelen bij aan het bereiken van het doel?
- Welke beïnvloedbare factoren worden meegenomen in de interventie en zijn dat er voldoende om de doelen te bereiken?
- Zijn de werkzame bestanddelen passend voor de doelgroep?
- Is er sprake van een stabiele context?
- Lijkt het realistisch om te verwachten dat je met deze aanpak inderdaad het nagestreefde doel gaat halen?

- Staan de positieve verwachte effecten in verhouding met het risico op mogelijk negatieve neveneffecten?

De volgende vraag is welke risico's in de uitvoering zijn en of daar nu al acties op ondernomen kunnen worden? Kun je bijvoorbeeld verwachten dat de betrokken ook daadwerkelijk hun rol pakken, zit daar een risico? Hoe goed is de doelgroep te bereiken en te filteren? Zijn er ongewenste neveneffecten te verwachten?

Aanpassingen gewenst

In veel gevallen zal je, nadat je een planevaluatie hebt uitgevoerd, tot de conclusie komen dat er nog punten zijn die verbeterd kunnen worden. Het kan ook zijn dat je al tijdens het schrijven concludeert dat je bijvoorbeeld te weinig weet van de werkzame bestanddelen.

Soms zijn de aanpassingen eenvoudig, maar in veel gevallen zal je terug moeten naar de ontwerpfase. Vaak vraagt dit afstemming met anderen binnen de gemeente. Bijvoorbeeld bij het bijstellen van doelen.

Wil je een reeds bestaande interventie invoeren in jouw organisatie of gemeente? Maak dan gebruik van de handreiking 'Van plan naar actie. Handreiking voor het maken van een Implementatieplan'.

Tip: Loop je vast bij de werkzame bestanddelen? Maak dan gebruik van de [Toolkit Evalueren & Innoveren](#)

3

Format planevaluatie

Om zelf aan de slag te kunnen met de planevaluatie heeft Schouder Eronder een format ontwikkeld. Er zijn twee varianten. De eerste is voor het verbeteren van je interventie. Als je interventie al wordt uitgevoerd, dan is het handig om eerst de interventie te beschrijven en daarna de werkzame bestanddelen toe te lichten. De andere variant is als je plan nog niet heel concreet is. Dan kun je eerst de werkzame bestanddelen beschrijven, omdat dat de basis van je interventie wordt. Hieronder is het format van de bestaande interventie ter illustratie weergegeven. Het invulbare woordbestand is gratis te downloaden op de website van de [Toolkit Evalueren & Innoveren](#).

Datum:

Looptijd interventie:

Uitvoerende organisatie:

Korte beschrijving van de interventie

Optioneel: Handig als het plan gedeeld wordt met mensen die de interventie niet kennen.

1. Probleemanalyse & huidige situatie

Welk probleem dient de interventie aan te pakken? En wat is de huidige situatie?

2. Gewenste situatie

Hoe zou de situatie eruit moeten zien?

Gebruik hierbij het SMART-concept: specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch, tijdsgebonden om te toetsen of het haalbaar is.

3. Doel van de interventie

Wat het doel van de interventie is (welke uitkomsten worden nagestreefd) en welke subdoelen zijn er? Geef hier een beschrijving van alle doelen die worden nagestreefd, dat helpt om straks vast te stellen welke ook meegenomen kunnen worden in een effectevaluatie.

4. Doelgroep

Op welke doelgroep richt de interventie zich primair en eventueel secundair? Met andere woorden: Wie probeer je uiteindelijk te bereiken met de interventie? En is er nog een groep die je in eerste instantie niet verwacht te bereiken maar dat uiteindelijk wel wordt?

5. Context

Beschrijf hier binnen welke context de interventie wordt uitgevoerd.

6. Aanpak en componenten

Beschrijf hier welke instrumenten en technieken worden toegepast, met welke frequentie, intensiteit, duur, fasering en welke expertise nodig is voor uitvoering van de interventie. Beschrijf hierbij zo mogelijk uit welke componenten de interventie bestaat.

7. Werkzame bestanddelen/theoretische basis

Geef in dit deel antwoord op de volgende vraag: Op welke veranderbare kenmerken richt de interventie zich en welke werkzame bestanddelen worden ingezet?

8. De te verwachten effecten

Geef in dit deel antwoord op de volgende vragen: Wat zijn de te verwachten effecten van de interventie? Zijn er eventuele neveneffecten te verwachten?

9. Betrokkenen

Geef in dit deel antwoord op de volgende vragen: Wie, welke groepen of personen, zijn bij deze interventie betrokken? Welke tijdinvestering wordt er van de betrokkenen gevraagd en welke rollen hebben zij?

10. Conclusie

Hoe groot is de kans dat de interventie zoals hier omschreven de oplossing biedt voor het beschreven probleem en kan het gewenste doel worden behaald? Bij kleine kans: wat zou er dan moeten veranderen? Bij een grote kans: wat mooi! Tijd om de interventie in te voeren en een procesevaluatie te doen.

4

Voorbeelden van planevaluatie

Schouders Eronder is in februari 2018 op zoek gegaan naar bewezen effectieve interventies in andere velden of het buitenland die de Nederlandse praktijk van de schuldhulpverlening kunnen verbeteren. Drie organisaties zijn met ondersteuning van Schouders Eronder aan de slag gegaan om een bestaande interventie te vertalen naar de context van de Nederlandse schuldhulpverlening. Aan de betrokken organisaties hebben we gevraagd om een planevaluatie te maken. Ter inspiratie hebben we er hier twee bijgevoegd. Deze plannen zijn gemaakt aan de start van het traject. Het kan zijn dat er inmiddels verschuivingen in de projecten hebben plaats gevonden of dat op basis van deze plannen aanpassingen zijn gedaan.

De voorbeelden zijn ook los te downloaden op www.toolkitevalueren.nl.

Tip: meer weten over de interventies en de effectiviteit van deze interventies? Kijk op www.toolkitevalueren.nl

8TING IN SCHULDHULPVERLENING

Datum: 29 november 2018

Looptijd interventie: augustus 2018 tot en met september 2019

Uitvoerende organisatie: Stadsring51

Korte beschrijving van de interventie

8TING is een applicatie die met persoonlijke aandacht mensen in beweging krijgt. Mensen met schulden krijgen gerichte informatie over hun traject, coaching en begeleiding op maat en worden op een laagdrempelige manier herinnerd aan afspraken. 8TING heeft zich reeds bewezen in het sociale domein, Stadsring51 in Amersfoort onderzoekt nu of het ook werkt in de schuldhulpverlening.

Probleemanalyse & huidige situatie

Schuldhulpverlening is over het algemeen erg gericht op vaste procedures en randvoorwaarden waaraan de klant moet voldoen. Dat staat op gespannen voet met het inzicht dat de voortdurende stress die mensen met schulden ervaren zorgt voor het verslechteren van hun doen-vermogen. Zij komen vaak in zeer beperkte mate in actie om hun problemen op te lossen. Hierdoor is het aanpakken van schulden lastig. Momenteel worden de klanten te weinig ondersteund om dat doen-vermogen weer te kunnen inzetten.

Een tweede probleem is dat klanten weinig zicht op hun proces hebben en daardoor minder regie ervaren en nemen.

Een ander geconstateerd probleem is dat consultants graag meer tijd en aandacht zouden willen hebben voor de klanten, maar dat zij door hoge werkdruk dit niet kunnen doen.

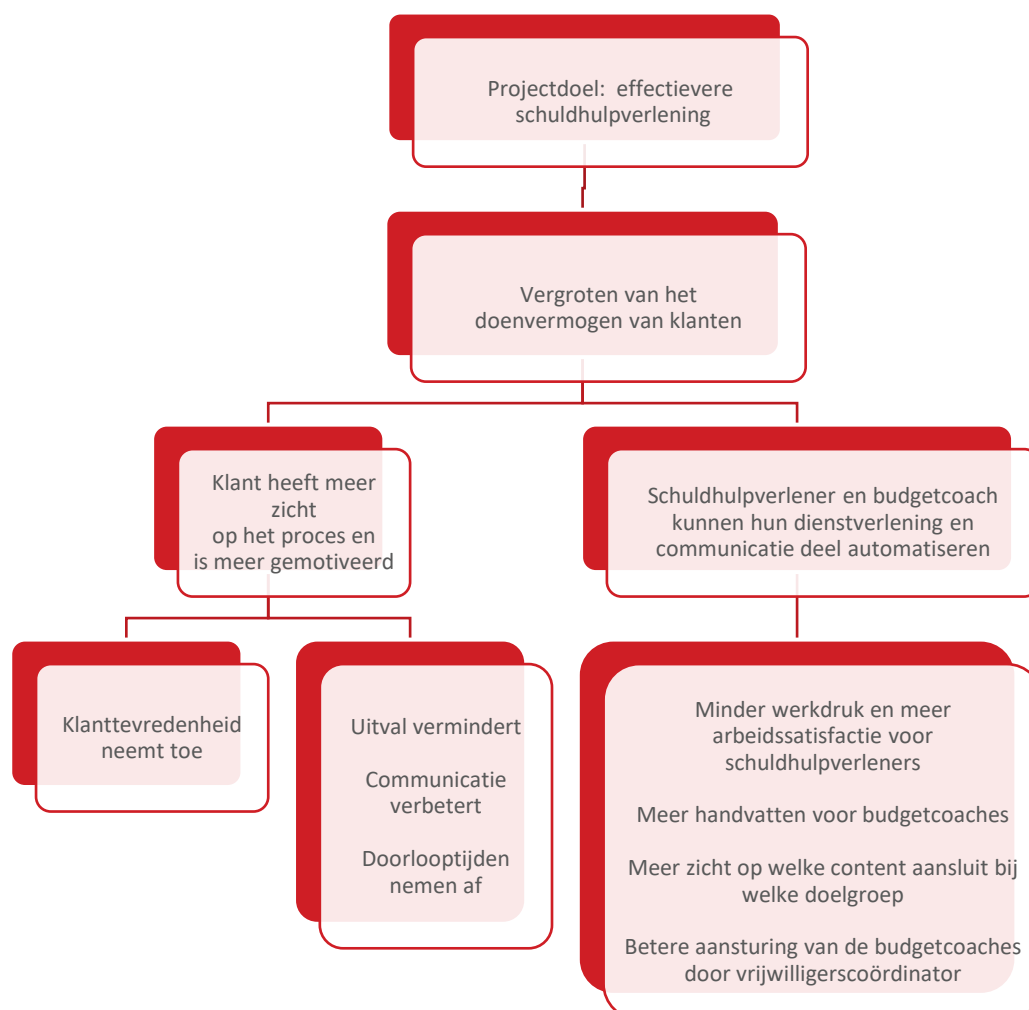
Gewenste situatie

De klant heeft meer zicht op het proces, want hij kan op een persoonlijke pagina meekijken met alle stappen die gezet zijn en nog volgen in een schuldhulpverleningstraject. De klant komt door het geboden inzicht en de persoonlijke aandacht die de interventie genereert eerder in beweging. Daarnaast verbetert de communicatie met de doelgroep en zal de klanttevredenheid over de dienstverlening stijgen. We verwachten dat door de persoonlijke aandacht ook de uitval vermindert en doorlooptijden afnemen. Bovendien ondersteunen we door de communicatie en aangeboden activiteiten het doen-vermogen van de klanten.

De schuldhulpverleners en budgetcoaches worden door 8Ting ondersteund in hun (deels geautomatiseerde) communicatie met de klant waardoor klantcontacten positiever verlopen, klanten gemotiveerder raken, voor consultants werkdruk vermindert en de arbeidssatisfactie bij de consultants toeneemt.

Doel van de interventie:

Hieronder is de doelenboom weergegeven.



Doelgroep

Primair op klanten met problematische schulden.

Secundair op schuldhulpverleners die de klanten begeleiden en budgetcoaches(= vrijwilligers) die deze cliënten ondersteunen.

Context

Stadsring51 is actief bezig om in de dienstverlening veel meer rekening te houden met de mogelijkheden van de klant. Klantprocessen worden opnieuw vormgegeven vanuit de principes van stress sensitieve dienstverlening. Het meer en beter aandacht geven aan de klant zorgt in onze overtuiging uiteindelijk tot meer succesvolle interventies.

In principe bieden we iedere klant die zich aanmeldt bij Stadsring51 met een problematische schuldsituatie wordt ingepland de app aan. Wanneer direct al blijkt dat de klant de app niet kan of wil gebruiken, dan wordt de app niet ingezet. Het gebruik van de app wordt dus niet verplicht gesteld, het is een aanvulling op de bestaande dienstverlening.

Aanpak en componenten

De applicatie 8TING, met:

- Afsprakenmodule waarbij automatisch een herinnering wordt verstuurd een dag voordat de afspraak plaatsvindt
- Chatfunctie
- Programma's voor verschillende processen binnen schuldhulpverlening, waarin het proces wordt opgedeeld in stapjes en te volgen is op een tijdlijn. Informatie pas wordt aangeboden als het aan de orde is
- Mogelijkheid om opdrachten uit te zetten aan de klant, verwerkt in een stappenplan
- Tips over voor de doelgroep relevante events al of niet met korting

Afhankelijk van de situatie van de klant wordt de op dat moment best passende content aangeboden.

Werkzame bestanddelen/theoretische basis

Veranderbare kenmerken:

- Verschijnen op afspraak
- Communicatie verbeteren
- Inzicht vergroten in het proces van schuldhulpverlening
- Betrokkenheid van de klant vergroten

Werkzame elementen:

- Afspraakherinnering
- Positieve digitale communicatie, deels geautomatiseerd
- Stappenplannen die inzicht geven in het proces van schuldhulpverlening
- Interactieve applicatie
- Suggesties voor interessante events of kortingen

Voor literatuur zie:

- Weten is nog geen doen. Een realistisch perspectief op redzaamheid – WRR
<https://www.wrr.nl/publicaties/rapporten/2017/04/24/weten-is-nog-geen-doen>
Namelijk: Stress zet mentale vermogens onder druk, dat heeft invloed op het doen-vermogen. Er vanuit gaan dat mensen wel willen, maar moeite hebben met in actie komen. Ook terug te vinden in Schaarste - Mullainathan & Shafir, 2013.
- Herinneren aan afspraken werkt blijkt uit: <https://www.nibud.nl/beroepsmatig/nibud-experiment-leidt-tot-nieuwe-werkwijze-bij-groningse-kredietbank/>
- Hoe meer je weet van de doelgroep, hoe beter je kunt meten of interventies wel werken. En: minder nadruk op kennisoverdracht, meer op het samen doen en het opdelen van informatie in kleine stapjes. <https://www.wrr.nl/publicaties/working-papers/2016/06/30/duurzame-verbetering-van-gezond-financieel-gedrag.-droom-of-werkelijkheid>
- Inzichten en methodes uit de marketing worden ingezet in het sociaal domein.
www.8ting.com
Technologie uit de e-commerce stelt 8TING in staat om een gebruikersprofiel te bouwen dat iets zegt over de specifieke persoonlijke situatie van de klant. Want 8TING verzamelt en combineert veel meer klant-kenmerken dan normaal het geval is. Zo is 8TING in staat om beter inzicht te creëren in wat relevant en effectief voor de klant is.

De te verwachten effecten

We verwachten dat door het geboden inzicht en de persoonlijke aandacht de klant eerder in beweging komt en blijft. Belangrijk is daarbij op te merken dat de digitale begeleiding geenszins het persoonlijke contact vervangt, maar daar juist een aanvulling op is.

We zien daarnaast een meerwaarde in het effectiever kunnen matchen van onze vrijwillige budgetcoaches een de mensen die budgetcoaching nodig hebben. Het vergemakkelijkt de communicatie tussen coach en de klant en de communicatie tussen de coach en de schuldhulpverlener.

Ook de schuldhulpverleners worden met 8TING in hun werk ondersteund, de communicatie met klanten wordt planmatiger ingericht waardoor zij effectiever kunnen werken. Daarnaast verbetert de communicatie met de doelgroep zullen interventies effectiever zijn en zal de klanttevredenheid over de dienstverlening naar verwachting stijgen.

Betrokkenen

De uitvoeringpartners zijn: Stadsring51 en Present Media, waarbij Stadsring51 hoofdaannemer is. Present Media werkt samen met meerdere partijen:

- Beheer en ontwikkeling van de digitale technologie is in handen van 42 (www.42.nl).
- Inrichting / implementatie en optimalisatie van de digitale technologie is in handen van 8TING (www.8TING.nl). Denk hierbij aan content, programma's, data, rapportages.

PSYCHO-EDUCATIE

<i>Datum:</i>	<i>30 november 2018</i>
<i>Looptijd interventie:</i>	<i>Van september 2018 tot december 2019</i>
<i>Uitvoerende organisatie:</i>	<i>Hogeschool Utrecht (ontwikkeling), i.s.m. uitvoeringsorganisaties</i>

Korte beschrijving van de interventie

De interventie bestaat uit een training voor medewerkers die werken met mensen met (een verhoogd risico op) problematische schulden. In de training worden medewerkers opgeleid in

- 1) het geven van voorlichting over de negatieve effecten van aanhoudende geldstress op gedrag aan klanten;
- 2) het toepassen van gesprekstechnieken;
- 3) het begeleiden van klanten bij het ontwikkelen van coping strategieën om klanten te ondersteunen bij het behalen van hun persoonlijke doelen.

Probleemanalyse & huidige situatie

Mensen met (risico op) problematische schulden staan bloot aan grote hoeveelheden stress. Onderzoek heeft uitgewezen dat stress een negatief effect heeft op executieve functies, waaronder het initiëren van taken, vooruit plannen, organiseren, flexibel reageren op veranderende omstandigheden, of het onderdrukken van impulsen. Verder hebben mensen in het algemeen moeite met het omzetten van intenties naar actie. Mensen die een traject bij schuldhulpverlening doorlopen moeten een groot aantal stappen zetten. De uitdaging is om ondanks het negatieve effect van de stress op de executieve functies voldoende motivatie op te brengen om steeds weer productief gedrag te vertonen. Dit vraagt ook een grote mate van motivatie. Naar alle waarschijnlijkheid leidt het grote aantal faalervaringen dat de schuldenproblematiek met zich meebrengt tot een lage geloof in eigen kunnen, wat naast de zwakke executieve functies doelbereiking in de weg staat.

Gewenste situatie

Met psycho-educatie willen wij bereiken dat klanten gemotiveerd raken om hun persoonlijke doelen te bereiken en dat ze een hoge mate van geloof in eigen kunnen ervaren ten opzichte van hun persoonlijke doelen.

Doel van de interventie

Het uiteindelijke doel van de interventie psycho-educatie is om een bijdrage te leveren aan het oplossen van de schuldenproblematiek. Een manier die bijdraagt aan het oplossen van de schuldenproblematiek is dat mensen met (risico op) problematische schulden een schuldhulptraject doorlopen. Hiervoor moeten klanten persoonlijke en aan de schuldenproblematiek gerelateerde doelen bereiken. Voor doelbereiking moeten klanten doelgericht handelen en barrières overwinnen. Door klanten bewust te maken van het effect dat stress kan hebben op gedrag, door in de begeleiding gesprekstechnieken toe te passen, en door klanten te ondersteunen bij het ontwikkelen van coping strategieën om doelgericht

te handelen en barrières te overwinnen wordt beoogd dat klanten vaker in staat zijn om zijn persoonlijke doelen te behalen.

De beoogde directe effecten van de interventie psycho-educatie zijn specifiek voor de drie interventie componenten: 1) de voorlichting, 2) de gesprekstechnieken en 3) de coping strategieën.

1) Voorlichting: De voorlichting over de effecten van stress op gedrag zal naar verwachting bij de persoon met (risico op) schulden leiden tot meer bewustzijn van het effect van stress op het eigen gedrag, wat wederom zal leiden tot een verhoogde motivatie om strategieën te ontwikkelen om ondanks de stress de persoonlijke doelen te behalen.

2) Gesprekstechniek: door de klant te bedienen op zijn behoefte aan autonomie, betrokkenheid en competentie zal de motivatie van de klant toenemen.

3) Coping strategieën: De coping strategieën zullen naar verwachting bij mensen met (risico op) problematische schulden leiden tot een verhoogd gevoel van geloof in eigen kunnen.

Doelgroep

De interventie psycho-educatie is primair gericht op mensen met (risico op) problematische schulden.

Het effect wordt bereikt via professionals die werken met mensen met (risico op) problematische schulden.

Context

De interventie wordt uitgevoerd bij organisaties die mensen met (risico op) problematische schulden begeleiden richting een schuldregeling of richting werk.

De training wordt gegeven aan professionals, deze professionals zijn in de meeste gevallen verplicht vanuit hun leidinggevende om mee te doen.

Aanpak

1) Voorlichting

Voor de voorlichting wordt uitleg gegeven aan de hand actuele inzichten uit de hersenwetenschappen. Het effect van dit onderdeel is bewustzijn. De uitleg over de effecten van stress wordt naar verwachting maar één keer gegeven. Wegens de lage frequentie en intensiteit van dit gedeelte van de interventie is het nog maar de vraag of hier een meetbaar effect op bewustzijn kan worden verwacht.

2) Gespreksvoering

Effectieve voorlichting vraagt niet alleen om inhoudelijke kennis, maar ook om het beheersen van gesprekstechnieken. Gesprekstechnieken zorgen ervoor dat de medewerker in het gesprek de klant bediend op zijn behoefte aan autonomie, betrokkenheid en competentie, wat zijn motivatie kan versterken. Daarnaast wordt het gedrag van de klant genormaliseerd en gevalideerd. De wetenschappelijke onderbouwing van de informatie kan het normaliserende effect ("Dit overkomt iedereen in een vergelijkbare situatie") kracht bijzetten. Deze technieken zullen tijdens elk klantgesprek worden toegepast.

3) Strategieën formuleren

Het ontwikkelen van strategieën gebaseerd op eerdere succeservaringen en de attributie van eerdere succeservaringen aan de klant wordt geïnitieerd op het moment dat de klant vastloopt: de klant slaagt er niet in om zijn persoonlijke doelen te behalen. Op dat moment begint de professional

met de psycho-educatie en zet dit voort tot de klant zelfstandig strategieën kan ontwikkelen of tot het traject stopt. De frequentie is hoger in het begin van het traject dan aan het einde en kan variëren tussen wekelijks tot maandelijks. Om strategieën te kiezen kan gebruik worden gemaakt van de Executive Skills Questionnaire; die geeft de drie meest sterke executieve functies van de klant weer en biedt een goed aanknopingspunt voor een gesprek over eerdere succeservaringen met strategieën. Dit wordt éénmalig gedaan, maar het gesprek over de succeservaringen van de klant wordt bij elk gesprek gevoerd. Vanwege de relatief hoge intensiteit van dit component verwachten wij dan ook een meetbaar effect op geloof in eigen kunnen bij de klant.

Werkzame bestanddelen/theoretische basis

De interventie is gericht op 1) bewustzijn van de invloed van stress op het eigen gedrag, 2) motivatie, en 3) geloof in eigen kunnen van de mensen met (risico op) problematische schulden.

Het bewustzijn van de invloed van stress op het eigen gedrag trachten wij te verhogen door middel van voorlichting. In de voorlichting wordt uitleg gegeven over het effect van stress op gedrag. Door de klant bewust ervan te maken hoe stress invloed kan hebben op zijn gedrag verwachten wij dat de motivatie toe neemt om te leren om met de stress om te gaan.

De motivatie van de klant wordt versterkt door gesprekstechnieken. Door middel van de gesprekstechnieken wordt de klant bediend op zijn behoefte aan autonomie, betrokkenheid en competentie. Daarnaast zal de medewerker het gedrag van de klant normaliseren en valideren. Door al deze technieken wordt de medewerker-klant relatie versterkt, wat volgens eerder onderzoek een positief effect heeft op de motivatie van de klant.

Het zou kunnen dat een onderliggend mechanisme zit besloten in zelf-compassie. Er zijn aanwijzingen dat mensen door het verleggen van de focus van zichzelf naar anderen zich meer gaan identificeren met anderen en dat ze eerder geneigd zijn om de verantwoordelijkheid te nemen voor fouten of onproductief gedrag, zonder negatieve effecten op hun affect te ondervinden. Hierdoor is het makkelijker voor mensen met een hoge mate van zelf-compassie om na een faalervaring opnieuw doelgericht gedrag te vertonen. Het zou dus kunnen dat een deel van het positieve effect van het normaliseren van het gedrag op motivatie verloopt via een verhoogde zelf-compassie.

De derde interventie component bestaat uit het ontwikkelen van coping strategieën en is gericht op het geloof in eigen kunnen van mensen met (risico op) problematische schulden. Onderzoek wijst uit dat het adopteren van effectieve strategieën, eerdere succeservaringen en attributie feedback een positief effect kunnen hebben op de mate van geloof in eigen kunnen. In de component psycho-educatie zelf staat inhoudelijk het formuleren van effectieve strategieën centraal. Bij het kiezen van een strategie gaat de voorkeur uit naar een strategie die door de klant zelf wordt aangedragen als een strategie die hij in het verleden reeds succesvol heeft toegepast. De eerdere succeservaringen zal naar verwachting het geloof in eigen kunnen ten opzichte van de strategie positief beïnvloeden. Bij succeservaringen (het succesvol toepassen van de coping strategie, of bij doelbereiking) zal de professional door middel van gesprekstechnieken deze uitvergrooten en attribueren aan de klant.

De te verwachten effecten

Verwachte effecten zijn positieve effecten op inzicht in het effect van stress op gedrag en geloof in eigen kunnen.

Mogelijke averechtse effecten zijn gerapporteerd in studies naar zelf-compassie. Mensen die verwaarlozing of andere vormen van mishandeling hebben ondergaan kunnen geconditioneerd zijn om op positieve gevoelens te reageren met angst. Maar wegens de lage intensiteit van dit component verwachten wij geen averechtse effecten van psycho-educatie.

Betrokkenen

Bij de uitvoering van psycho-educatie zijn betrokken: 1) trainers, 2) managers van professionals, 3) professionals, 4) klanten.

1) De trainers voeren drie trainingstrajecten uit van elk 2 dagen.

2) De professionals worden geacht om aanwezig te zijn gedurende de twee dagen training. Daarnaast worden ze geacht om deel te nemen aan minimaal drie intercollegiale intervisie bijeenkomsten. In de klantgesprekken zullen ze telkens maximaal een half uur besteden aan het toepassen van de interventie. Daarnaast zullen ze tijd moeten reserveren voor de dataverzameling. Dit zal tijdens de training worden uitgelegd.

3) De managers worden geacht de randvoorwaarden voor de implementatie te scheppen. Dat betekent dat ze minimaal drie intercollegiale intervisie bijeenkomsten voor de professionals faciliteren. Daarnaast maken ze ruimte in de agenda's van de professionals voor het bijwonen van de training. Tijdens de terugkombijeenkomst zullen de professionals worden gevraagd naar implementatie barrières; deze worden vervolgens teruggekoppeld naar de managers met de vraag om deze barrières voor zover mogelijk weg te nemen. Met de managers wordt van tevoren een samenwerkingsovereenkomst getekend, waarin ze zich verbinden aan deze investeringen.

4) De klanten zullen een deel van hun afspraken met de professional besteden aan de interventie. Het kan zijn dat daardoor de frequentie van de klantgesprekken toeneemt. Dat kan lastig zijn voor klanten, en uitval kan dan ook een gevolg zijn. Echter wordt persoonlijke aandacht meestal gewaardeerd, en dat kan weer een positieve invloed hebben op uitval. Daarnaast wordt van de klant verwacht dat hij de strategieën uitvoert, wat motivatie en tijd vereist. We hopen echter dat de inspanningen van de klant hierdoor uiteindelijk effectiever worden en de trajecten korter.