

WAT WERKT?

Eerder uit de schulden



Vroeg Eropaf-aanpak gemeente Amsterdam

Het leggen van contact met inwoners door de Vroeg Eropaf-aanpak is makkelijker gezegd dan gedaan, want wat is de beste manier om iemand te benaderen? Hoe zorg je ervoor dat je met een inwoner in contact komt? En als je eenmaal contact hebt: hoe kun je dit contact dan het beste benutten. Voor ogen hebben wat de succesfactoren zijn van de Vroeg Eropaf-aanpak kan helpen om deze vragen te beantwoorden. Daarnaast zijn drie kansen onderzocht om inzicht te krijgen hoe de Vroeg Eropaf-aanpak mogelijk nog effectiever kan worden.

Wat zijn de succesfactoren?

- ➔ **Het outreachend werken/proactief benaderen van inwoners met betaalachterstanden.**
Dus: niet wachten tot inwoners zelf op zoek gaan naar hulp.
- ➔ **Combineren van meerdere vormen van communicatie ('gecombineerde aanpak').**
Dus: benaderen van inwoners via huisbezoek, telefoon, e-mail, WhatsApp, en alle andere manieren die je kunt bedenken.
- ➔ **Duidelijk en eerlijk zijn over mogelijke dienstverlening.**
Dus: verwachtingsmanagement.
- ➔ **Maken van écht contact.**
Dus: luisteren naar de inwoner en horen welke vragen, twijfels, angsten of oplossingen de inwoner heeft.

Meer weten over de succesfactoren van de Vroeg Eropaf-aanpak? Lees [hier](#) het rapport.

Wat zijn kansen?

Brief en e-mail

Tips bij schriftelijke communicatie:

- Maak de communicatie persoonlijk.
- Zet de hoofdboodschap centraal, niet de (negatieve) aanleiding.
- Normaliseer de situatie.
- Benadruk het samen-gevoel.
- Roep op tot het nemen van concrete stappen.
- Gebruik makkelijke woorden.
- Gebruik korte zinnen.

Benieuwd naar meer tips voor goed contact?
Lees [hier](#) de handreiking.

Inzet ervaringskennis

Let hierop bij de inzet van ervaringskennis:

- Ervaringskennis kan een nuttige toevoeging zijn aan communicatie. De persoonlijke en inlevende bejegening kan een nieuwe doelgroep stimuleren de stap naar hulpverlening te zetten.
- Ervaringskennis is eerder zinvol in een filmje dan in een brief.
- Let hierbij wel op dat de persoon met ervaringskennis authentiek overkomt.
- Let erop dat de persoon met ervaringskennis verschillende doelgroepen kan aanspreken.

Lees [hier](#) meer over de inzet van ervaringskennis bij vroegsignalering.

Theoretische achtergrond over ervaringskennis is te lezen in de [Theory of Change](#).

Videofragment

Let bij de inzet van een videoclip bij vroegsignalering hierop:

- Bied een videoclip via meerdere kanalen aan. Dus niet alleen via een QR-code, maar bijvoorbeeld ook door een link in een brief of e-mail.
- Zorg bij gebruik van een QR-code in een brief of mail dat deze herkenbaar is.
- Monitor het bereik van de video en pas aan waar nodig.
- Kijk naar andere gemeenten of organisaties hoe zij inspirerende video's over vroegsignalering verspreiden.

Meer informatie over de kansen van de Vroeg Eropaf-aanpak is [\[hier\]](#) te lezen. (link volgt na publicatie)