

PROJECTPLAN

31-01-2019

Subsidieaanvraag

Stichting Welmoede

Huissen, 31 januari 2019

Inleiding

Common.Centz beoogt een platform te worden waarmee vrijwilligers in de schuldhulpverlening vroegtijdig, sneller en voorbereid in contact komen met hulpvragers.

Het platform bestaat uit een pop-up display waarmee hulpvragers worden verleid om een financiële APK te doen. De display kan eenvoudig geplaatst worden in openbare ruimtes waar de doelgroep graag komt. De APK wordt ingezet als digitale analyse van de inkomsten en uitgaven om de hulpvrager alvast op weg te helpen naar een concreet advies of hulpvraag.

Dit projectplan is gemaakt samen met Vereniging Humanitas Utrecht, SchuldhulpMaatjes Culemborg, Stichting Eropaf en Buyproxy BV.

Ten behoeve van schuldpreventie en armoedebestrijding spreekt het bestuur van de Stichting Welmoede al geruime tijd met gemeenten, schuldhulpverlening (SHV), onderwijsinstellingen, energiemaatschappijen en woningbouwverenigingen. Eén van de aandachtspunten is het betaalgedrag van, met name, gezinnen die financiële krapte ervaren.

Gezinnen ervaren dat het lastig is de maandelijks terugkerende vaste lasten te voldoen. De oorzaken zijn uiteenlopend, maar komen vaak voort uit onvoldoende thuisadministratie en het gebrek aan inzicht in het eigen uitgavepatroon. Vanuit de gesprekken met betrokken partijen, is geconstateerd dat gemeenten, SHV vrijwilligersorganisaties en vaste-lastenleveranciers mee willen denken in een maatschappelijke oplossing om gezinnen te helpen, maar tevens grote moeite hebben de gezinnen te identificeren waar financiële krapte is. Gezamenlijk is een ontwerp gemaakt waarin de doelgroepen laagdrempelig en niet stigmatiserend kunnen worden bereikt en benaderd. Dit heeft geleid tot het ontwikkelen en aanbieden van een "financiële APK" met behulp van een "pop-up display" en begeleiding van vrijwilligers.

Doel

Het doel is preventie van schulden en bestrijding van armoede door inzicht en advies in de financiële situatie van gezinnen en jongvolwassenen. De belangrijkste uitdaging daarbij is de doelgroep te bereiken.

De gezamenlijke ambitie van Stichting Welmoede en Vereniging Humanitas is, dat het gedrag van gezinnen en jongvolwassenen die financiële krapte ervaren wordt beïnvloed, om uiteindelijk betere controle op hun financiële situatie en uitgavenpatroon te krijgen. Om daartoe te komen onderzoekt het projectteam of de uitkomst van een "financiële APK" ertoe kan leiden dat mensen vroegtijdig worden geïnformeerd over hun financiële positie. Hiermee kan worden voorkomen dat mensen in de schulden terecht komen danwel voorkomen dat schulden oplopen.

De pop-up display zorgt voor het wekken van interesse en een vervolgactie bij de hulpvrager. Daarna kan deze ter plekke, of op een andere locatie de financiële APK doen waarbij de focus ligt op de realisatie van besparingen in huishoudelijke uitgaven, waardoor ieder gezin baat kan hebben bij de financiële APK. De uitkomst kan echter wellicht duiden op financiële problemen, of dreigende problemen, waarna een 'nudge' kan worden ingezet en mogelijk een ontmoeting met een vrijwilliger.

Nudging staat voor het geven van een subtiel duwtje in de goede richting, zonder hierbij vrijheden in te perken of verplichtingen op te leggen.

Uitvoering

Stichting Welmoede, Vereniging Humanitas en Schuldhulpmaatjes Culemborg bieden met de pop-up display een platform met meerdere mogelijkheden om met de doelgroep in contact te komen. Verwacht wordt dat de opzet van een pop-up display, ingezet in wijkcentra, bibliotheken en op de campussen van voorbereidend- en voortgezet onderwijs, door fysieke aanwezigheid een laagdrempelig effect zal hebben. De uitkomst van de financiële APK moet waarde hebben voor alle betrokkenen, ook voor huishoudens die niet direct tot de doelgroep behoren. De uitkomst mag niet stigmatiserend zijn en heeft primair tot doel de vrijwilliger met de doelgroep (blijvend) in contact laten te komen.

De wens voor een pop-up display is gevormd tijdens verschillende gesprekken met beleidsmakers bij vrijwilligersorganisaties, gemeenten, bibliotheken, universiteiten en hogescholen. Deze partijen hebben verklaard de pop-up display in te willen zetten. Door een pop-up display komen tijd en plaats bij elkaar en wordt het gat tussen het plan om hulp te vragen en het moment daadwerkelijk een stap te zetten verkleind.

Het draagvlak om met een oplossing te komen ten behoeve van schuldpreventie en armoedebestrijding is groot. Buyproxy doet ervaring op met een proef schuldpreventie met de Gemeenten Rivierenland en Hilversum, een aantal van hun maatschappelijke partners zoals Stichting de Alliantie, Kleurrijkwonen, Schuldhulpmaatjes, zorgverzekeraars en studenten van de Hogeschool Arnhem Nijmegen (HAN) en de bibliotheek in Culemborg.

Buyproxy heeft naar aanleiding van deze ervaringen haar platform beschikbaar gesteld aan de Stichting Welmoede, welke op haar beurt dit platform om niet laat gebruiken door vrijwilligersorganisaties zoals Schuldhulpmaatjes en Vereniging Humanitas. Daarmee word door deze laatste partijen hulp en advies aan individuele burgers gegeven middels het gebruik van de financiële APK. De pop-up display is een hulpmiddel voor de maatschappelijke partners om burgers tegemoet te treden die niet graag over hun financiële problemen spreken. Met behulp van de display krijgen de belangstellende burgers toegang via een smartphone of beeldscherm tot de APK die bestaat uit de analysetool en advies over het inrichting van de thuisadministratie.

Rapporten en debatten in de tweede kamer over dit onderwerp hebben bijgedragen aan de uiteindelijke formulering van een oplossing zoals deze is verwoord door voormalig staatssecretaris SZW Klijnsma:

“Financieel inzicht en overzicht helpt mensen om verstandig met geld om te gaan. Veel mensen en met name jongvolwassenen bankieren digitaal en/of via een app. Dergelijke toepassingen bieden de kans om mensen te ondersteunen bij het maken van de juiste financiële afwegingen. Zo wordt in het onderzoek “Voor mijn gevoel had ik veel geld” gepleit voor een app die het mogelijk maakt het banksaldo in fictieve “potjes” te verdelen, zodat mensen beter zicht hebben op dat deel van het banksaldo dat nodig is om de vaste lasten te betalen. Banken zijn actief op dit vlak met programma’s die klanten helpen zich bewust te worden van hun uitgavenpatroon en bespaarmogelijkheden. Mensen kunnen, zonder dat hun keuzevrijheid wordt ingeperkt, gestimuleerd worden een financieel buffer op te bouwen om tegenslagen het hoofd te bieden en ontmoedigd worden om onnodig rood te staan c.q. een onverantwoord krediet af te sluiten, bijvoorbeeld door gebruik te maken van “slimme” defaults. Ik heb met de NVB afgesproken om samen met individuele banken, wetenschappers, en instituten als het Nibud en Wijzer in geldzaken te onderzoeken of hier verdere stappen gezet kunnen worden. De ontwikkeling van een app is hierbij één van de mogelijke denkrichtingen.”

Inmiddel is vastgesteld dat de Nederlandse banken geen invulling willen geven aan de wens van de kamer en voormalig staatssecretaris.

Doel van het project

Doel van het project Common.Centz is om de schuldhulpverlening door vrijwilligers van landelijk opererende organisaties, zoals Vereniging Humanitas, Schuldhulpmaatjes en Eropaf, op landelijke schaal te versterken. Het resultaat is meerledig: door verbeteren van de bereikbaarheid van de doelgroep en toepassen van effectieve instrumenten wordt de slagkracht van deze vrijwilligersorganisaties vergroot, en wordt daarmee een substantiële bijdrage geleverd aan bestrijding van de armoede in Nederland. De uitrol zal in de eerste fase plaatsvinden in Utrecht, Culemborg, Amsterdam, Nijmegen en Hilversum, waarna door de landelijk opererende vrijwilligersorganisaties uitbreiding binnen Nederland volgt.

Daarnaast willen deze samenwerkende organisaties een preventieve rol spelen in armoedebestrijding door te onderzoeken of Vereniging Humanitas en SchuldhulpMaatje tijdig kunnen adviseren ten behoeve van thuisadministratie, besparingen in huishoudelijke bestedingen, preventie van (oplopende) schulden en bevorderen van sociale inclusie.

De pop-up display gaat de schuldhulpverlenersorganisaties inzichten geven in de effectiviteit van verschillende "nudges" om de doelgroep aan te zetten tot de aanpak van hun situatie. Tot slot zal met de resultaten de typische doorlooptijd van de intake voor schuldhulpverlening substantieel worden verlaagd door het rapport uit de analysetool als input voor de intake te gebruiken.

Over Buyproxy

Unieke financiële dienstverlening

Buyproxy heeft een financieel budgetbeheerplatform ontwikkeld onder de naam Common.Centz en zal deze via Stichting Welmoede en Vereniging Humanitas beschikbaar stellen aan vrijwilligers die zich inzetten voor schuldhulpverlening. Deze dienst is gebaseerd op "geormerkt geld" met de volgende vijf typerende kenmerken:

1. Betalingen worden gedaan vanuit budgetten in plaats van vanaf een rekening. Indien geen budgetruimte resteert voor een bepaald bestedingsdoel kan niet worden betaald, ook al is er nog wel geld beschikbaar in andere budgetten;
2. Buyproxy introduceert "transactierechten", waarmee een geldverstrekker iemand anders kan machtigen met diens eigen betaalpas (of smartphone) te betalen van de rekening van die geldverstrekker. Daarmee doorbreekt Buyproxy de één-op-één relatie tussen rekening, rekeninghouder en betaalkaart;
3. Aan transactierechten kunnen door de geldverstrekker individuele voorwaarden worden verbonden. De gemachtigde kan dan alleen betalingen doen van de rekening van de geldverstrekker als aan die voorwaarden wordt voldaan. Typische voorwaarden zijn beperkingen in tijd (bijvoorbeeld "deze maand"), plaats ("deze stad"), winkel of branche ("supermarkten") en product of dienst ("hulp in de huishouding"). Buiten deze voorwaarden om kan niet vanaf de rekening van de geldverstrekker worden betaald door die gemachtigde;
4. In een enkele betaling kan vanaf meerdere rekeningen het totaalbedrag in één keer worden betaald. Bijvoorbeeld: een ouder betaalt de sportclub-contributie voor zijn/haar kind deels vanaf de eigen rekening en deels vanaf de rekening van de gemeente die specifiek voor dit doel een subsidie ter beschikking heeft gesteld middels een transactierecht. Het transactierecht is alleen geldig "dit jaar", voor betaling aan "sportclubs en -verenigingen", "binnen de gemeente";
5. De betalingen kunnen gedaan worden op alle wereldwijd bestaande acceptatiepunten, geldautomaten en bankrekeninghouders van bekende merken zoals Visa en Maestro.

In het Common.Centz platform kunnen de vrijwilligers gebruikers helpen door gewenste grenzen in te stellen met betrekking tot de besteding van zijn of haar geld. Dit biedt een stevig houvast om de uitgaven in lijn te houden met de beschikbare bestedingsruimte, in tegenstelling tot vele budgettools die niet zijn geïntegreerd in een betaaldienst. Het dagelijks, op eenvoudige wijze kunnen betalen vanuit budgetten helpt de gebruiker beter en continu zicht te houden op zijn financiële situatie, en helpt hem/haar gaandeweg een "mental accounting" vaardigheid te ontwikkelen. Het platform, zoals dat om niet wordt aangeboden aan de vrijwilliger, stelt deze in staat meer schuldenaren intensiever en beter te kunnen begeleiden.

Het oormerken van geld, bijvoorbeeld voor de betaling van huur, energierekening of zorgverzekering, vindt al plaats op het moment van ontvangst van salaris, uitkering of toeslag. Dat is op het moment dat de gebruiker financiële "ruimte" ervaart, en niet op het moment van de betaling, wanneer de gebruiker vaak "schaarste" ervaart. Onderzoek heeft aangetoond dat de gebruiker dan niet meer de ruimte vindt om de juiste financiële keuzes te maken.

Projectplan subsidieaanvraag

1. Scope van het project “ pop-up display”

Stichting Welmoede ontwikkelt voor en samen met Vereniging Humanitas Utrecht een pop-up display ten behoeve van een financiële APK aan alle huishoudens op het gebied van persoonlijke uitgaven. De specifieke doelgroepen waarmee Vereniging Humanitas in contact wil komen zijn:

- Mensen die moeite hebben om mee te doen in de maatschappij;
- Moeilijk bereikbare groepen van mensen met financiële problemen;
- Jongvolwassenen (18-/18+) ter preventie van schulden.

Stichting Welmoede biedt een platform waarop verschillende partijen kunnen aansluiten. De APK is volledig anoniem, laagdrempelig en niet stigmatiserend. Door deze aanpak zijn wij in staat om op positieve wijze de beoogde doelgroep te bereiken.

Om de aandacht voor armoede en schulden in het sociaal domein te versterken zal de pop-up display worden geplaatst in wijkcentra, op campussen van voorbereidend- en voortgezet onderwijs en in bibliotheken. In wijkcentra omdat dit dicht bij de doelgroep is en laagdrempelig. Op campussen om de groep jongvolwassenen te bereiken. Bij deze twee doelgroepen begeleiden de Vereniging Humanitas vrijwilligers de financiële APK op individueel niveau door opgeleide adviseurs. In bibliotheken, omdat uit onderzoek is gebleken dat de doelgroep hier graag met gezinsleden komt en daar PC's mag gebruiken. In overleg met directieleden van verschillende bibliotheken stelt het projectteam een ontwerp vast waarin mensen ook zelf, in eerste instantie zonder begeleiding van adviseurs, anoniem gebruik kunnen maken van de financiële APK.

Het doel van het project is om te bewijzen dat middels de pop-up display vrijwilligers een grotere groep weten te bereiken en in staat worden gesteld meer mensen met schulden te ondersteunen. Via de pop-up display, in combinatie met de APK, is laagdrempelig contact te maken met huishoudens, om ze na de analyse te adviseren over de hoogte van hun maandelijks vaste lasten en de dekking hiervan door inkomen. Dit maakt het mogelijk dat de vrijwilliger een huishouden kan adviseren om, bijvoorbeeld, van energieprovider of mobiel abonnement te wisselen. Ondertussen wordt in dezelfde analyse vastgesteld wat het huishouden uitgeeft aan boodschappen, woonlasten, boetes, incassokosten etc.

Wij hebben de overtuiging dat op deze wijze de vrijwilligersorganisaties moeilijk bereikbare doelgroepen die in (potentieel) financiële problemen zitten, eerder en beter kunnen helpen en dat in voorkomende gevallen de ondersteuning door de vrijwilliger leidt tot *preventieve* maatregelen ter voorkoming van schulden.

Het projectteam onderzoekt of een financiële APK, mede gebaseerd op een geautomatiseerde bankafschrift-analyse, die wordt toegepast via de wijkcentra in verschillende gemeenten, bibliotheken en campussen van het voortgezet onderwijs, de mensen voldoende aanleiding biedt om bij financiële problemen hulp te zoeken bij Vereniging Humanitas. Zodra aangetoond is dat deze aanleiding er in voldoende mate is zal Vereniging Humanitas de aldus beproefde instrumenten en aanpak landelijk inzetten. Daartoe zal zij alsdan besluiten. De Vereniging Humanitas bedient op dit moment 17.380 deelnemers middels 80 aangesloten verenigingen. De afdeling in Utrecht bedient op dit moment 50 deelnemers.

2. Projectfasering en -planning

Het project kent vier fasen:

1. Voorbereiding	vanaf	3 juni 2019	tot	31 juni 2019
2. Ontwikkeling		1 juli 2019		31 januari 2020
3. Pilot		1 februari 2020		31 maart 2020
4. Oplevering		1 april 2020		31 mei 2020

3. Projectbegroting

		<u>Uitvoering</u>		<u>Aanschaf</u>		<u>Totaal</u>	<u>Subsidie</u>
1	<u>Voorbereiding</u>	22.560		6.080		28.640	21.480
1.1	Mobilisatie samenwerkende partijen	17.760		6.080			
1.2	Detail projectplanning	4.800		0			
2	<u>Ontwikkeling</u>	209.920		52.000		261.920	196.440
2.1	Ontwikkeling pop-up display	103.840		40.000			
2.2	Procesbegeleiding	88.560		2.000			
2.3	Promotiemateriaal	17.520		10.000			
3	<u>Pilots</u>	74.160		15.750		89.910	67.433
3.1	Voorbereiding	12.480		2.950			
3.2	Pilot pop-ups (6x)	35.280		12.200			
3.3	Follow-up (o.b.v. 40 cliënten)	26.400		600			
4	<u>Oplevering</u>	34.000		11.200		45.200	33.900
4.1	Vaststellen resultaten	14.880		0			
4.2	Eindverslag	19.120		11.200			
	<u>TOTAAL</u>	<u>340.640</u>		<u>85.030</u>		<u>425.670</u>	319.253

In de bijlage bij de subsidieaanvraag is een gedetailleerd overzicht meegestuurd van de begroting.

A. Het met de subsidie beoogde resultaat

Het beoogde resultaat is om lokaal meer huishoudens te bereiken dan momenteel met de bestaande middelen en methoden gebeurt. Dit om handvatten te bieden effectiever met de huishoudbetalingen om te gaan. Om onnodige schulden te voorkomen en daar waar nodig schulden te reduceren door een verbeterde thuisadministratie.

De proef heeft als doel de toepasbaarheid van de tool te toetsen in de praktijk van hulpverlening aan huishoudens die door een vrijwilliger worden begeleid bij het op orde brengen en houden van de thuisadministratie. Middels de proef met Vereniging Humanitas in Utrecht wordt aangetoond dat de effectiviteit van de inzet van vrijwilligers verbetert ten behoeve van armoedebestrijding, de preventie en de reductie van schulden, en het vergroten van sociale inclusie.

Door de inzet van Common.Centz via de pop-up display voorkomt deze, door concrete interventies (controle vooraf en betaling van facturen om boetes te voorkomen) dat er uitzichtloze situaties ontstaan. Dit doen vrijwilligers van Vereniging Humanitas middels de APK analyse welke de basis vormt voor een advies over een effectieve thuisadministratie, kosteneffectiviteit van de vaste-lasten en beschikbare interventies. Hiermee wordt de basis aangepakt en wordt voorkomen dat huishoudens in de financiële problemen komen.

Met de subsidiegelden is het mogelijk om een instrument te ontwikkelen voor landelijk opererende schuldhulpverleningsorganisaties die binnen hun bestaande werkwijze daarmee armoede effectiever en duurzamer kunnen voorkomen en bestrijden, en daarmee de sociale inclusie in Nederland weten te bevorderen.

Stichting Welmoede en de samenwerkingspartners vinden het belangrijk dit meetbaar te maken en besteden daarom een deel van het subsidiegeld aan het meten en rapporteren van het maatschappelijke effect. Het aantal bezoekers wordt gemeten en afgezet tegen de grootte van de wijk en het aantal conversies (aantal mensen dat daadwerkelijk preventieve maatregelen neemt, danwel de schuldhulpverlening in gaat). Daarnaast wordt de doorlooptijd van de intake gemeten zodat aangetoond wordt dat deze bij de intake schuldhulpverlening is verlaagd. Of de tool geaccepteerd en gebruikt wordt door de huishoudens en wat de meest effectieve “nudges” zijn wordt ook gemeten.

B. De toegevoegde waarde

Een pop-up display is een goed zichtbaar en laagdrempelig middel waar mensen naar kijken en tot actie worden aangezet. De APK, de analyse van de vaste lasten en inkomenstroom is anoniem en niet stigmatiserend, privacy wordt gewaarborgd. De pop-up display komt op plekken waar de doelgroep graag is en door de aantrekkelijkheid van de beleving in deze omgeving wil het projectteam aantonen dat uitstelgedrag hierdoor, naar verwachting, wordt gereduceerd.

Stichting Welmoede stelt de te ontwikkelen tool aan de vrijwilligersorganisaties beschikbaar om mensen in financiële problemen te helpen. Het is een hulpmiddel voor gemeenten en hulpverlenersorganisaties om sneller in contact te komen met de burger en financieel gedrag te kunnen ‘nudgen’. De privacy wordt gegarandeerd en de voor analyse en advies bedoelde persoonlijke gegevens worden direct vernietigd.

Het verbeteren van het bereik van de doelgroep, het (technisch) kunnen borgen van een goed gevoerd budgetbeheer, de verhoging van de slagkracht van de individuele vrijwilligers, de samenwerking met landelijk werkende, schuldhulp-verlenende en/of armoede-bestrijdende vrijwilligersorganisaties, in combinatie met de inzet van door deze organisaties beproefde en bewezen succesvolle werkwijzen, leidt tot een substantiële versterking van de armoedebestrijding binnen heel Nederland

NB landelijk begeleiden vrijwilligers van Vereniging Humanitas 17.380 huishoudens bij problemen in de thuisadministratie (2017). Afdeling Utrecht begeleidt op jaarbasis 50/60 huishoudens.

Maatschappelijk is de toegevoegde waarde groot. Door in een vroeg stadium de mensen te bereiken is substantiële reductie van de maatschappelijke kosten mogelijk. Op basis van gesprekken met de gemeenten Hilversum, Culemborg, Nijmegen en Tiel, maatschappelijke partners, en gesprekken met onderzoeksbureau APE, is de inschatting dat het bereik van de schuldhulpverlening met deze aanpak substantieel vergroot wordt. Een verbetering in het bereiken van de doelgroep van 12%, resulteert landelijk (direct en indirect) in een concrete maatschappelijke waarde van 360 miljoen euro door o.a. kostenbesparingen, berekend op basis van het door onderzoeksbureau APE ontwikkelde rekeninstrument voor schuldhulpverlening.

C. Waarom is subsidie van Rijksweg noodzakelijk om dit resultaat te behalen?

Voor de pop-up display is een substantiële investering vooraf vereist. De oplossing biedt een grote maatschappelijke waarde die toekomt aan de inwoners van Nederland, maar er is echter niet één partij aanwijsbaar, anders dan de centrale overheid, die deze investering zelfstandig kan dragen.

D. Op welke wijze heeft het beoogde resultaat landelijke betekenis?

Via het landelijk punt wijkcentra en de landelijke bibliotheekorganisatie wordt de de pop-up display aangeboden en gedistribueerd en geplaatst in de lokale wijkcentra en bibliotheken. Stichting Welmoede biedt de content en de vrijwilligers de begeleiding. Omdat het gaat om een pop-up display is het mogelijk om deze eenvoudig te plaatsen en te ondersteunen. Bedrijven, gemeenten, scholen, bibliotheken en schuldhulpverleners kunnen het display straks bestellen en plaatsen. Bij wetslagen van de proef hebben de landelijke organisaties Vereniging Humanitas en Schuldhulpmaatjes toegezegd de aldus op effectiviteit beproefde pop-up displays in te zetten om lokale vrijwilligers in contact te brengen met hulpvragers. Ook de landelijke wijkcentra en bibliotheekorganisaties zijn bereid om na wetslagen van de proef de pop-up display te plaatsen.

E. Duurzaamheid van het beoogde resultaat

Door het gebruik van de pop-up display kan een duurzame verandering teweeg gebracht worden bij de gebruikers doordat ze op een laagdrempelig, niet stigmatiserende en positieve wijze inzicht krijgen in hun bestedingsgedrag en gestimuleerd worden om hun gedrag aan te passen. Veruit het belangrijkste effect dat wordt nagestreefd is de doelgroep te bereiken en hen instrumenten aan te reiken die de financiële zelfredzaamheid vergroten. Het verwachte (indirecte) effect hiervan is dat de gebruikers financieel weerbaarder worden. Hierdoor wordt het voor hen ook weer makkelijker deel te nemen aan activiteiten in de samenleving.

De inzet van de pop-up display levert ook additionele inzichten in de animo van deelnemers, de mate waarin aangezet kan worden tot het zoeken van hulp (conversie), methodes om de doorlooptijd van intakeprocessen te verkorten en de effectiviteit van verschillende "nudges". Deze verworven inzichten dragen bij aan verbeteringen op het gebied van de aanpak van de schuldenproblematiek door de landelijk opererende vrijwilligersorganisaties.

F. Waarom zijn Stichting Welmoede en Vereniging Humanitas de aangewezen organisaties om de gewenste resultaten te bereiken?

Buyproxy heeft het betaalplatform ter beschikking gesteld aan Stichting Welmoede. Opdat deze op haar beurt het platform om niet in gebruik kan geven aan vrijwilligersorganisaties en professionals in de schuldhulpverlening.

Buyproxy werkt sinds vijf jaar aan het ontwikkelen van nieuwe, innovatieve diensten voor schuldhulpverlening en ter preventie van schulden. Het team van Buyproxy beschikt daardoor over de juiste kennis, ervaring en vaardigheden. Deze kennis en ervaring is beschikbaar voor Stichting Welmoede om voor en samen met haar partners, de pop-up displays te ontwikkelen en bij gebleken succes landelijk door de benoemde vrijwilligersorganisaties beschikbaar te stellen aan hulpvragers.

Vereniging Humanitas heeft op het gebied van schuldhulpverlening lange en juiste ervaring en praktische kennis om mensen te begeleiden in hun zoektocht naar financiële zelfredzaamheid. In combinatie met de financiële tools aangeboden door Stichting Welmoede aan de vrijwilligersorganisaties krijgt de hulpvrager een optimale begeleiding. Vereniging Humanitas streeft er naar dat alle huishoudens in Nederland hun thuisadministratie op orde kunnen houden of krijgen.