

Huurachterstanden voorkomen door sms'jes?

een onderzoek naar de effecten van herinnerings-sms'jes bij betalingsachterstanden

Author(s)

Telli, Sibel; van der Laan, Jorien; van Geuns, R. C.

Publication date

2017

Document Version

Final published version

License

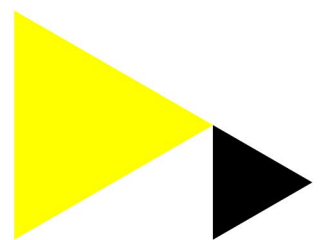
CC BY

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Telli, S., van der Laan, J., & van Geuns, R. C. (2017).

Huurachterstanden voorkomen door sms'jes? een onderzoek naar de effecten van herinnerings-sms'jes bij betalingsachterstanden.

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

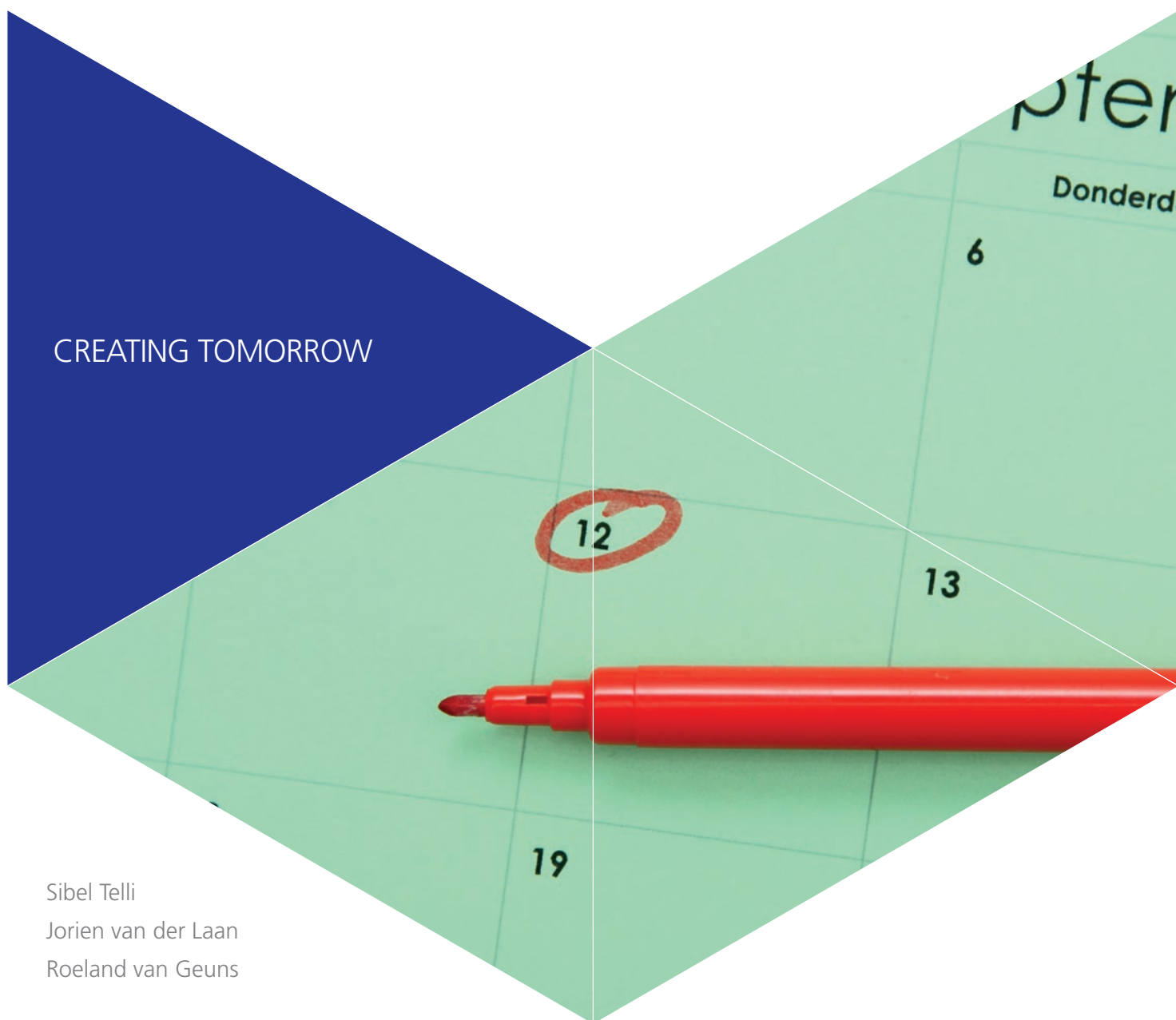
If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

HUURACHTERSTANDEN VOORKOMEN DOOR SMS'JES?

EEN ONDERZOEK NAAR DE EFFECTEN VAN
HERINNERINGS-SMS'JES BIJ BETALINGSACHTERSTANDEN

CREATING TOMORROW

Sibel Telli
Jorien van der Laan
Roeland van Geuns



COLOFON

Deze onderzoeksrapportage is opgesteld door het lectoraat Armoede Interventies van de Hogeschool van Amsterdam. Het onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met woonstichting De Key, te Amsterdam.

Het lectoraat Armoede Interventies wil met haar onderzoek een bijdrage leveren aan het verbeteren van de effectiviteit en professionaliteit van uitvoerders binnen het sociale domein gericht op het vergroten van de zelfsturing en participatie van de inwoners van Amsterdam.

AUTEUR

Sibel Telli, MSc.

Jorien van der Laan, MSc.

Dr. Roeland van Geuns

AFDELING

Lectoraat Armoede Interventies / Amsterdams Kenniscentrum voor
Maatschappelijke Innovatie

DATUM

30 oktober 2017

Voorwoord

In dit rapport wordt verslag gedaan van een onderzoek naar herinnerings-sms'jes voor huurders bij woonstichting Rochdale. Het doel van het onderzoek was om na te gaan of herinnerings-sms'jes huurders met een betalingsachterstand kunnen stimuleren om deze te voldoen. In dit rapport beschrijven we de resultaten van twee experimenten die hier over gaan.

Dit onderzoek was niet mogelijk geweest zonder de inzet en medewerking van de medewerkers van Rochdale: heel erg bedankt voor jullie bereidheid tijd vrij te maken voor het onderzoek! Daarnaast bedanken wij graag het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid voor de subsidie die wij ontvingen op grond van de "Regeling ter stimulering van activiteiten die een duurzame bijdrage leveren aan het tegengaan van armoede en schuldenproblematiek" ten behoeve van het project "deskundige en duurzame bestrijding van armoede en schulden". Door deze financiering waren wij in staat dit project uit te voeren.

Dit onderzoek is uitgevoerd door medewerkers van het Lectoraat Armoede Interventies van de Hogeschool van Amsterdam.

Amsterdam, oktober 2017,
Roeland van Geuns en het onderzoeksteam

Samenvatting

Huurachterstanden zijn nadelig, zowel voor de woningcorporaties als voor de huurders. Voor woningcorporaties zorgen huurachterstanden voor extra kosten en huurders hebben te maken met een situatie van grotere stress en hogere kosten (Westhof & De Ruig, 2015). Huurachterstanden ontstaan vaak pas wanneer er elders al betalingsachterstanden zijn en de huur is vaak de grootste post in het huishoudbudget. Dat maakt dat wanneer de achterstanden eenmaal op dit terrein doordringen, de problemen ook des te lastiger zijn op te lossen. De Key en Rochdale, samen met de HvA en de Radboud Universiteit willen het aantal te laat betalende huurders verlagen én huurders die niet kunnen voldoen aan het huurbedrag beter ondersteunen. Daarom hebben zij samen drie interventies ontwikkeld en getoetst die erop gericht waren mensen te motiveren om eerder (op tijd) hun huur te laten betalen, eerder contact te zoeken bij achterstanden en om hen beter te laten nadenken over hun financiële situatie in het algemeen en (het aangaan van) hun huurverplichtingen in het bijzonder. De interventies zijn gekozen op basis van eerdere positieve effecten op het gebied van gedragsbeïnvloeding. In deze rapportage stellen we onze inzichten over de effectiviteit van de herinnerings-sms'jes beschikbaar, zodat ook andere corporaties hier lering uit kunnen trekken.

Herinnerings-sms'jes

Onderzoek laat zien dat mensen die financiële problemen hebben, gebaat zijn bij het gebruik van reminders. Simpele cues, zoals stickers, of een sms, kunnen al voldoende zijn om mensen te herinneren aan taken die anders gemakkelijk aan de aandacht ontsnappen. Reminders zouden huurders dus ook kunnen helpen om op tijd hun huur te betalen. De hoofdvraag van dit onderzoek is daarom: *Wat is het effect van een sms-reminder op het betaalgedrag van huurders?*

In het eerste experiment hebben wij een groep huurders die hun huur op de eerste van de maand nog niet betaald hadden een betalingsherinnering per sms gestuurd. Hierbij was de onderzoeksvraag: *Wat is het effect van een sms-reminder op het betaalgedrag van huurders van Rochdale met een huurachterstand?* De verwachting was dat deze betalingsherinnering mensen zou helpen om eerder tot betaling van de huur over te gaan.

Experiment 1: herinnerings-sms'jes bij een betalingsachterstand

Om de onderzoeksvraag 1 te beantwoorden hebben we huurders met een betaalachterstand ingedeeld in twee groepen:

- één groep die een sms'je kreeg ter herinnering van de huurachterstand;
- en één groep die geen sms'je kreeg (controle groep).

Huurders die een herinnerings-sms'je kregen, bleken hun huur vaker te betalen dan huurders die geen sms'je kregen. Het effect van een sms'je verdween echter na meerdere herhalingen. Ook was het betaalgedrag van huurders wisselend in de verschillende maanden. Zo werd bijvoorbeeld in december de huur pas later in de maand betaald en werd de huur in de maand januari vaker teruggeboekt. Ook zagen we dat het versturen van een eerste sms'je tot meer betalingen zorgde bij huurders uit Amsterdam Zuidoost, Nieuw-West en Noord.

Experiment 2: herinnerings-sms'jes ter voorkoming van een betalingsachterstand

In een tweede experiment hebben we proactief herinnerings-sms'jes gestuurd aan huurders die per acceptgiro betalen en die in de voorgaande maanden één of meer keer hun huur te laat betaald hebben. De verwachting was dat ook proactief het versturen van reminders een positief effect heeft op het betalen van de huur. Om het betalen van de huur zo makkelijk mogelijk te maken is daarom voor een deel van

de groep ook een iDEAL-link voor het betalen van de huur toegevoegd. In dit tweede experiment was de onderzoeksvraag: *Wat is het effect van pro-actieve sms-reminders met en zonder iDEAL-link op het betaalgedrag van huurders van Rochdale die eerder een huurachterstand hebben gehad?* We hebben huurders die in het voorafgaande jaar wel eens een betaling hadden gemist ingedeeld in drie groepen:

- een groep die een sms'je kreeg met daarin de boodschap om de huur voor de volgende maand niet te vergeten te betalen;
- een groep die hetzelfde sms'je kreeg met als extra een iDEAL-link in de tekst verwerkt;
- en een controlegroep.

De sms met iDEAL-link zorgde voor de meeste betalingen. Het positieve effect van een sms'je (met of zonder link) was niet langer aanwezig als huurders het sms'je een tweede of derde keer ontvingen

Conclusie

Uit de resultaten van de twee experimenten concluderen wij dat herinnerings-sms'jes effectief kunnen zijn om huurders op tijd (bij pro-actieve sms'jes), of zo snel mogelijk na het verstrijken van de betaaldatum (bij herinnerings-sms'jes), te laten betalen. De resultaten laten echter ook zien dat dit geen blijvend effect is. Bij een tweede huurachterstand heeft een sms'je geen effect meer, dit geldt ook voor een volgend pro-actief sms'je. Dit betekent dat er goed nagedacht moet worden over de momenten waarop een woningcorporatie deze aanpak inzet. Daarnaast hebben we gezien dat de effecten behoorlijk gedifferentieerd zijn, zij verschillen tussen betalingsvormen (automatische incasso of handmatig), tussen stadsdelen en tussen maanden. Daarom is het van groot belang om goed na te denken over:

- het doel waarvoor betalingsreminders worden ingezet (diagnose van het probleem);
- of reminders daarbij het juiste middel zijn om het gewenste gedrag te stimuleren;
- de implementatie (van welke medewerkers wordt extra inspanning gevraagd, is dat reëel?);
- en een slimme pilot aanpak.

Wij hopen dat wanneer corporaties in de toekomst aan de slag willen gaan met reminders ter vermindering van huurachterstanden, zij hun aanpak zullen vastleggen en de resultaten ook zullen delen met andere corporaties. Op die manier kunnen corporaties van elkaar leren en kunnen zij samen tot een effectief, duurzaam en respectvol incassobeleid komen.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
1. Inleiding.....	7
1.1 Aanleiding.....	7
1.2 Herinnerings-sms'jes.....	8
1.3 Leeswijzer	9
2. Experiment 1: herinnerings-sms'jes bij een betalingsachterstand	10
2.1 Methode	10
2.2 Resultaten	11
3. Experiment 2: herinnerings-sms'jes ter voorkoming van een betalingsachterstand	17
3.1 Methode	17
3.2 Resultaten	18
4. Beschouwing	22
4.1 Belangrijkste bevindingen	22
4.2 Aanbevelingen.....	24
4.3 Conclusie.....	24
Literatuurlijst	25
Bijlage 1: technische verantwoording onderzoek	26
Ethiek	26
Methoden	26
Bijlage 2: tabellen en statistische analyses	27
Experiment 1	27
Experiment 2	29

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Corporaties hadden in 2016 te maken met een betalingsachterstand van 161 miljoen euro bij zittende huurders en 145 miljoen euro bij vertrokken huurders (Aedes, 2017). In 2016 zijn er 18.500 vonnissen voor uitzetting afgegeven, waarvan 26% heeft geleid tot een huisuitzetting. In de overgrote meerderheid van de gevallen (85%) waren financiële problemen oorzaak van het probleem. Het aandeel niet op tijd of gedurende kortere of langere tijd helemaal niet betaalde huur bedraagt bij de meeste corporaties tussen de 1 en 2,5% van de huursom. Een deel van deze achterstanden is van korte duur en heeft een incidenteel karakter. Een deel is meer langdurig en eindigt uiteindelijk zelfs in een huisuitzetting.

Huurachterstanden zijn nadelig, zowel voor de woningcorporaties als voor de huurders. Voor woningcorporaties zorgen huurachterstanden voor extra kosten. Kosten van incassoprocessen verhogen uiteindelijk de kosten van de bedrijfsvoering van corporaties en daardoor ook de noodzakelijke huurhoogte. De nadelen voor huurders zijn ook niet gering. Huurders hebben te maken met een situatie van grotere stress en hogere kosten (Westhof & De Ruig, 2015). Met name in situaties van dalende inkomens/koopkracht, verstorende life-events (scheiding, werkloosheid) en langdurige lage inkomens en groeiende schuldenproblematiek zijn huurachterstanden lang niet altijd gevolg van onverantwoord handelen. Het feit dat huurachterstanden vaak pas ontstaan wanneer er elders al betalingsachterstanden zijn, is een aanwijzing dat ook huurders niet of te laat betalen van de huur tot het uiterste proberen te voorkomen of beperken. Het feit dat de huur vaak de grootste post in het huishoudbudget is (gemiddeld 30%) maakt dat wanneer de achterstanden eenmaal op dit terrein doordringen, de problemen ook des te lastiger zijn op te lossen. De impact van huurschulden is met andere woorden relatief groot.

De Key en Rochdale, samen met de HvA en de Radboud Universiteit, willen het aantal te laat betalende huurders verlagen én huurders die niet kunnen voldoen aan het huurbedrag beter ondersteunen. Dit doen zij door het ontwikkelen van nieuwe vormen van dienstverlening rondom de betaling van het huurbedrag. In de afgelopen jaren hebben veel corporaties waaronder ook De Key en Rochdale al de nodige inspanningen gepleegd om gezond betaalgedrag van hun huurders te bevorderen. De reguliere herinnerings- en aanmaningsbrieven zijn vervangen door telefonische herinneringen en herinneringsmails. Maar ook projecten als Vroeg Eropaf-, Eropaf en Geregelde betaling in Amsterdam zijn hiervan voorbeelden. De inspanningen tot nu toe blijken echter nog niet voldoende.

Belang van differentiatie

Een reden daarvoor lijkt te zijn dat de nieuwe aanpakken niet differentiëren tussen groepen huurders. Een nieuwe aanpak werd steeds toegepast op alle huurders, terwijl huurders niet allemaal gelijk zijn en in verschillende situaties verkeren. Er is dus behoefte aan een grotere differentiatie in aanpak aansluitend bij de differentiatie in bewoners/huurders en hun gedrag. Daarbij realiseren De Key en Rochdale zich dat dat alleen kan wanneer gebruik gemaakt wordt van kennis uit onderzoek en de gedragsleer. Deze kennis is niet aanwezig bij de corporaties, maar wel bij onderzoekers en wetenschappers.

Samenwerken voor innovatie

Voor het verminderen en voorkomen van huurachterstanden heeft Woonstichting De Key samen met Woonstichting Rochdale nieuwe vormen van dienstverlening ontwikkeld en getracht activiteiten en inspanningen gericht op incasso te verbeteren. Deze innovatie komt tot stand door samen te werken met kennisinstituten waar de benodigde kennis aanwezig is. De Key en Rochdale hebben deze gevonden bij de Radboud Universiteit (Donders Institute for Brain, Cognition & Behaviour) en de Hogeschool van Amsterdam (Amsterdams Kenniscentrum voor Maatschappelijke Innovatie, Lectoraat Armoede Interventies). De combinatie van deze twee instellingen biedt een garantie op enerzijds aansluiting bij de meest actuele wetenschappelijke inzichten op het terrein van gedrag en gedragsbeïnvloeding en anderzijds de toepassing van deze inzichten in de beroepspraktijk van professionals zoals die werkzaam zijn bij woningcorporaties.

Woningcorporaties en kennisinstituten hebben samen drie interventies ontwikkeld en getoetst. Deze interventies waren erop gericht mensen te motiveren om eerder (op tijd) hun huur te laten betalen, eerder contact te zoeken bij achterstanden en om hen beter te laten nadenken over hun financiële situatie in het algemeen en (het aangaan van) hun huurverplichtingen in het bijzonder. De interventies zijn gekozen op basis van eerdere positieve effecten op het gebied van gedragsbeïnvloeding (Behavioral Insights Team, 2015; Daminger, Hayes, Barrows, & Wright, 2015; Rijksuniversiteit Groningen & Syncasso, 2014). Door meerdere interventies te implementeren kunnen de effecten vergeleken worden en kon bepaald worden welke het meeste effect hebben bij huurders, dan wel welke differentiatie tussen groepen huurders nodig is om tot een optimaal resultaat te komen. In deze rapportage stellen we onze inzichten over de effectiviteit van één van de interventies beschikbaar, zodat ook andere corporaties hier lering uit kunnen trekken.

1.2 Herinnerings-sms'jes

Onderzoek laat zien dat mensen die financiële problemen hebben, gebaat zijn bij het gebruik van reminders (Daminger et al., 2015; NSW government, 2016). Simpele cues, zoals stickers, of een sms, kunnen al voldoende zijn om mensen te herinneren aan taken die anders gemakkelijk aan de aandacht ontsnappen. Reminders zouden huurders dus ook kunnen helpen om op tijd hun huur te betalen. De hoofdvraag van dit onderzoek is daarom: *Wat is het effect van een sms-reminder op het betaalgedrag van huurders?*

De meeste huurders van woningcorporaties betalen door middel van een automatische incasso; er is echter ook een grote groep huurders die hun huur handmatig overmaken. Bij woningcorporatie Rochdale is de verhouding tussen deze groepen 2:1. Handmatig overmakende huurders betalen vaker hun huur niet of in ieder geval later dan huurders die een automatische incasso hebben lopen. Een mogelijke verklaring voor deze relatie is dat de groep huurders die handmatig overmaakt deels bestaat uit mensen die moeite hebben om financieel de eindjes aan elkaar te knopen. Uit onderzoek blijkt dat juist mensen stoppen met automatisch incasso wanneer zij het financieel zwaar hebben, omdat ze zo grip willen houden op welke betalingen wanneer voldaan worden (Madern, van der Werf, & van Gaalen, 2014). Daarom verwachten we dat de herinneringsberichten vooral effectief zullen zijn voor huurders die handmatig de huur overmaken.

Sms'jes voor huurders met een huurachterstand

In het eerste experiment hebben wij allereerst een groep huurders die hun huur op de eerste van de maand nog niet betaald hadden een betalingsherinnering per sms gestuurd. Hierbij was de onderzoeksvraag: *Wat is het effect van een sms-reminder op het betaalgedrag van huurders van*

Rochdale met een huurachterstand? De verwachting was dat deze betalingsherinnering mensen zou helpen om eerder tot betaling van de huur over te gaan. Deze verwachting is gebaseerd op internationaal onderzoek dat laat zien hoe eenvoudige en subtiele herinneringen en/of prikkels mensen er toe kunnen zetten gewenste gedrag te vertonen (Thaler & Sunstein, 1975). Zo blijkt onder meer uit onderzoek van Karlan, McConnell, Mullainathan en Zinman (2014) dat het sturen van een herinnering mensen (meer) kan laten sparen.

Sms'jes om huurachterstanden te voorkomen

In een tweede experiment hebben we ook proactief herinnerings-sms'jes gestuurd aan huurders die in de voorgaande maanden één of meer keer hun huur te laat betaald hebben. De verwachting was dat ook proactief het versturen van reminders een positief effect heeft op het betalen van de huur. Uit eerder onderzoek weten we dat kleine belemmeringen een grote invloed kunnen hebben op het financiële gedrag van mensen, zeker wanneer zij financiële problemen hebben (Damingier et al., 2015). Hoe simpeler het voor mensen is om het gewenste gedrag te vertonen, hoe waarschijnlijker dat dit ook zal gebeuren. Om het betalen van de huur zo makkelijk mogelijk te maken is daarom voor een deel van de groep ook een iDEAL-link voor het betalen van de huur toegevoegd. Zo kunnen huurders zodra ze herinnerd worden aan de te betalen huur, direct actie ondernemen door via de link op hun smartphone de huur over te maken. In dit tweede experiment was de onderzoeksvraag dus: *Wat is het effect van pro-actieve sms-reminders met en zonder iDEAL-link op het betaalgedrag van huurders van Rochdale die eerder een huurachterstand hebben gehad?*

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 1 zijn de aanleiding van het onderzoek, de onderzoeksaanpak en –vragen aan bod gekomen. In hoofdstuk 2 zullen de methoden en resultaten van experiment 1 worden besproken. In hoofdstuk 3 wordt aandacht besteed aan de methoden en resultaten van experiment 2. In hoofdstuk 4 worden conclusies getrokken en zal de hoofdvraag van dit onderzoek worden beantwoord.

2. Experiment 1: herinnerings-sms'jes bij een betalingsachterstand

2.1 Methode

Hieronder volgt een uitleg van de gebruikte methode voor experiment 1, een technische verantwoording van dit onderzoek is te vinden in Bijlage 1.

Procedure

In dit experiment gaan we na wat het effect is van het versturen van een sms'je ter herinnering van een betaalachterstand aan huurders met een betaalachterstand. Om het effect goed te kunnen onderzoeken hebben we twee groepen (condities) gecreëerd. Een groep die een herinnerings-sms'je kreeg en een groep die geen sms'je kreeg. De vraag in welke groep de huurder terecht kwam, werd bepaald door het eindcijfer van het klantnummer van de huurder. Zo kwamen bijvoorbeeld alle huurders met een klantnummer dat eindigde op het cijfer '1' in de ene groep (conditie) terecht en huurders met een klantnummer dat eindigde op het cijfer '2' in de andere groep.

Deelnemers

Huurders die op de 6e werkdag van de maand hun huur voor die maand nog niet betaald hadden waren de doelgroep voor dit experiment. Exclusie criteria waren huurders zonder telefoonnummer en huurders voor wie de huur door een derde partij betaald werd (bijvoorbeeld bewind voering). Aan het onderzoek hebben in totaal 3168 huurders deelgenomen.

Conditie

- 1395 huurders in de sms conditie kregen op de zesde dag van de maand het sms-bericht hiernaast van Rochdale:
- 1773 huurders in de controleconditie kregen geen sms. Met andere woorden, zij werden hetzelfde behandeld als voorheen.



Uitkomstmaten

Wij vergeleken het betaalgedrag van de huurders met een betaalachterstand in de sms groep met het betaalgedrag van huurders met een betaalachterstand in de controlegroep. Hiervoor keken we naar het betaalgedrag op twee meetmomenten:

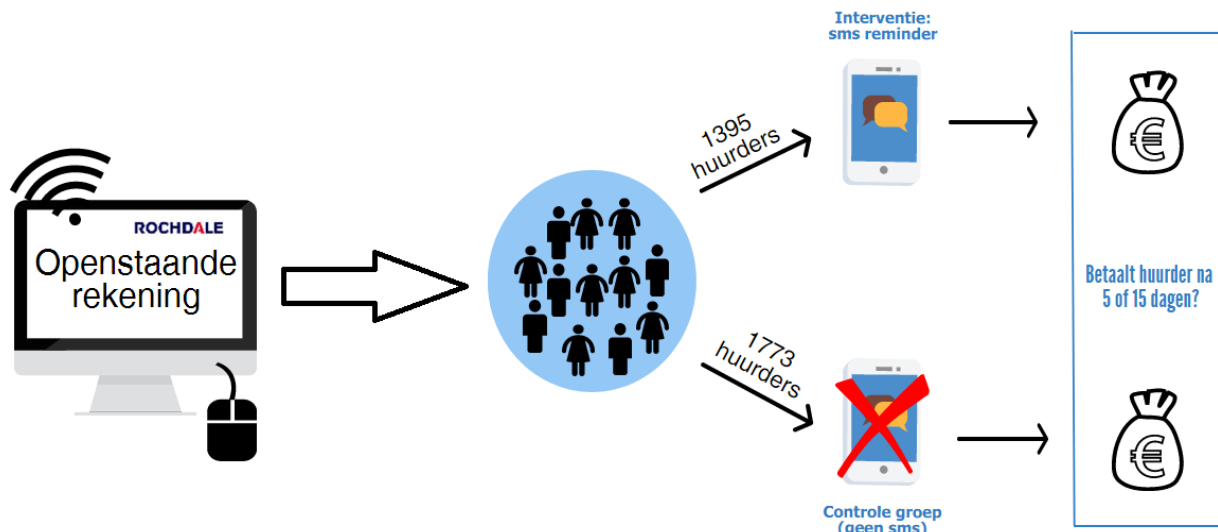
- a) vijf dagen na het versturen van het sms-bericht, aangeduid als '1^e betaalcheck', en
- b) vijftien dagen na het versturen van het sms-bericht, aangeduid als '2^e betaalcheck'.

Bij de vergelijking is tevens rekening gehouden met de volgende kenmerken:

- maand van het jaar;
- betaalwijze (automatische incasso, acceptgiro, directe overboeking, andere betaalwijze of onbekend)
- stadsdeel in Amsterdam;
- leeftijd van de huurder.

De doorlooptijd van het onderzoek was van december 2015 tot en met april 2016. Er zijn daarmee in totaal vijf sms'jes (één sms'je per maand) verstuurd. Zie Figuur 1 voor een visuele weergave van de onderzoeksopzet.

Figuur 1: Onderzoeksopzet



2.2 Resultaten

In dit hoofdstuk bespreken we de resultaten van het versturen van een sms'je ter herinnering van een betaalachterstand. De duiding of interpretatie van de resultaten wordt later onder het kopje 'conclusie' gedaan.

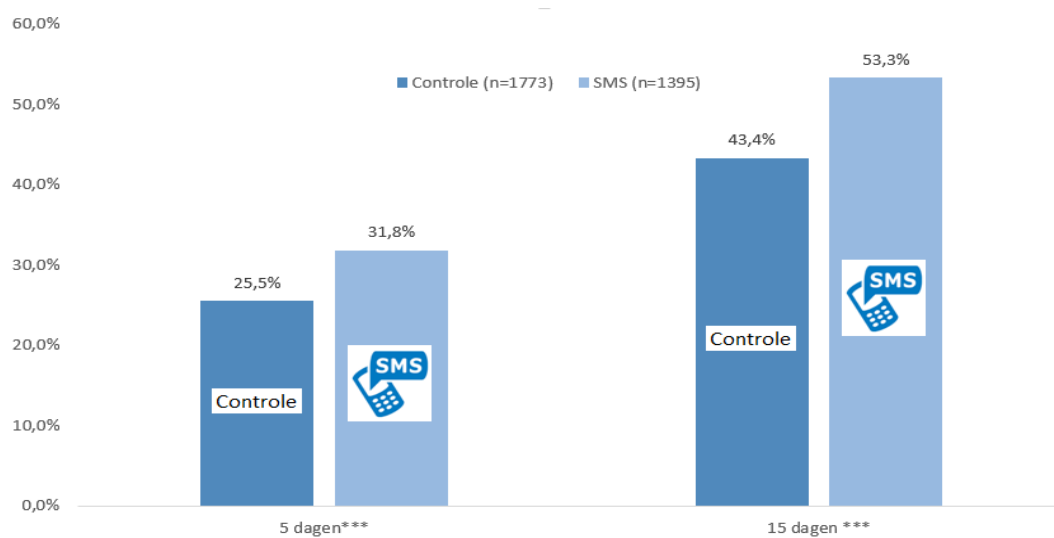
Effect van een sms

3168 huishoudens hebben deelgenomen aan het experiment. Om na te gaan wat het effect was van een sms, hebben we gekeken naar het betaalgedrag van huurders met een betaalachterstand die voor het eerst een sms'je ontvingen (voor statistische details, zie Bijlage 2, tabel B2.1).

Van de huurders die een betaalachterstand hadden en hier per sms aan werden herinnerd, bleek 31,8% vijf dagen na het ontvangen van de sms betaald te hebben (zie Figuur 2). Dit percentage was significant lager bij de controlegroep, namelijk 25,5%. Het verschil in betalingen is ook aanwezig bij de 2^e betaalcheck: significant meer huurders betaalde in de sms conditie (53,5%) dan in de controle conditie (43,4%). Bovendien zien we dat het verschil tussen de condities steeds groter wordt: in de sms conditie stijgt het aantal betalers met 21,5% tussen de 1^e en 2^e betaalcheck en in de controle groep stijgt het aantal betalers met 17,9% tussen de 1^e en 2^e betaalcheck.

Om na te gaan of het effect van een herinneringsbericht over de huurachterstand anders is bij verschillende type huurders en/of in verschillende maanden is er een splitsing gemaakt naar maand, betaalwijze, stadsdeel, en leeftijd. We hebben hierbij alleen effecten van de tweede betaalcheck (na 15 dagen) vermeld.

Figuur 2. Percentage huurders dat heeft betaald bij de eerste deelname aan het experiment (n=3168)



*** $p < .001$, ** $p < .01$ * $p < .05$

Het effect wisselt tussen maanden

In Tabel 1 is te zien dat er niet iedere maand even veel sms'jes zijn verstuurd, bovendien wisselt het betaalgedrag van huurders met een betaalachterstand per maand (zie Bijlage 2, Tabel B2.2 voor het complete overzicht van betalingen per conditie, per maand met significantie toetsing). Zo wordt bijvoorbeeld de betaalachterstand uiteindelijk vaker betaald in de maand april dan in de maand januari.

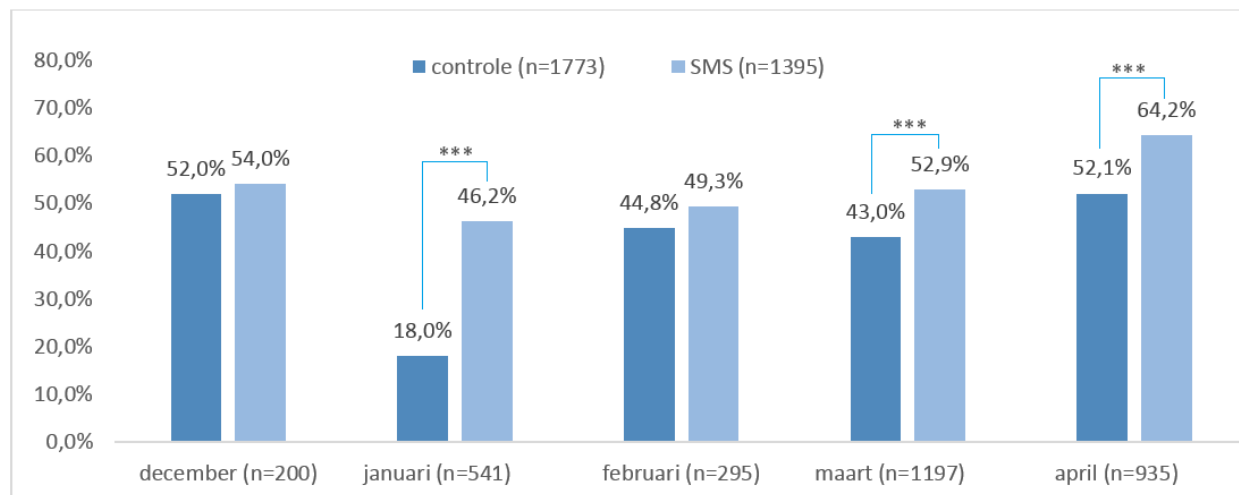
Tabel 1. *Huurders in het experiment per maand (n=3168)*

	Huurders	
	<i>n</i>	%
December	200	6,3%
Januari	541	17,1%
Februari	295	9,3%
Maart	1197	37,8%
April	935	29,5%
Totaal	3168	100%

Een eerste sms'je blijkt enkel een positief effect te hebben op het betaalgedrag van huurders in de maanden januari, maart en april (Figuur 4). In de maanden december en februari is er geen significant verschil tussen de sms en controle conditie. Dit kan te maken hebben met de relatief kleine steekproef in die maanden (200 en 295 huurders) in vergelijking met andere maanden (bijvoorbeeld 1197 in maart)¹.

¹ het moeilijker om een statistisch significant verschil te bereiken bij kleine steekproeven omdat de kans dat het effect verklaard kan worden door toeval bij kleine steekproeven groter is.

Figuur 3. Percentage huurders dat eerste sms'je heeft ontvangen en heeft betaald bij de tweede betaalcheck, uitgesplitst naar maand (n=3168)



Noot. Significante verschillen in het aantal betalingen tussen de sms en controle groep zijn voorzien van een sterretje.

*** $p < .001$, ** $p < .01$ * $p < .05$

Alleen een effect bij handmatig overmaken

Huurders kunnen ervoor kiezen om hun huur op verschillende manieren te betalen. De meeste huurders van Rochdale betalen door middel van automatische incasso en is er een kleine groep die de huur handmatig overmaakt (bijvoorbeeld per acceptgiro of directe overboeking). Verondersteld wordt dat huurders die handmatig betalen vaker niet of later hun huur betalen dan de groep die per automatische incasso betaalt. In dit experiment is de groep die de huur handmatig overmaakt oververtegenwoordigd (83,0%) ten opzicht van huurders die via automatische incasso betalen (8,6%) omdat enkel huurders met een betaalachterstand hebben deelgenomen (zie Tabel 2).

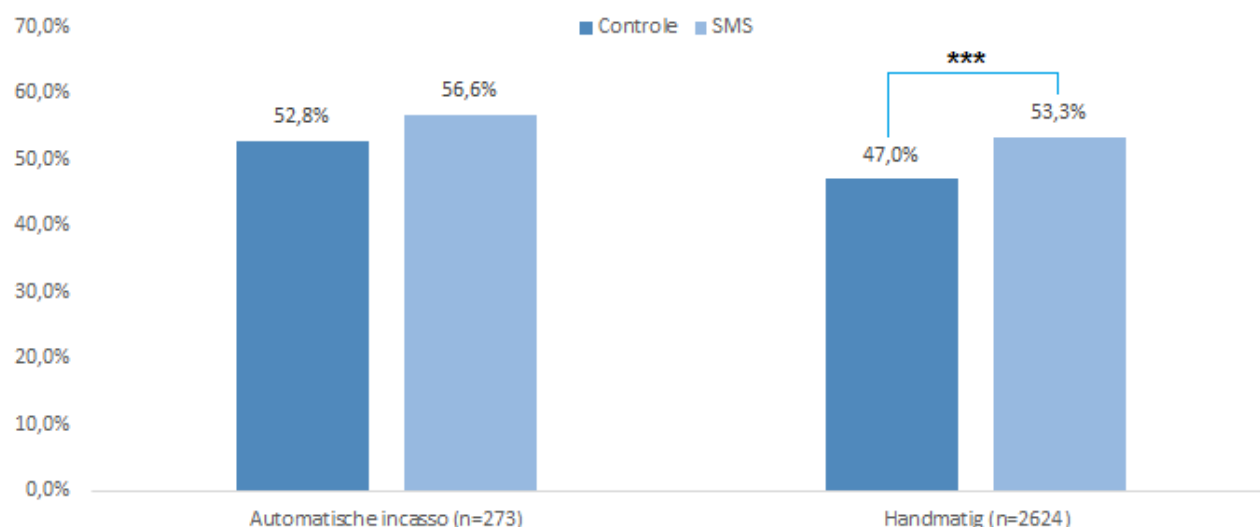
Tabel 2. Betaalwijze van alle huurders (n=3168)

	Huurders	
	n	%
Acceptgiro	2484	78,4%
Automatische incasso	273	8,6%
Directe overboeking	103	3,3%
Andere betaalwijze	40	1,3%
Onbekend	268	8,5%
Totaal	3168	100,0%

Hoe reageren deze huurders met verschillende betaalwijzen op een herinneringsbericht per sms? Om deze vraag te onderzoeken hebben we eerst een splitsing gemaakt tussen huurders die hun huur per automatische incasso betalen en huurders die de huur handmatig overmaken (zie Bijlage 2, Tabel B2.3 voor het complete overzicht van betalingen per conditie, per betaalwijze met significantie toetsing). De resultaten laten zien dat het versturen van een sms'je alleen effect heeft bij huurders die hun huur handmatig overmaken (Figuur 4). Huurders die handmatig betalen, betalen vaker in de sms conditie (53,3%) dan in de controle conditie (47,0%) in de controle conditie). Huurders die per automatische incasso betalen, betalen niet vaker als ze in de sms groep zitten (56,6%) dan wanneer ze in de controlegroep zitten (52,8%).

► Huurachterstanden voorkomen door sms'jes?

Figuur 4. Percentage huurders dat heeft betaald bij de tweede betaalcheck, uitgesplitst naar betaalwijze (n=2897)



Noot: omdat niet bij alle huurders de betaalwijze bekend was, is het aantal huurders dat is meegenomen in de analyse (n=2897) kleiner dan de gehele steekproef van 3168 huurders. *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$.

Verschillen tussen stadsdelen

We hebben de postcodegegevens van de huurders gebruikt om te bepalen in welke stadsdeel de huurder woont (Tabel 3). Volgens deze methode zijn de meeste huurders woonachtig in Amsterdam. Iets meer dan een kwart (27,9%) van alle huurders komt uit Amsterdam Zuidoost. Bijna een kwart komt uit Amsterdam West of Amsterdam Nieuw-West.

Tabel 3. Percentage en aantal huurders per stadsdeel (n=3168)

	Huurders	
	n	%
Amsterdam Zuidoost	883	27,9%
Amsterdam Nieuw-West	433	13,7%
Amsterdam West	316	10,0%
Amsterdam Noord	300	9,5%
Amsterdam Zuid	141	4,5%
Amsterdam Oost	98	3,1%
Amsterdam Centrum	39	1,2%
Amsterdam Westpoort	3	0,1%
Buiten Amsterdam	677	21,4%
Onbekend	278	8,8%
Totaal	3168	100,0%

We hebben gekeken of het versturen van een eerste sms'je andere effecten heeft op het betaalgedrag van huurders die woonachtig zijn in de verschillende stadsdelen van of buiten Amsterdam (zie Bijlage 2, Tabel B2.3 voor het complete overzicht van betalingen per conditie, per stadsdeel met significantie toetsing). Het lijkt erop dat het versturen van een eerste sms'je enkel wat doet voor huurders in bepaalde stadsdelen van Amsterdam, namelijk huurders die in Amsterdam Zuidoost, Noord of Nieuw-West wonen. Bijvoorbeeld, voor huurders in Amsterdam Zuidoost: 55,6% van de huurders met een betaalachterstand betaalde na een eerste sms'je versus 43,4% van de huurders in de controlegroep. In Amsterdam Zuid is

het verschil tussen de controlegroep en sms groep marginaal significant ($p = .07$). Dit betekent dat het versturen van een sms'je wellicht effect heeft voor deze huurders, maar dat dit effect net iets minder betrouwbaar is dan bij een normaal significantieniveau van $p = .05$. Voor huurders die in het stadsdeel West en het Centrum wonen is het percentage huurders dat betaalde met of zonder een herinnerings-sms'je statistisch gezien gelijk². Hetzelfde geldt voor huurders die niet in Amsterdam wonen. Ook bij hen is er statistisch gezien geen verschil in het percentage betalingen tussen huurders die wel en geen eerste sms'je hebben ontvangen (respectievelijk 46,0% van de huurders heeft betaald en 45,9% van de huurders heeft betaald).

Verschillen tussen leeftijdscategorieën

De gemiddelde huurder met één betaalachterstand is 47,5 jaar. De spreiding in leeftijd is redelijk groot (standaarddeviatie=15 jaar) (Tabel 4).

Tabel 4. *Leeftijd huurders die hebben deelgenomen aan experiment 1 (n=3168)*

	Huurders	
	<i>n</i>	%
Tot 30 jaar	260	8,2%
31-40 jaar	691	21,8%
41-50 jaar	695	21,9%
51-60	692	21,8%
Ouder dan 60 jaar	442	14,0%
Onbekend	388	12,2%
Totaal	3168	100,0%

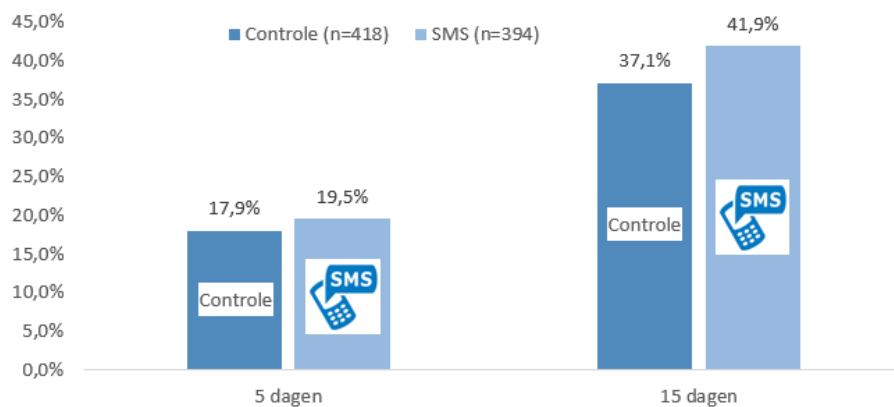
Analyses laten zien dat er geen samenhang is tussen de leeftijd van de huurder en het wel of niet betalen van de huur na het ontvangen van een eerste sms'je (zie Bijlage 2, Tabel B2.3 voor het complete overzicht van betalingen per conditie, per leeftijdscategorie significantie toetsing).

Geen effect bij herhaling

Tot dusver hebben we gekeken naar het effect van het versturen van een eerste sms'je op het betaalgedrag van alle huurders in dit experiment. In deze paragraaf worden de resultaten van het experiment voor huurders die voor de twee keer een sms'je ontvangen besproken. Dit betreft ongeveer een kwart (24,4%, $n = 812$) van alle huurders (zie Bijlage 2, Tabel B2.1). Resultaten laten zien dat het versturen van een tweede sms'je *geen* positief effect heeft op het aantal betalingen (Figuur 5). Dit geldt voor zowel de eerste als de tweede betaalcheck. Het percentage huurders dat uiteindelijk betaalde in de controleconditie (37,1% heeft betaald) is statistisch gezien gelijk aan het percentage huurders dat uiteindelijk betaalde in de sms conditie (41,9% heeft betaald). Het is niet mogelijk om een statistisch toets uit te voeren voor de vraag of huurders anders reageren op een derde sms'je omdat het aantal huurders dat drie sms'jes ontving erg klein is (1,2% van alle huurders, dat zijn 38 huurders). Er zijn geen huurders in het experiment die meer dan drie sms'jes hebben ontvangen.

² Wel dient opgemerkt te worden dat het aantal huurders dat in het centrum van Amsterdam woont erg laag is ($n=39$). Het is in dat geval erg lastig om een significant verschil te vinden tussen beide interventiegroepen qua betaalgedrag. Met een grotere groep zou dat theoretisch gezien wel kunnen.

Figuur 5. Percentage huurders dat heeft betaald na tweede sms'je, per betaalcheck (n=812)



3. Experiment 2: herinnerings-sms'jes ter voorkoming van een betalingsachterstand

3.1 Methode

Hieronder volgt een uitleg van de gebruikte methode voor experiment 2, een technische verantwoording van dit onderzoek is te vinden in Bijlage 1.

Procedure

In dit experiment gaan we na wat het effect is van het sturen van een herinneringsbericht op het betaalgedrag van huurders die al *eerder* een achterstand hebben gehad. De opzet is iets anders dan in het eerste experiment. In plaats van huurders na het verstrijken van de betaaltermijn per sms te herinneren aan hun openstaande factuur, ontvangen huurders met per acceptgiro betalen in dit experiment op de 22ste dag van de voorafgaande maand een sms-bericht met daarin een herinnering om de huur voor de volgende maand niet te vergeten te betalen. Ook nieuw aan dit experiment is dat er tevens gebruik is gemaakt van een iDEAL-link (zie hierna). In totaal zijn er drie sms'jes verstuurd (één sms per maand) verstuurd: in juli, september en oktober 2016.

Deelnemers

De doelgroep van dit experiment zijn huurders die per acceptgiro betalen en in het jaar voorafgaand aan het experiment één keer of vaker een betaling hebben gemist. Exclusie criteria waren: huurders zonder telefoonnummer, huurders voor wie de huur door een derde partij betaald werd (bijvoorbeeld bewindvoering). Aan het experiment hebben in totaal 1800 huurders deelgenomen.

Conditie

Er waren in totaal drie condities in dit experiment: twee interventiegroepen en een controlegroep. De 1800 huurders zijn willekeurig ingedeeld in één van de drie condities. De toewijzing aan de condities werd, net als in experiment 1, bepaald aan de hand van het laatste cijfer van het klantnummer.

- 600 Huurders in interventiegroep 1 (*sms zonder link conditie*) ontvingen onderstaand tekstbericht in de vorm van een sms'je³:

Beste huurder,
Denkt u aan het betalen van de huur voor 1 augustus?
U kunt uw huur betalen via een acceptgiro, handmatig
overschrijven of pinnen op ons kantoor.
Vriendelijke groet, Rochdale.



- 600 Huurders in interventiegroep 2 (*sms met link conditie*) ontvingen een vergelijkbaar tekstbericht met als extra een iDEAL-link in het bericht verwerkt. Het voordeel van deze iDEAL-link is dat huurders door middel van één klik op de link automatisch naar de online betaalomgeving worden geleid waarin alle gegevens die nodig zijn om de betaling te verrichten

³ 1 augustus geldt voor huurders die het bericht in juli hebben ontvangen. Berichten die gestuurd zijn in de maanden september en oktober zijn respectievelijk naar '1 oktober' en '1 november' aangepast.

(rekeninggegevens begunstigde en factuurbedrag) vooraf zijn ingevoerd. De huurder moet dan alleen het verzoek bevestigen om de betaling te voltooien. Het idee hierachter is dat het verkleinen (en versimpelen) van de stap(pen) naar betaling, de kans op betaling positief beïnvloedt.

Beste huurder,
Denkt u aan het betalen van de huur voor 1 augustus?
U kunt uw huur betalen via een acceptgiro, handmatig
overschrijven, pinnen op ons kantoor of direct via
Ideal ([hyperlink](#)). Vriendelijke groet, Rochdale.



- 600 Huurders in de *controle conditie* kregen geen sms. Met andere woorden, zij werden hetzelfde behandeld als voorheen.

Uitkomstmaten

Wij vergeleken het betaalgedrag van de huurders in de interventiegroepen met de controle groep. Hiervoor keken we naar het betaalgedrag op twee meetmomenten:

- a) vijf dagen na het versturen van het sms-bericht, aangeduid als 'eerste betaalcheck', en
- b) vijftien dagen na het versturen van het sms-bericht, aangeduid als 'tweede betaalcheck'.

Bij de vergelijking is tevens rekening gehouden met aantal kenmerken die ook in experiment 1 zijn meegenomen:

- maand van het jaar;
- stadsdeel in Amsterdam;
- leeftijd van de huurder.

3.2 Resultaten

In dit hoofdstuk bespreken we de resultaten van het versturen van een pro-actief sms'je op het betaalgedrag van de huurders. De duiding of interpretatie van de resultaten wordt later onder het kopje 'conclusie' gedaan.

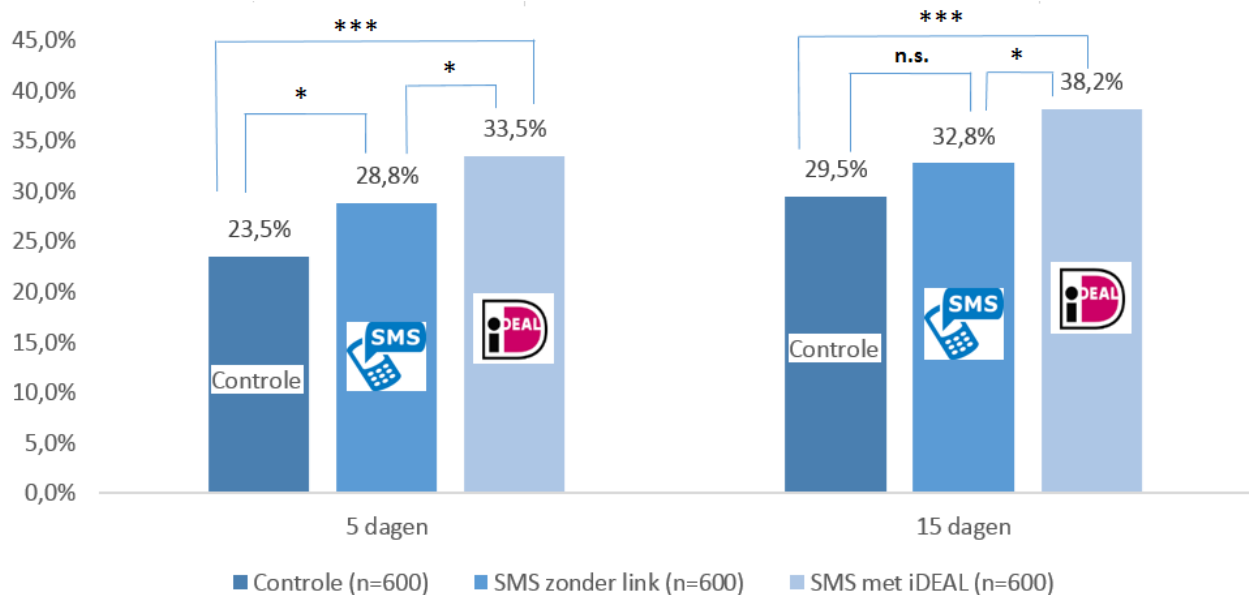
Effect van een sms

Allereerst kijken we naar het effect van een eerste sms'je⁴. Bij huurders die bijvoorbeeld in alle drie de maanden een sms'je hebben gekregen is alleen gekeken naar het betaalgedrag in de maand juli. Resultaten laten zien dat er een verschil is tussen het betaalgedrag van huurders in de verschillende condities. Zie Figuur 6 en Bijlage 2, Tabel B2.4 voor statistische details. Huurders die vooraf per sms zijn herinnerd aan de betaling van hun huur blijken vijf dagen na het ontvangen van dit bericht vaker hun huur te hebben voldaan (28,5% van de huurders heeft betaald) dan huurders die geen herinneringsbericht ontvingen (23,5% van de huurders heeft betaald). Zoals verwacht, wordt het effect van het versturen van een herinneringsbericht op het betaalgedrag positief versterkt wanneer het sms-bericht een iDEAL-link bevat. In dat geval heeft maar liefst 33,5% van de huurders bij de eerste betaalcheck betaald (versus 28,8% van de huurders in de sms zonder linkconditie).

⁴ Het betreffen alleen huurders die in dit experiment voor het eerst een sms'je hebben gehad. Het kan zijn dat huurders eerder, in een ander context, een sms'je hebben ontvangen van Rochdale (bijvoorbeeld in experiment 1).

Het effect van een eerste sms'je verdwijnt niet bij de tweede betaalcheck: het percentage huurders dat betaalde na het ontvangen van een sms'je met link was 8,7% hoger dan huurders in de controle conditie en 5,4% hoger dan huurders in de sms zonder link conditie.

Figuur 6. Percentage huurders dat heeft betaald bij het eerste sms'je, voor de drie condities (n=1800)



***p<.001, **p<.01, *p<.05. n.s.= niet significant.

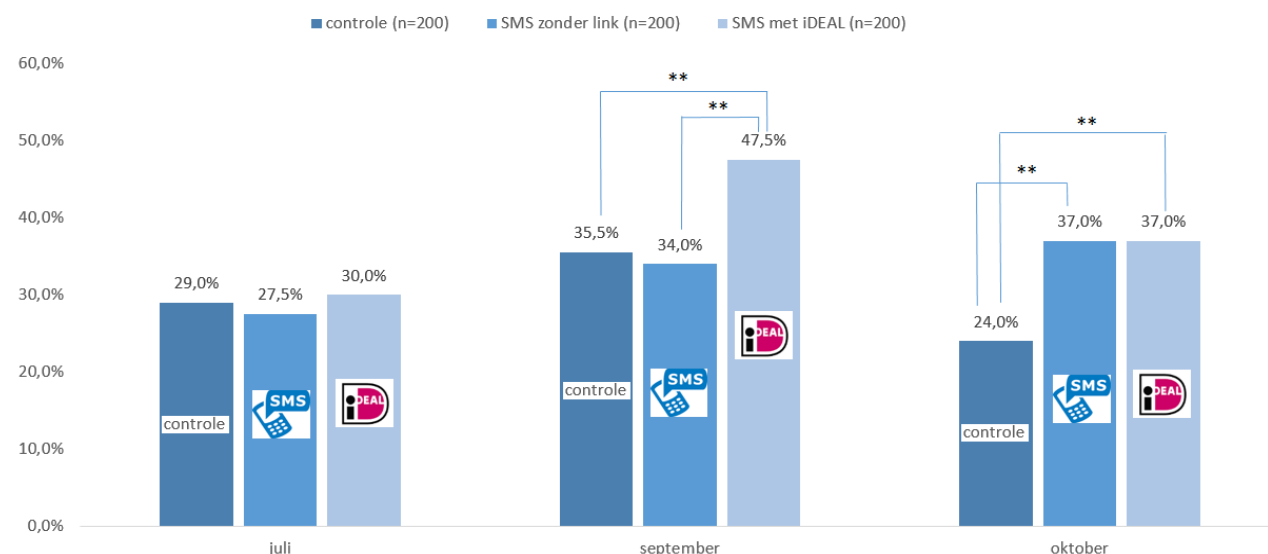
Is het effect van vooraf herinneren aan de huur anders in verschillende maanden en/of bij verschillende type huurders? Deze vragen zijn hieronder uitgewerkt. We hebben hierbij alleen effecten van de tweede betaalcheck (na 15 dagen) vermeld.

Het effect wisselt tussen maanden

Er zijn in de maanden juli, september en oktober allen 400 sms'jes verstuurd: 200 herinnerings-sms'jes en 200 sms'jes met iDeal-link, daarnaast is er een controle groep van 200 personen.

Het vooraf herinneren aan de huur lijkt niet in alle maanden hetzelfde effect te hebben (zie Figuur 7 en Bijlage 2, Tabel B2.5 voor het complete overzicht van betalingen per conditie, per maand met significantie toetsing). Zo blijkt er in de maand juli geen significant verschil te zijn tussen het betaalgedrag van huurders in alle drie de condities. Of anders gezegd, het wel of niet ontvangen van een sms'je zorgt niet voor vaker betalen in de maand juli. In de maand september blijkt dat vooral de toegevoegde iDEAL-link in het sms'je voor significant meer betalingen zorgt. Zo betaalde 47,5% van de huurders die voor het eerst een sms'je met iDEAL-link kreeg ten opzichte van 34,0% van de huurders die enkel een sms'je kreeg en 35,5% van de huurders die geen sms kreeg (controle conditie). Het versturen van enkel een sms'je (zonder link) heeft geen significant effect in het percentage betalingen voor de maand september. Tot slot oktober, uit de resultaten blijkt dat huurders in beide sms condities significant vaker hun huur betalen dan huurders die geen sms hebben ontvangen. In beide gevallen is het verschil in percentage betalingen tussen de condities 23%. De iDEAL-link heeft in deze maand geen extra toegevoegde waarde.

Figuur 7. Percentage huurders dat heeft betaald bij de tweede betaalcheck, bij de eerste deelname aan het experiment, uitgesplitst naar maand (n=1800).



***p<.001, **p<.01, *p<.05

Verschillen tussen stadsdelen

De verdeling van de woongebieden van de huurders in dit experiment komt redelijk overeen met de verdeling in experiment 1. Ongeveer een derde van de huurders (33,1%) blijkt in amsterdam zuidoost te wonen. Bijna een kwart van de huurders komt uit amsterdam nieuw-west of west. Zie Tabel 5 hierna voor het complete overzicht. Analyses laten zien dat huurders uit verschillende stadsdelen niet anders reageren op de sms'jes.

Tabel 5. Percentage en aantal huurders per stadsdeel (n=1800)

Stadsdeel	Huurders	
	n	%
Amsterdam Zuidoost	596	33,1%
Amsterdam Nieuw-West	238	13,2%
Amsterdam West	189	10,5%
Amsterdam Noord	178	9,9%
Amsterdam Zuid	99	5,5%
Amsterdam Oost	53	2,9%
Amsterdam Centrum	24	1,3%
Buiten Amsterdam	419	23,3%
Onbekend	4	0,2%
Totaal	1800	100,0%

Verschillen tussen leeftijdscategorieën

Huurders die aan dit experiment hebben deelgenomen zijn gemiddeld 48 jaar. Ongeveer drie kwart (75,9%) van hen was tussen de 30 en 60 jaar (zie Tabel 6 hieronder voor de verdeling in leeftijdscategorieën). De analyses laten zien dat er geen samenhang is tussen de leeftijd en het betaalgedrag van huurders. Ook is er geen verschil tussen huurders van verschillende leeftijden wat betreft de invloed van het vooraf herinneren door middel van een eerste sms'je.

► Huurachterstanden voorkomen door sms'jes?

Tabel 6. Leeftijd van huurders die hebben deelgenomen aan experiment 2 (n=1800)

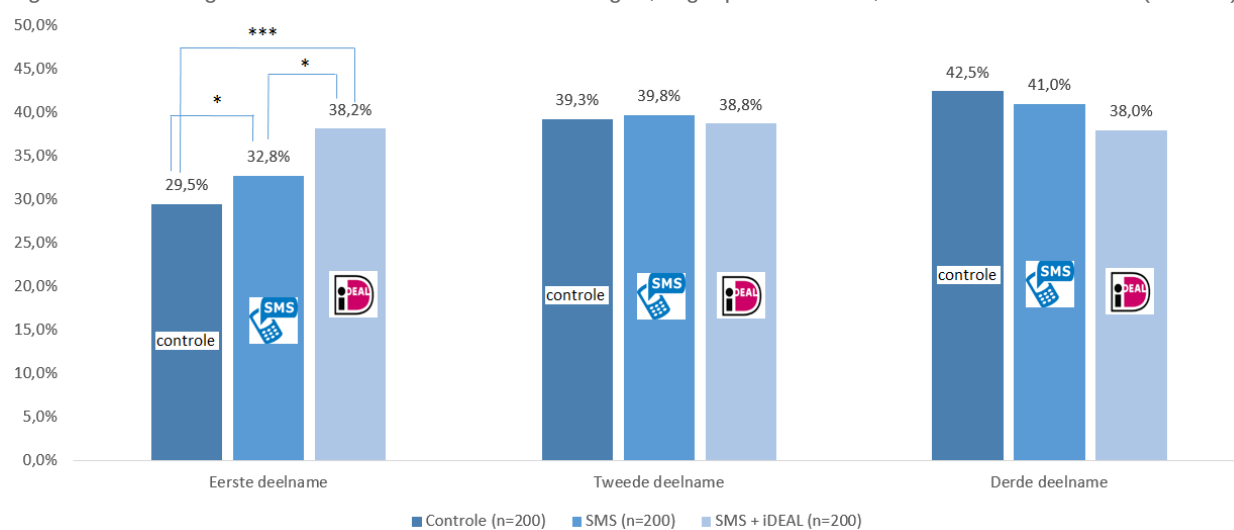
Leeftijdscategorie	Huurders	
	n	%
Tot 30 jaar	141	7,8%
31-40 jaar	412	22,9%
41-50 jaar	430	23,9%
51-60 jaar	472	26,2%
61-70 jaar	200	11,1%
71 jaar en ouder	64	3,6%
Onbekend	81	4,5%
Totaal	1800	100%

Geen effect bij herhaling

Tot nu toe is er gekeken naar de invloed van vooraf herinneren op het betaalgedrag bij een enkele deelname aan het experiment. Maar hoe reageren huurders wanneer ze vaker een sms'je krijgen? Is het effect dan nog steeds aanwezig of zwakt het af?

Analyses laten zien dat er sprake is van het laatste. Dit patroon geldt voor zowel de eerste betaalcheck (5 dagen na versturen van het sms'je) als de tweede betaalcheck (15 dagen na versturen van het sms'je). In Figuur 8 is het betaalgedrag bij de tweede betaalcheck weergegeven (zie Bijlage 2, Tabel B2.4 voor staan de statistische details). Het positieve effect van een sms'je, met of zonder link, verdwijnt wanneer het sms'je meer dan één keer is verzonden. Het ziet er zelfs naar uit dat een sms'je met link erin bij de derde keer een averechtse werking heeft. In dat geval betaalt 38% van de huurders in de sms met link conditie versus 42,5% van de huurders bij de controleconditie. Echter is volgens de statistische toets dit effect gebaseerd op toeval. Met andere woorden: er zijn geen verschillen tussen de drie condities wat betreft het betaalgedrag wanneer de huurder drie keer heeft deelgenomen aan het experiment.

Figuur 8. Percentage huurders dat heeft betaald na 15 dagen, uitgesplitst naar één, twee en drie deelnames (n=1800)



***p<.001, **p<.01, *p<.05

4. Beschouwing

4.1 Belangrijkste bevindingen

Eerder onderzoek laat zien dat mensen die financiële problemen hebben, gebaat zijn bij het gebruik van reminders (Damingier et al., 2015; NSW government, 2016). Simpele cues, zoals stickers, of een sms, kunnen al voldoende zijn om mensen te herinneren aan taken die anders gemakkelijk aan de aandacht ontsnappen. Reminders zouden huurders dus ook kunnen helpen om op tijd hun huur te betalen. De hoofdvraag van dit onderzoek was daarom: *Wat is het effect van een sms-reminder op het betaalgedrag van huurders?*

Om deze vraag te beantwoorden zijn er twee experimenten uitgevoerd. In het eerste experiment hebben wij allereerst een groep huurders die hun huur op de eerste van de maand nog niet betaald hadden een betalingsherinnering per sms gestuurd. In een tweede experiment hebben we ook proactief herinnerings-sms'jes gestuurd aan huurders die in de voorgaande maanden één of meer keer hun huur te laat betaald hebben. Hierbij waren de onderzoeksvragen:

1. *Wat is het effect van een sms-reminder op het betaalgedrag van huurders van Rochdale met een huurachterstand?*
2. *Wat is het effect van pro-actieve sms-reminders met en zonder iDEAL-link op het betaalgedrag van huurders van Rochdale die eerder een huurachterstand hebben gehad?*

Bij woningcorporatie Rochdale maken de meeste huurders de huur automatisch over, een kleinere groep doet dit handmatig (ongeveer 2:1). De ervering binnen Rochdale is dat handmatig overmakende huurders vaker hun huur niet of in ieder geval later betalen dan huurders die een automatische incasso hebben lopen. Een mogelijke verklaring voor deze relatie is dat de groep huurders die handmatig overmaakt deels bestaat uit mensen die moeite hebben om financieel de eindjes aan elkaar te knopen. Uit onderzoek blijkt dat juist mensen stoppen met automatisch incasso wanneer zij het financieel zwaar hebben, omdat ze zo grip willen houden op welke betalingen wanneer voldaan worden (Madern, van der Werf, & van Gaalen, 2014). Daarom was de verwachting bij onze experimenten dat herinnerings-sms'jes vooral effectief zullen zijn voor huurders die handmatig de huur overmaken.

Experiment 1: herinnerings-sms'jes bij een betalingsachterstand

In het eerste experiment hebben wij allereerst een groep huurders die hun huur op de eerste van de maand nog niet betaald hadden een betalingsherinnering per sms gestuurd. Hierbij was de onderzoeksvraag: *Wat is het effect van een sms-reminder op het betaalgedrag van huurders van Rochdale met een huurachterstand?* De verwachting was dat deze betalingsherinnering mensen zou helpen om eerder tot betaling van de huur over te gaan. Deze verwachting is gebaseerd op internationaal onderzoek dat laat zien hoe eenvoudige en subtiele herinneringen en/of prikkels mensen er toe kunnen zetten gewenste gedrag te vertonen (Thaler & Sunstein, 1975). Zo blijkt onder meer uit onderzoek van Karlan, McConnell, Mullainathan en Zinman (2014) dat het sturen van een herinnering mensen (meer) kan laten sparen.

Het versturen van een sms'je ter herinnering van een betaalachterstand leidt tot een hoger aantal betalingen. Echter is dit effect alleen aanwezig wanneer het sms'je voor het eerst wordt verstuurd. Bij huurders die voor de tweede keer een sms'je ontvangen, is er geen effect van het sms'je gevonden. Dit heeft wellicht te maken met het feit een tweede sms'je direct samenhangt met meerdere

betaalachterstanden. Mogelijkerwijs is de financiële situatie van deze groep huurders dermate zwak dat een sms'je als betaalherinnering geen verschil kan maken.

Ook blijkt uit de resultaten van experiment 1 dat het betaalgedrag van huurders die voor het eerst een sms'je ontvangen per maand wisselt. Zo wordt het openstaande bedrag in de maand december vaak pas later in de maand voldaan. Dit uitstellen van de betaling kan mogelijk verklaard worden door de hoge kosten die gepaard gaan met de feestdagen en/of het ontvangen van de eindejaarsuitkering/dertiende maand (of het vooruitzicht daarop). In de maand januari zagen we juist dat sommige huurders bij de eerste betaalcheck wel hadden betaald en bij de tweede betaalcheck niet. Het lijkt er dus op dat huurders de afgeschreven huur later in de maand weer terugboeken. In alle andere maanden is een dergelijk patroon niet aanwezig. Het terugboekgedrag kan mogelijk verklaard worden doordat huurders in de maand na de feestdagen erg krap bij kas zitten.

Tot slot hebben we bij de analyses voor huurders die voor het eerst een sms'je ontvangen ook rekening gehouden met bepaalde individuele kenmerken van huurders. Zoals verwacht bleek uit de analyses dat het versturen van een herinneringsbericht vooral werkt bij huurders die hun huur handmatig overmaken. Ook zagen we dat niet alle huurders van de verschillende stadsdelen gelijk reageerden op een sms'je. Zo had het versturen van een berichtje enkel een positief invloed op het betaalgedrag bij huurders die *niet* in het centrum van Amsterdam of in Amsterdam West woonden. Ook voor huurders die buiten Amsterdam woonden bleek het sms'je niet veel te doen.

Experiment 2: herinnerings-sms'jes bij een betalingsachterstand

In een tweede experiment hebben we ook proactief herinnerings-sms'jes gestuurd aan huurders die in de voorgaande maanden één of meer keer hun huur te laat betaald hebben. De verwachting was dat ook proactief het versturen van reminders een positief effect heeft op het betalen van de huur. Uit eerder onderzoek weten we dat kleine belemmeringen een grote invloed kunnen hebben op het financiële gedrag van mensen, zeker wanneer zij financiële problemen hebben (Damingier et al., 2015). Hoe simpeler het voor mensen is om het gewenste gedrag te vertonen, hoe waarschijnlijker dat dit ook zal gebeuren. Om het betalen van de huur zo makkelijk mogelijk te maken is daarom voor een deel van de groep ook een iDEAL-link voor het betalen van de huur toegevoegd. Zo kunnen huurders zodra ze herinnerd worden aan de te betalen huur, direct actie ondernemen door via de link op hun smartphone de huur over te maken.

In dit tweede experiment was de onderzoeksvraag: *Wat is het effect van pro-actieve sms-reminders met en zonder iDEAL-link op het betaalgedrag van huurders van Rochdale die eerder een huurachterstand hebben gehad?* Uit de resultaten bleek dat huurders die in het voorafgaande jaar wel eens een betaling hebben gemist en hieraan worden herinnerd door middel van een sms'je vaker betalen dan huurders die geen herinneringsbericht ontvangen. Het verkleinen van de stap naar betaling, in dit geval door middel van een iDEAL-link in het sms'je, blijkt zijn vruchten af te werpen: het aantal betalingen neemt in dat geval toe. Echter, het effect van vooraf herinneren werkt niet meer wanneer het meer dan één keer wordt toegepast.

4.2 Aanbevelingen

Wanneer corporaties aan de slag willen met herinnerings-sms'jes of andere methoden om huurders aan hun verplichting te laten voldoen, adviseren wij om stil te staan bij de volgende voorwaarden om tot succesvolle implementatie van een interventie te komen (zie ook van der Laan, van Doorn, Goede & van Geuns, 2017):

1. Zorg voor een **goede, concrete en specifieke diagnose** van het probleem. Om implementatie en toetsing van effecten van de interventie mogelijk te maken, zullen corporaties moeten beslissen wat ze willen bereiken met bijvoorbeeld sms'jes en voor welke huurders. Hiervoor is registratie om de aard en grootte van een probleem goed in te schatten vaak een nuttige eerste stap.
2. Door **medewerkers en huurders te betrekken bij het diagnosticeren van het probleem**, wordt de kans vergroot dat medewerkers verantwoordelijkheid willen en kunnen nemen bij het uitvoeren van een veranderde werkwijze.
3. Het is belangrijk om het **juiste probleem aan te pakken met het juiste middel**. Vaak hebben organisaties een voorkeur voor een bepaalde aanpak (vaak informeren, terwijl gebrek aan kennis niet het probleem is). Het verlagen van psychologische drempels die huurders ervaren in het contact met de woningcorporatie is doorgaans effectiever is dan het (overmatig) voorlichten van en/of eisen stellen aan huurders.
4. **Neem de tijd voor zorgvuldige implementatie**. Als er bepaald is welke aanpassing getest gaat worden, zorg dan voor een inwerkperiode voor de mensen die ermee werken. Informeer de betrokken medewerkers, creëer draagvlak en schep de randvoorwaarden die nodig zijn voor medewerkers om ermee aan de slag te gaan. Voor medewerkers geldt vaak dat hun tijd schaars is en de werkdruk hoog. Maak voldoende mensen, tijd en geld vrij om het implementeren van interventies te begeleiden.
5. **Test, evalueer, stel bij en test opnieuw**. In plaats van een grootscheepse verandering in de werkwijze, is het raadzaam te beginnen met een kleine groep goed voorbereide en gemotiveerde medewerkers die een onderdeel van hun werk anders gaan doen. Gebruik de bevindingen uit de pilot en de reacties van huurders om de interventie bij te stellen. Pas na bewezen effectiviteit worden de aanpassingen in het proces verder uitgerold. Dit spaart kosten, kinderziekten en menskracht, en vergoot de legitimiteit van benodigde beleidswijzigingen en/of financiering.

4.3 Conclusie

Uit de resultaten van de twee experimenten concluderen wij dat herinnerings-sms'jes effectief kunnen zijn om huurders op tijd (bij pro-actieve sms'jes), of zo snel mogelijk na het verstrijken van de betaaldatum (bij herinnerings-sms'jes), te laten betalen. De resultaten laten echter ook zien dat dit geen blijvend effect is. Bij een tweede huurachterstand heeft een sms'je geen effect meer, dit geldt ook voor een volgend pro-actief sms'je. Dit betekent dat er goed nagedacht moet worden over de momenten waarop een woningcorporatie deze aanpak inzet. Daarnaast hebben we gezien dat de effecten behoorlijk gedifferentieerd zijn, zij verschillen tussen betalingsvormen (automatische incasso of handmatig), tussen stadsdelen en tussen maanden. Daarom is het van groot belang om goed na te denken over:

- het doel waarvoor betalingsreminders worden ingezet (diagnose van het probleem);
- of reminders daarbij het juiste middel zijn om het gewenste gedrag te stimuleren;
- de implementatie (van welke medewerkers wordt extra inspanning gevraagd, is dat reëel?);
- en een slimme pilot aanpak.

Wij hopen dat wanneer corporaties in de toekomst aan de slag willen gaan met reminders ter vermindering van huurachterstanden, zij hun aanpak zullen vastleggen en de resultaten ook zullen delen met andere corporaties. Op die manier kunnen corporaties van elkaar leren en kunnen zij samen tot een effectief, duurzaam en respectvol incassobeleid komen.

Literatuurlijst

Aedes. (2017). *Corporatiemonitor 2017*. Den Haag.

Behavioral Insights Team. (2015). *The Behavioural Insights Team Update report 2015-16*. London.
Retrieved from http://www.behaviouralinsights.co.uk/wp-content/uploads/2015/07/BIT_Update-Report-Final-2013-2015.pdf

Daminger, A., Hayes, J., Barrows, A., & Wright, J. (2015). *Poverty Interrupted*.

Karlan, D., Ratan, A. L., & Zinman, J. (2014). Savings by and for the Poor: A research review and agenda.
Review of Income and Wealth, 60(1), 36–78. <https://doi.org/10.1111/roiw.12101>

Madern, T., van der Werf, M., & van Gaalen, C. (2014). *Controle houden over de uitgaven : administratie en verleidingen*. Utrecht.

NSW government. (2016). *Behavioural Insights in NSW*.

Rijksuniversiteit Groningen, & Syncasso. (2014). *Duidelijk richting aangeven. Toepassing van sociale beïnvloedingstechnieken bij huurders*. Groningen.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (1975). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*.

Westhof, F., & De Ruig, L. (2015). *Huishoudens in de rode cijfers 2015: Over schulden van Nederlandse huishoudens en preventiemogelijkheden*.

Bijlage 1: technische verantwoording onderzoek

Ethiek

In deze studie hebben wij ons gehouden aan de gedragscode praktijkgericht onderzoek voor het HBO en de gedragscode gezondheidsonderzoek 'code Goed Gedrag', welke in lijn is met de Wet Bescherming Persoonsgegevens (<http://www.federa.org>).

Huurders zijn niet op de hoogte gesteld van hun deelname aan het experiment. Huurders konden voorafgaand aan het onderzoek niet geïnformeerd worden over de plannen, omdat informatie over de procedure de effecten op huurders zouden kunnen beïnvloeden. De interventie (sturen van een sms'je) had geen nadelige gevolgen voor de huurders en de privacy van huurders is gewaarborgd gedurende het onderzoek doordat de data anoniem is behandeld.

Methoden

Indeling condities experiment 1

Huurders die meerdere keren deelnamen aan het experiment konden slechts in één conditie ingedeeld worden. Dat houdt in dat wanneer huurders eenmaal waren toegewezen aan een conditie, zij gedurende de looptijd van het gehele experiment in dezelfde conditie ingedeeld bleven.

Bij 184 huurders bleek er iets mis te zijn gegaan. In alle gevallen ging het om huurders die in de maand januari voor het eerst een sms'je hadden ontvangen en later in de maanden maart en/of april in de controleconditie geplaatst waren. Deze 184 huurders zijn niet meegenomen in de analyses (en daarmee ook niet over gerapporteerd).

Indeling condities experiment 2

Net als bij Experiment 1, gold ook bij dit experiment dat wanneer huurders eenmaal waren toegewezen aan een conditie, zij gedurende de looptijd van het gehele experiment in dezelfde conditie ingedeeld bleven. Het aantal deelnemers per conditie nam in experiment 2 met elke nieuwe maand met 200 deelnemers toe. In de maand juli deden per conditie 200 huurders mee aan het experiment. In elke volgende maand kwamen hier 200 nieuwe huurders per conditie bovenop.

Analysemethoden

We hebben descriptieve analyses uitgevoerd om de huurders met één of meerdere achterstanden te beschrijven. Op deze manier is het mogelijk een beter beeld te krijgen van de doelgroep huurders met een betaalachterstand (bijvoorbeeld de oververtegenwoordiging van gebruik van acceptgiro's/handmatige betalings). Om het effect van de interventies te bepalen zijn er Chi-square analyses uitgevoerd voor vragen waarbij de twee variabelen die tegen elkaar worden afgezet allebei categorisch van aard zijn. Dit gaat over vragen die beantwoord kunnen worden met een beperkt aantal antwoord categorieën, bijvoorbeeld de vraag of iemand met verschillende betaalwijze (automatische incasso versus handmatig overboeken) vaker betaalt ('betaald' versus 'niet betaald'). Voor continue uitkomstmaten zoals de leeftijd zijn ANOVA's uitgevoerd. Om het percentage betalingen op de vijfde dag na het versturen van het sms'je te vergelijken met het percentage betalingen op de vijftiende dag na het versturen van het sms'je, is een zogenoemde verschilscore berekend. De verschilscore is berekend als het percentage huurders dat heeft betaald bij de tweede betaalcheck minus het percentage huurders dat heeft betaald bij de eerste betaalcheck. Alle analyses zijn uitgevoerd met IBM SPSS Statistics versie 22.

Bijlage 2: tabellen en statistische analyses

Experiment 1

Tabel B2.1. Overzicht percentage huurders dat heeft betaald na 5 en 15 dagen, opgesplitst naar conditie (n = 3168)

	Na 5 dagen		χ^2 (df)	Na 15 dagen		χ^2 (df)	Verschilscore		χ^2 (df)
	Controle	Sms		Controle	Sms		Controle	Sms	
	n (%)	n (%)		n (%)	n (%)		n (%)	n (%)	
Eerste sms (n = 3168)	453 (25,5%)	443 (31,8%)	14,8 (1)***	769 (43,4%)	744 (53,3%)	31,0 (1)***	317 (17,9%)	301 (21,5%)	6,3 (2)*
Tweede sms (n = 812)	75 (17,9%)	77 (19,5%)	0,3 (1)	155 (37,1%)	165 (41,9%)	2,0 (1)	80 (19,1%)	88 (22,3%)	2,6 (2)

Note: verschilscore = het aantal betalingen bij 15 dagen minus het aantal betalingen bij 5 dagen.

Totale steekproef is 3168 huurders. ***p< .001 **p< .01 *p< .05.

Tabel B2.2. Percentage huurders dat heeft betaald na 15 dagen, opgesplitst naar conditie en naar maand (n=3168)

Maand	Controle		Sms		χ^2 (df)
	n	(%)	n	(%)	
December (n = 200)	52	52,0%	54	54,0%	0,1(1)
Januari (n = 541)	48	18,0%	127	46,2%	48,9(1)***
Februari (n = 295)	65	44,8%	74	49,3%	0,6(1)
Maart (n = 1226)	251	43,0%	324	52,9%	11,7(1)***
April (n = 514)	353	52,1%	165	64,2%	11,1(1)***

Tabel B2.3. Overzicht percentage huurders dat heeft betaald na 15 dagen, opgesplitst naar conditie, betaalvorm, stadsdeel en leeftijdscategorie (n=3168)

		Controle		Sms		χ^2 (df)
		n	(%)	n	(%)	
Betaalvorm	Acceptgiro	611	46,9%	631	53,4%	10,3(1)***
	Automatische incasso	76	52,8%	73	56,6%	0,4(1)
	Directe overboeking	30	52,6%	23	50,0%	0,1(1)
	Andere betaalwijze	9	50,0%	8	36,4%	0,8(1)
	Onbekend	43	17,1%	9	56,3%	14,8(1)***
Stadsdeel	Amsterdam Zuidoost	227	43,4%	200	55,6%	12,6(1)***
	Amsterdam Nieuw-West	91	39,9%	119	58,0%	14,2(1)***
	Amsterdam West	69	41,3%	63	42,3%	0,0
	Amsterdam Noord	65	44,2%	85	55,6%	3,9(1)*
	Amsterdam Zuid	36	46,2%	38	60,3%	2,8(1)
	Amsterdam Oost	21	41,2%	31	66,0%	6,0(1)**
	Amsterdam Centrum	13	46,4%	6	54,5%	0,2(1)
	Buiten Amsterdam	172	45,9%	139	46,0%	0,0(1)
Leeftijd	Tot 30 jaar	53	44,2%	82	58,6%	5,4(1)*
	31-40 jaar	153	46,2%	199	55,3%	5,7(1)*
	41-50 jaar	165	42,7%	162	52,4%	6,5(1)*
	51-60	172	41,4%	144	52,0%	7,4(1)
	61-70 jaar	89	43,0%	51	45,5%	0,2(1)
	71 jaar en ouder	32	44,4%	24	47,1%	0,1(1)
	Onbekend	105	43,4%	82	56,2%	6,0(1)

Note: de gegevens voor Westpoort zijn weggelaten omdat het een te kleine groep huurders betreft (in totaal 3 huurders). *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

Experiment 2

Tabel B2.4. Overzicht van het aantal huurders dat heeft betaald na 5 en 15 dagen, opgesplitst naar conditie en per sms'je.

	Na 5 dagen				Na 15 dagen				Verschilscore			
	Controle	Sms	SMS + link	χ^2 (df)	Controle	Sms	SMS + link	χ^2 (df)	Controle	Sms	SMS+link	χ^2 (df)
	<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)		<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)		<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)	
Eerste sms (<i>n</i> = 1800)	141 (23,5%)	173 (28,8%)	201 (33,5%)	14,7 (2)***	177 (29,5%)	197 (32,8%)	229 (38,2%)	10,3 (2) **	36 (6,0%)	24 (4,0%)	28 (4,7%)	4,1 (4)
Tweede sms (<i>n</i> = 1200)	122 (30,5%)	129 (32,3%)	113 (28,3%)	1,5 (2)	157 (39,3%)	159 (39,8%)	155 (38,8%)	0,1 (2)	35 (8,8%)	30 (7,5%)	42 (10,5%)	2,2 (2)
Derde sms (<i>n</i> = 600)	65 (32,5%)	55 (27,5%)	61 (30,5%)	1,2 (2)	85 (42,5%)	82 (41,0%)	76 (38,0%)	0,9 (2)	20 (10,0%)	27 (13,5%)	15 (7,5%)	3,9 (2)

Note: verschilscore = het aantal betalingen bij 15 dagen minus het aantal betalingen bij 5 dagen. $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

Tabel B2.5. Percentage huurders dat heeft betaald na 15 dagen bij het eerste sms'je, opgesplitst naar conditie en naar maand (*n*=1800)

Maand	Controle		Sms		SMS+link		χ^2 (df)
	<i>n</i>	(%)	<i>n</i>	(%)	<i>n</i>	(%)	
Juli (<i>n</i> = 600)	58	(29,0)	55	(27,5)	60	(30,0)	0,3(2)
September (<i>n</i> = 600)	71	(35,5)	68	(34,0)	95	(47,5)	9,2(2)**
Oktober (<i>n</i> = 600)	48	(24,0)	74	(37,0)	74	(37,0)	10,2(2)**

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

Huurachterstanden voorkomen door sms'jes?

© Hogeschool van Amsterdam,
Oktober 2017

AMSTERDAMS KENNISCENTRUM VOOR MAATSCHAPPELIJKE INNOVATIE
Lectoraat Armoede Interventies
Wibautstraat 5a
Postbus 1025
1000 BA Amsterdam
hva.nl/armoede