

Inhoudsopgave

Er is nog heel wat werk te verzetten	3
Inleiding	7
Deel 1	
Budgetcoaching	10
1.1 Waaron budgetcoaching?	10
1.2 Wat is budgetcoaching?	10
1.3 Visie op klanten in budgetcoaching	13
Deel 2	
De coach	16
2.1 Wat is coachen?	16
2.2 Het spanningsveld tussen problemen oplossen en coachen van gedrag	17
2.3 Jij als coach	19
2.4 Vijf gouden regels voor een coach	20
2.5 Kernkwaliteiten	22
2.6 Samenvatting	26
Deel 3	
De theorie	27
3.1 Het ijsbergmodel	27
3.2 Beweging in de ijsberg	30
3.3 Onvoldoende eigenaarschap	43
3.3.1 Van slachtoffergedrag naar eigenaarschap	43
3.3.2 Van passiviteit naar eigenaarschap	48
3.4 Motivatie als factor bij gedragsverandering	55
3.5 Samenvatting	56
Deel 4	
Het coachtraject	57
4.1 De intake	58
4.1.1 Agenda voor het intakegesprek	58
4.2 De analyse	63
4.3 Doelen stellen en het coachplan	74
4.4 Aan de slag	78
4.4.1 Werken met werkvormen	83
4.4.2 Overzicht werkvormen	84
4.5 Verankeren	94
4.6 Afronden en eindevaluatie	96
4.7 Nazorg	100

Inleiding

Gemeenten moeten bezuinigen op schuldhulpverlening. Het aantal klanten van de schuldhulpverlening stijgt. Met minder geld moeten meer klanten worden geholpen. Tegelijkertijd wordt het steeds duidelijker dat het oplossen van schulden alleen niet de oplossing is. Om klanten duurzaam te helpen en om recidive te voorkomen, moet je werken aan gedragsverandering. Hierover wordt in het onderzoek klantprofielen voor de schuldhulpverlening¹ geschreven:

‘Schulden zijn altijd (mede) het gevolg van het gedrag van de schuldenaar. In een aanpak die niet alleen tot doel heeft schuldregelingen te treffen, maar daarnaast wil voorkomen dat schuldenaren later opnieuw in de problematische schulden raken, moeten het gedrag en de benodigde gedragsverandering van de schuldenaar centraal staan.’

Doordat gedragsverandering steeds vaker centraal komt te staan binnen de schuldhulpverlening, wordt ook steeds meer een beroep gedaan op budgetcoaching. Budgetcoaches worden ingezet om met de klant te kijken naar hun financiële huishouding. Ze helpen klanten weer zicht te krijgen op inkomsten en uitgaven. Daarnaast wordt van de budgetcoach steeds meer verwacht dat hij de klant leert weer goed met geld om te gaan. Budgetcoaching wordt daarmee vaak gezien als dé manier om te werken aan een gedragsverandering bij de klant die leidt tot financieel gezond gedrag.

Daarmee wordt een grote verwachting neergelegd bij de budgetcoach. Niet alleen moet hij er in tijden van crisis voor zorgen dat de klant overzicht krijgt, hij moet ook werken aan gedrag. Een lastige taak, omdat tegelijkertijd de klant vaak in acute financiële nood verkeert. Doordat er, om erger te voorkomen, directe wijzigingen nodig zijn in het budget, lijkt er vaak weinig ruimte om financieel gedrag ter sprake te brengen. Veel budgetcoaches ervaren dat het lastig is om zich in deze situaties als coach op te stellen. Ze zijn op zoek naar handvatten om de coaching vorm en richting te geven.

Hoe zorg je er als budgetcoach voor dat je niet alleen bezig bent om per direct het bestedingsgedrag van de klant te veranderen? Hoe houd je ook ruimte om vaardigheden en competenties te ontwikkelen? Hoe bepaal je welke doelen je kunt hebben in een coachtraject en hoe kun je hier gestructureerd naar toe werken? Dit boek helpt daarbij. Het combineert algemene coachingstheorieën met de praktijk van de budgetcoach.

Het praktijkboek budgetcoaching is een praktische handleiding voor alle financieel hulpverleners die klanten willen coachen naar financieel gezond gedrag.

¹ Geuns, R. Van, Jungmann, N., Weerd, M. De, *Klantprofielen voor schuldhulpverlening*, Regioplan, 2011

Deel 1

Budgetcoaching

1.1 Waarom budgetcoaching?

Vanuit verschillende invalshoeken wordt beschreven, dat financieel gezond zijn een grote bijdrage levert aan ons welbevinden. Financiële gezondheid staat dan ook met recht hoog op de agenda van (lokale) beleidsmakers. We willen dat inwoners zoveel mogelijk in staat zijn om zelfstandig een financieel gezonde huishouding te voeren. Bij een financieel gezonde huishouding worden weloverwogen keuzes gemaakt, zodanig dat de financiën in balans zijn op zowel korte als op lange termijn. Financieel gezond ben je niet alleen als je zelf al je geldzaken kunt regelen, maar ook als je weet wanneer en waarvoor je hulp zou moeten invoeren.

Een hoge mate van financiële gezondheid is niet voor iedereen weggelegd. Veel mensen in Nederland kampen met financiële zorgen, veroorzaakt door het ervaren van krapte, door betalingsachterstanden en ook door schulden. Gelukkig heeft onze regering in de Wet gemeentelijke schuldhelpverlening vastgelegd, dat gemeenten voor iedere burger met schulden een passend hulpaanbod moeten doen. Een uitdagende taak, waaraan met veel betrokkenheid dagelijks door bevlogen professionals wordt gewerkt.

Met name budgetcoaching speelt een belangrijke rol bij financiële gezondheid. Juist door met een klant in gesprek te gaan over de onderliggende overtuigingen en waarden en normen van gedrag, kan een duurzame verandering in gedrag plaatsvinden.

1.2 Wat is budgetcoaching?

De schuldhelpverlening kent vele gezichten. Van aanmelding tot intake, van duurzame financiële dienstverlening tot budgetcoaching. Met name in de hoek van budgetcoaching is niet altijd duidelijk wat de verschillen zijn tussen budgetbeheer, budgetbegeleiding en budgetcoaching.

Budgetbeheer richt zich zuiver op het beheren van het geld van inwoners. Het contact met de inwoner in deze context, is dan ook gericht op het beheer. Denk hierbij aan het doorgeven van aanpassingen in de hoogte van betalingen of vragen over bepaalde reserveringen. Tegelijkertijd zien we dat in budgetbeheer ook vaak andere onderwerpen besproken worden. Voorbeelden hiervan zijn:

- Wat doe ik met mijn jaarrekening energie?
- Hoe kan ik weer zelf mijn financiën gaan regelen?
- Hoe kan ik omgaan met kostgeld van mijn kinderen?
- Hoe kan ik een nieuw ontstane schuld regelen?

Indien onderwerpen als deze vragen niet alleen technisch beantwoord worden, maar ook behandeld worden vanuit de vraag achter de vraag, dan spreek je van budgetbegeleiding.

Om meer duidelijkheid te geven over wanneer er sprake is van budgetbeheer, budgetbegeleiding en budgetcoaching, kunnen we kijken naar verschillende onderdelen die bepalen waarom iemand zich op een bepaalde manier gedraagt. Deze zijn opgenomen in figuur 1.1. De piramidevorm geeft aan welke vorm van ondersteuning het beste past bij welke 'laag' in de piramide. Tegelijkertijd geeft het een richting aan waar je qua effectiviteit op stuurt binnen de gekozen ondersteuning. Zo zal budgetbegeleiding zich richten op het vergroten van kennis, verbeteren van inzicht, versterken van vaardigheden en verbeteren van financieel gedrag. Coachen richt zich deels op financieel gedrag, en vervolgens op onderliggend gedrag, overtuigingen en waarden en normen.

Het ijsbergmodel

Gedrag ontstaat niet zomaar. Gedrag wordt veroorzaakt door onderliggende factoren. McClelland heeft een model ontwikkeld waarin dat duidelijk wordt, het 'ijsbergmodel'. Het gedrag van een persoon wordt vergeleken met een ijsberg. Een gedeelte is zichtbaar, het topje van de ijsberg. Maar een groot gedeelte van de ijsberg is onzichtbaar. Het bevindt zich onder de waterlijn. Het gedeelte onder de waterlijn heeft grote invloed op het gedeelte boven de waterlijn. Het draagt als het ware het topje. De ijsberg is op te delen in meerdere lagen. Alle lagen hebben invloed op het gedrag dat iemand vertoont.

Hoe dieper qua laag in de piramide de interventie wordt uitgevoerd, hoe langduriger het effect. Tegelijkertijd kan ook gezegd worden: hoe dieper in de piramide, hoe moeilijker de verandering kan plaatsvinden. De waarden en normen van een inwoner zijn moeilijker te veranderen dan bijvoorbeeld het inzicht in het budget. Waarden en normen van een inwoner veranderen, is vele malen intensiever dan bijvoorbeeld werken aan inzicht in het budget.

In de figuur is een lijn aangebracht. Deze lijn geeft de scheidslijn tussen wat professionals van de gemeente nog op kunnen pakken en waarvoor flankerende hulp moet worden ingeschakeld. De lijn loopt dwars door het gedragsniveau heen.

Figuur 1.1





Zoals in deel 1 van dit boek bleek, heeft wie jij bent grote invloed op jouw gedrag en daarmee op je coaching. Een coachgesprek is een gesprek tussen twee ijsbergen. Ook jouw gedrag als coach bestaat uit een ijsberg. Hoe herken jij jezelf als budgetcoach in de ijsberg? Hoe wordt jouw functioneren beïnvloed door je kennis en vaardigheden? Welke invloed hebben je overtuigingen op je coaching? En hoe zit het met de onderste laag? Welke motieven dragen bij aan de manier waarop jij coacht?

Je kunt je in een coachgesprek richten op verschillende niveaus. Daarbij zijn twee uitgangspunten:

- Hoe dieper de laag, hoe groter het effect van de verandering
- Hoe dieper de laag, hoe moeilijker de verandering

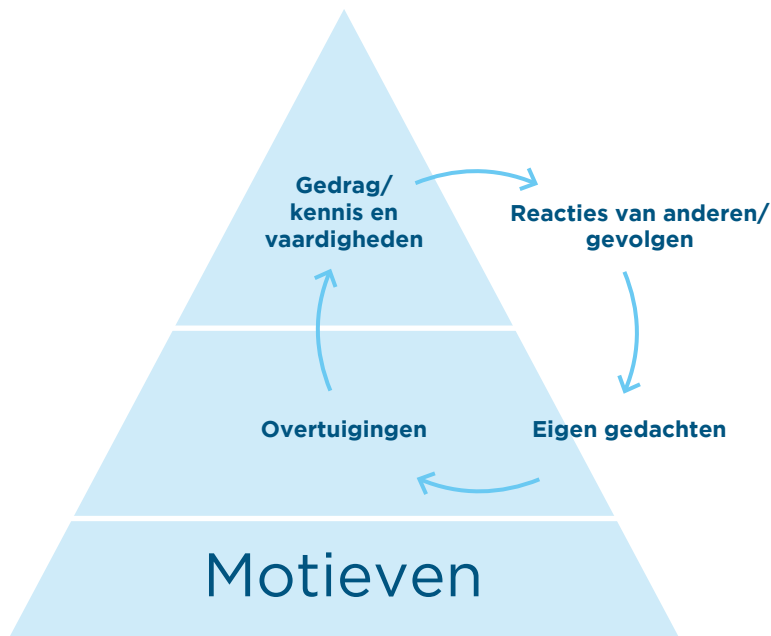
Je kunt een klant uitdagen meer *kennis* te krijgen van een onderwerp en daadwerkelijk te gaan oefenen met bepaalde *vaardigheden*. Zoals uit het voorbeeld blijkt, heeft dit niet altijd het gewenste effect. Als je dit merkt, zal er waarschijnlijk een diepere laag invloed uitoefenen op het gedrag. Door je klant in beweging te krijgen op een diepere laag, kun je grotere effecten bereiken. Als je de overtuiging van de klant, dat werken gevolgd moet worden door betaalde ontspanning, inzichtelijk en bespreekbaar kan maken, zal dit waarschijnlijk op meerdere vlakken effect hebben. Je moet daarvoor werken aan het ombuigen van de overtuiging van de klant. Door te coachen op de onderste laag van de ijsberg kun je grote veranderingen teweeg brengen. Een verandering hier is echter moeilijker te bereiken. Dit komt omdat *persoonlijke eigenschappen*, *intelligentie* en *motieven* diep verankerd zijn in je persoon. Sommige persoonlijke eigenschappen zijn zelfs aangeboren. De diepe verankering zorgt voor een lage veranderbaarheid. Dieper in de ijsberg coachen vraagt meer van jouw kwaliteiten als coach. Er wordt meer gevraagd van je gesprekstechnieken en jouw eigen houding en meningen gaan meer een rol spelen. Kijk nog eens naar de paragraaf 2.3, waar aandacht wordt besteed aan de eigenschappen van een goede coach.

3.2 Beweging in de ijsberg

Beweging in de ijsberg zorgt voor verandering in gedrag. Als coach kun je die beweging vanuit verschillende invalshoeken op gang brengen. Je kunt insteken op de drie lagen van de ijsberg. De verschillende lagen van de ijsberg beïnvloeden elkaar. Niet alleen van beneden naar boven, maar ook van boven naar beneden. Als je regelmatig hebt geprobeerd om een betalingsregeling te treffen maar dit niet is gelukt, kun je gaan denken en er van overtuigd raken dat je dom bent. Een andere overtuiging die kan ontstaan is, dat schuldeisers altijd al je geld willen hebben en dat er met hen niet valt te praten. Je gedrag en de negatieve resultaten bij dat gedrag hebben dan je

zelfbeeld en je overtuigingen beïnvloed. De volgende keer dat je een schuldeiser wilt gaan bellen, spelen deze overtuiging en je zelfbeeld een rol bij de manier waarop je dit doet. Je gelooft waarschijnlijk zelf niet in een oplossing en als een schuldeiser een argument aanvoert, ben je misschien sneller geneigd op te geven, omdat je jezelf dom vindt en ze daarom toch wel gelijk zullen hebben. Doordat je geen positief resultaat krijgt, versterkt dit vervolgens je overtuiging.

Er is sprake van een cirkel van wederzijdse beïnvloeding. Je overtuigingen beïnvloeden je gedrag. Het gedrag dat je laat zien, veroorzaakt gevolgen en reacties van anderen. Jouw gedachten over deze reactie beïnvloeden vervolgens weer je overtuiging. En die overtuiging beïnvloedt weer je gedrag. Motieven en persoonlijke eigenschappen voeden de overtuigingen en gedachten. Iemand die erg introvert is, zal bijvoorbeeld sneller kunnen denken dat mensen op hem letten. Zijn overtuiging kan dan zijn dat je eerst de kat uit de boom moet kijken voordat je moet reageren. Iemand die extravert is heeft waarschijnlijk hele andere gedachten en overtuigingen.



Figuur 3.2

Als coach kun je op elk van deze elementen een verandering teweeg brengen.

1. gedrag, kennis en vaardigheden
2. reactie van anderen/gevolgen
3. eigen gedachten
4. overtuigingen
5. motieven

Door een beweging te veroorzaken op één van de onderdelen zet je de cirkel, als het ware, met een duwtje in beweging.

2. Kun je absoluut weten dat het waar is?

Een klant zal bij de eerste vraag wellicht nog ja zeggen. Hier daag je hem uit om te bewijzen dat zijn gedachte absoluut waar is. Je onderzoekt samen drie tot vijf gedachten die ook waar zouden kunnen zijn. Welke oorzaken zijn er nog meer te geven waarom er een fout in het voorschot zit?

3. Hoe reageer je, wat gebeurt er, wanneer je die gedachte gelooft?

Hier kom je met de klant in gesprek over wat het betekent om te geloven dat je gedachte waar is. Je staat hier stil bij de consequenties die dit heeft voor de klant. Hoe voelt hij zich? Is dit een prettig gevoel? Wat gaat hij doen als hij zich zo voelt? Wie zou je zijn zonder de gedachte?

4. Wie zou je zijn zonder deze gedachte?

Samen kijken jullie wat het zou betekenen om een andere gedachte te hebben. Wat zou dat voor de klant betekenen? Welk gevoel levert dit hem op? Welke acties zou hij wel ondernemen zonder de huidige gedachte?

Na deze vier stappen keer je de eerste uitspraak van de klant om. Als de klant heeft gezegd 'ik kan niet omgaan met geld' kun je deze uitspraak omkeren door 'ik kan wel met geld omgaan.' Samen met de klant kijk je naar argumenten waarom dit waar zou kunnen zijn. Daarna kijk je met de klant welke gedachte voor hem wel helpend zou kunnen zijn. Je kunt daarvoor gebruikmaken van de antwoorden op vraag 2, maar de klant mag ook een andere gedachte formuleren. Op de geformuleerde helpende gedachte kan de klant teruggrijpen op momenten dat het moeilijk gaat.

Voorbeeld



De aanpak van budgetcoach Gerrit:

'In eerste instantie vond ik het nogal gemaakt om precies deze vier vragen te gebruiken. Ik had het idee dat de klant daar nooit goed op zou reageren. Totdat ik het een keer uitprobeerde bij mevrouw Janssen. Het grootste probleem van mevrouw Janssen was dat ze geen 'nee' kon zeggen tegen haar kinderen. Ze beschreef een situatie waarbij ze in eerste instantie geweigerd had nieuwe sportschoenen voor haar zoon te kopen. Flink sputteren van haar zoon had ervoor gezorgd dat ze toch overstag was gegaan. Toen ik haar vroeg waarom ze dat had gedaan, gaf ze aan dat ze dacht dat haar zoon haar zwak vond omdat ze niet in staat was voldoende geld te verdienen om haar twee kinderen te geven wat ze nodig hebben. Samen hebben we toen de vier vragen doorlopen. Ze was ervan overtuigd dat haar gedachte waar was. Bij de tweede vraag begon dat idee al wat te wankelen. Bij vraag vier was ze helemaal om: deze gedachte ging haar niet helpen. Ze zou zich zoveel fijner en minder schuldig voelen zonder deze gedachte. Na het gesprek belde ze me op. Ze had aan haar kinderen gevraagd wat ze van de schuldsituatie vonden en wat ze van haar vonden. Haar kinderen hadden aangegeven dat ze haar juist super sterk vonden omdat ze dit traject helemaal in haar eentje volhield. Dat was de bonus. Sindsdien probeer ik deze methode ook wel eens bij andere klanten uit. Haar nieuwe helpende gedachte? Ik ben sterk!'



Werken aan (belemmerende) overtuigingen en onderliggende angsten***

Op het moment dat je het gevoel hebt dat een overtuiging verandering van gedrag in de weg staat, kun je met deze werkvorm de overtuiging en onderliggende angsten in beeld krijgen.

Aanpak

Je vraagt de klant twee dingen op te schrijven in één zin:

- Wat vind je moeilijk om te zeggen? (1 zin)
- Wat vind je moeilijk om te horen? (1 zin)

Bij beide zinnen gaat het om een uitspraak over de klant zelf, zoals: 'Ik wil gelukkig worden' of 'ik ben slecht in het omgaan met geld.' Je laat beide zinnen op twee aparte blaadjes schrijven. Je start met het blad met de eerste zin. Je vraagt wat de klant heeft opgeschreven in die zin en vraagt hem dit tegen jou te zeggen. Jij reageert spontaan. Bijvoorbeeld, als de klant tegen jou zegt: 'Ik wil dat je naar me luistert', kun jij iets antwoorden als: 'Waarom zou ik naar jou luisteren?' Je gaat de strijd aan, maar in vragende zin. Na ongeveer een paar minuten vraag je aan de klant waarom hij het moeilijk vindt om dit te zeggen. Vaak spreekt de klant op dat moment zijn belemmerende overtuiging uit. Bijvoorbeeld: 'Dan ben ik bang dat jij mij dom vindt.'

Vraag daarna of hij de zin die hij moeilijk vindt om te horen aan jou geeft. Jij spreekt de zin uit en vraagt de klant hierop te reageren. Is het waar? Wat maakt dat het waar is? Een klant kan bijvoorbeeld zeggen: 'Je hebt het niet goed gedaan.' Na ongeveer een paar minuten vraag je aan de klant hoe het was om dit te horen. Vaak komt dan de (belemmerende) overtuiging boven tafel. Zo kan een klant dan zeggen: 'Ik ben altijd bang dat ik niet goed genoeg ben.'

Je bespreekt dit na met de klant en kijkt of er een verband zit tussen de twee zinnen. Wat zegt het over de klant? Waarschijnlijk heb je hiermee een belangrijke belemmerende overtuiging in beeld gekregen van de klant. De volgende stap is het omzetten van de belemmerende overtuiging naar een helpende overtuiging. Je kunt dit rechtstreeks vragen aan de klant. Een andere mogelijkheid is het inzetten van de vier vragen van Byron Katie.

Bijlage 9

Logboek van een coach

Naam klant:

Startmeting motivatie:



Startmeting vertrouwen:



Intake en analyse fase

Datum	Besproken	Bijzonderheden	Ingezette instrumenten	Gemaakte afspraken
11-3-2022	Achtergrond klant, coachvraag	De klant was in dit gesprek zenuwachtig, ik heb veel tijd moeten besteden aan veiligheid	Coachvragen	Huiswerkopdracht kernkwaliteiten
17-3-2022	Etc.			

Coachplan

Klant:

Datum:

Uitleg

Achtergrond en beschrijving beginsituatie	
Ingezette analyse middelen en conclusies	
Gewenste resultaten	
MACHT doelen	
In te zetten activiteiten per doel	
Planning	
Benodigde ondersteuning	
Commitment en eigenaarschap	
Aan de slag en verankeringsfase	
Akkoord klant:	Akkoord coach: