



# Resilientes Verbraucherverhalten im Kontext der Verbraucherüberschuldung – Exploration, Operationalisierung und Ansätze zur Steigerung der Verbraucherresilienz in Überschuldungssituationen aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive [RESERVE]

## Abschlussbericht Langfassung

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit  
und Verbraucherschutz



Bundesanstalt für  
Landwirtschaft und Ernährung



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

## **Verbundpartner**

[Kordinator] Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Lehrstuhl für BWL, insb. Arbeit, Personal und Organisation | Univ.-Prof. Dr. Stefan Süß

Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing | Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning

Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf

## **Praxispartner**

Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband Landesverband Nordrhein-Westfalen e. V.

Loher Straße 7, 42283 Wuppertal

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf

## **Autor\*innen**

Katharina Apenbrink M. Sc., Tim Buchbauer M. Sc.

## **Wissenschaftliche Begleitung**

Univ.-Prof. Dr. Stefan Süß, Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning, Dr. Ingo Klingenberg

## **Herausgeber**

Institut für Verbraucherwissenschaften (IfV)

Geschäftsstelle

c/o Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf

[www.verbraucherwissenschaften.de](http://www.verbraucherwissenschaften.de)

**Zitierhinweis:** Apenbrink, Buchbauer, Kenning, Klingenberg & Süß (2024). RESERVE – Resilientes Verbraucherverhalten im Kontext der Verbraucherüberschuldung. Abschlussbericht – Langfassung. Düsseldorf 2024.

**ISBN:** 978-3-9825943-0-9

Der vorliegende Abschlussbericht stellt die Ergebnisse des durch das BMUV (ehem. BMJV) unter dem Förderkennzeichen 28V1501X21 geförderten Projekts „Resilientes Verbraucherverhalten im Kontext der Verbraucherüberschuldung – Exploration, Operationalisierung und Ansätze zur Steigerung der Verbraucherresilienz in Überschuldungssituationen aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive [RESERVE]“ dar.

Die Dokumentation eines ergänzenden Diskussionsforums, das am 19. Januar 2024 als Hybridveranstaltung an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf stattfand, findet sich unter der folgenden URL: <https://verbraucherwissenschaften.de/diskussionsforum-resilientes-verbraucherverhalten-im-kontext-der-verbaucherueberschuldung/>

# Inhaltsverzeichnis

Thematischer Hintergrund und Zielsetzung .....	1
AP 1   Exploration (qualitative Analyse) .....	3
AP 1.1   Bestandsaufnahme .....	3
AP 1.2   Resilienz (Dimensionen, Einflussfaktoren, Wirkungen).....	5
AP 1.3   Verbrauchertypologie .....	5
AP 2   Skalenentwicklung .....	7
AP 2.1   Item-Generierung .....	7
AP 2.2   Skalvalidierung .....	8
AP 3   Konfirmation (quantitative Analyse).....	10
AP 3.1   Resilienz (Dimensionen, Einflussfaktoren, Wirkungen).....	10
AP 3.2   Verbrauchertypologie .....	11
AP 4   Reflektion & Praxistransfer .....	13
AP 4.1   Reflektion mit Wissenschaft & Praxis .....	13
AP 4.2   Web-Tool-Prototyp .....	14
AP 5   Bericht .....	15
Literaturverzeichnis .....	16
Anhang 1: Interviewleitfaden für betroffene Verbraucher*innen (AP 1.1) .....	18
Anhang 2: Gesprächsleitfaden für die Expert*innen-Fokusgruppe (AP 1.1).....	23
Anhang 3: Code- bzw. Kategoriensystem zur Verbraucherresilienz (AP 1.2) .....	26
Anhang 4: Items für die Verbraucherresilienz-Skala (erster Entwurf aus AP 2.1) .....	27
Anhang 5: Skala zur Verbraucherresilienz (Zwischenstand aus AP 3.1).....	30
Anhang 6: Bevölkerungsrepräsentative Verbrauchertypologie (AP 3.2).....	34
Anhang 7: Skala zur Verbraucherresilienz (Stand: Januar 2024).....	35

Hinweis: Zur besseren Lesbarkeit wird im vorliegenden Bericht bei zusammengesetzten Ausdrücken wie „Verbraucherresilienz“ oder „Verbraucherüberschuldung“ das generische Maskulinum verwendet. Selbstverständlich bezieht sich diese Nennung – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter bzw. jegliche Personen.

## Thematischer Hintergrund und Zielsetzung

Die Überschuldung von Verbraucher\*innen ist seit einigen Jahren kein Randphänomen mehr, sondern zeigt sich inmitten der Gesellschaft. Darauf weisen unter anderem Schätzungen der Friedrich-Ebert-Stiftung hin, denen zufolge im Jahr 2019 in Deutschland zwischen 5,36 und 7,01 Millionen Menschen als überschuldet galten und ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen konnten (Korczak et al. 2021). Neben unbeeinflussbaren Gründen für eine Überschuldung (wie beispielsweise Arbeitslosigkeit, Krankheiten und Todesfälle von Angehörigen), kann auch das eigene Konsumverhalten den Eintritt in eine Überschuldungssituation begünstigen (Creditreform Wirtschaftsforschung 2020; Institut für Finanzdienstleistungen e. V. 2020; Statistisches Bundesamt 2020).

Der Eintritt sowie die Wahrnehmung einer Überschuldungssituation stellt für Individuen regelmäßig eine existenzielle Krise dar. Wie ein Individuum eine Krise übersteht, ist dabei maßgeblich von der (psychologischen) Resilienz abhängig. Darunter wird die Eigenschaft von Individuen verstanden, Belastungen (z. B. Stress) an sich abprallen zu lassen oder sich nach Stresseinwirkungen schnell zu erholen (Henninger 2016). Resilienz wird zum einen durch (teilweise erlernbare, teilweise genetische oder frühkindlich geprägte) Schutzfaktoren wie Achtsamkeit oder Optimismus gefördert, zum anderen trägt die erfolgreiche Bewältigung von Krisen zur Entwicklung von Resilienz bei (Gunkel et al. 2014; Masten 2001).

Da Resilienz insbesondere die Interaktion von Individuen mit ihrer Umwelt prägt, ist sie unter anderem von verhaltenswissenschaftlicher Relevanz. Sie besteht allerdings nicht universell für jeden Stressor, sondern vielmehr verfügt ein Individuum über verschiedene Resilienzen, die in einigen Kontexten stärker und in anderen Kontexten schwächer ausgeprägt sein können (Rutter 1999; Ungar 2004). Analog lässt sich für das Konsumentenverhalten annehmen, dass es Verbraucher\*innen gibt, die ihr Verhalten in finanziellen Krisen funktional anpassen und somit resilientes Verhalten entwickeln können. Der Begriff der Verbraucherresilienz beschreibt dabei die „Fähigkeit von Verbraucher\*innen, nicht nur mit diesen Herausforderungen umzugehen, sondern die Veränderungsprozesse in nachhaltiger und bedürfnisgerechter Weise anzunehmen und Alltagspraktiken und Routinen immer wieder neu zu justieren. Diese Fähigkeit ist gleichsam Voraussetzung für angemessene Teilhabe am wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Leben“ (BMJV 2021, S. 1).

Während erste Forschung zur Verbraucherresilienz bereits erfolgt ist (z. B. Bermes 2021), ist bisher weitestgehend unerforscht, wie sich resilientes Verhalten in Form von funktionaler Anpassung in Überschuldungssituationen, die Situationen besonderer Verletzlichkeit darstellen, gestaltet und auswirkt. Analog zur psychologischen Resilienz (Folkman & Moskowitz 2004; Folkman 2010; Lazarus 2012; Soucek et al. 2015) lässt sich für die Verbraucherresilienz im

Kontext der Verbraucherüberschuldung annehmen, dass funktionale problemorientierte (z. B. in Form von Einkommenssteigerung durch Mehrarbeit), emotionsorientierte (z. B. positive Neubewertung der Situation) oder sinnorientierte Copingstrategien (z. B. Änderung von materiellen Bedürfnissen) resilientes Verhalten begünstigen. Ob diese Annahmen zutreffend sind, ist wissenschaftlich unklar, da es zum einen an Wissen über die Dimensionalität, Entstehung und Wirkung von Verbraucherresilienz in Überschuldungssituationen fehlt und zum anderen bisher keine dafür notwendige Möglichkeit der Messung existiert.

Ein erweitertes Wissen über die Resilienz von Verbraucher\*innen in Überschuldungssituationen ist aus mehreren Gründen von besonderem gesellschaftlichem und wirtschaftlichem Interesse. Erstens geraten Individuen, die nicht in der Lage sind, ihr Verhalten im Überschuldungsprozess anzupassen, langfristig in die Insolvenz mit allen damit verbundenen ökonomischen, psychologischen und sozialen Folgen. Zweitens nimmt unwirtschaftliches Haushalten als eine Ursache von Überschuldungssituationen zu (Statistisches Bundesamt 2020), was die empirische Relevanz des Themas untermauert. Drittens gehen hohe Insolvenzraten sowohl mit privat- als auch volkswirtschaftlichen Schäden einher.

Bisher liefert die Forschung allerdings kaum Erkenntnisse darüber, wie sich resilientes Verbraucherverhalten in Überschuldungssituationen gestaltet, wie es entsteht und wie es sich auswirkt. Vor diesem Hintergrund bestand das übergeordnete Ziel des Forschungsvorhabens darin, das Phänomen der Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext zu analysieren, um aufbauend auf dieser Analyse (ggf. differenzierte) Gestaltungsempfehlungen zur Stärkung der Verbraucherresilienz und ggf. auch zur Vorbeugung von Überschuldungssituationen entwickeln zu können. Damit liefert das Projektvorhaben ein Verständnis darüber, welche Verhaltensweisen dazu beitragen, dass sich Verbraucher\*innen eigenständig aus einer Überschuldungssituation befreien können oder zukünftig nicht erneut in eine Überschuldungssituation geraten.

Zu diesem Zweck galt es im Rahmen von fünf Arbeitspaketen folgende Projektziele zu erreichen:

- (1) die Durchdringung der Verbraucherresilienz in Überschuldungssituationen mit Fokus auf Dimensionalität, Entstehung und Wirkung,
- (2) die Messbarmachung (Operationalisierung) von Verbraucherresilienz in Überschuldungssituationen,
- (3) die Überprüfung und etwaige Weiterentwicklung einer Verbrauchertypologie,
- (4) die Ableitung zielgruppenspezifischer Gestaltungsempfehlungen zur Stärkung von Verbraucherresilienz in Überschuldungssituationen und
- (5) den Transfer der Projekterkenntnisse in Gesellschaft und Politik.

## **AP 1 | Exploration (qualitative Analyse)**

Ziel des ersten Arbeitspaketes war es, den Forschungsgegenstand aus verschiedenen Perspektiven zu erfassen und zu schärfen. Demnach wurde als erstes Teilziel ein besseres Verständnis kontextspezifischer Verbraucherresilienz aufgebaut. Zu diesem Zweck fanden zunächst empirisch-qualitative Methoden Anwendung, um sich dem Phänomen der Verbraucherresilienz in Überschuldungskontexten explorativ zu nähern und sich einen Eindruck hinsichtlich Dimensionalität, Entstehung und Wirkung der Verbraucherresilienz in Überschuldungssituationen zu verschaffen. Das Arbeitspaket 1 gliederte sich in drei aufeinanderfolgende Teil-Arbeitspakete: AP 1.1 „Bestandsaufnahme“, AP 1.2 „Resilienz (Dimensionen, Einflussfaktoren, Wirkungen)“ und AP 1.3 „Verbrauchertypologie“.

### **AP 1.1 | Bestandsaufnahme**

Im Zuge des Arbeitspaketes 1.1 stand auf wissenschaftlicher Seite, das heißt am Lehrstuhl für BWL, insbesondere Arbeit, Personal und Organisation sowie am Lehrstuhl für BWL, insbesondere Marketing der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, zunächst die Bestandsaufnahme des Phänomens der Verbraucherresilienz im Fokus. Mittels empirisch-qualitativer Methoden, wie der Durchführung von Einzelinterviews mit vulnerablen Verbrauchergruppen in Kombination mit einer Expert\*innen-Fokusgruppe, wurde sich dem Konstrukt der Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext explorativ genähert. Da es sich bei Überschuldung um ein kritisches und sensibles, höchstwahrscheinlich mit Schuld und Scham behaftetes Thema handelt, sollten vor allem akut (und ggf. ehemals) betroffene Verbraucher\*innen durch einen besonders sorgsamem Umgang erreicht werden.

Im Rahmen des Kick-Off-Gesprächs mit den Praxispartnern (Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband Landesverband NRW und Verbraucherzentrale NRW) im März 2022 wurde zunächst das Vorgehen in AP 1.1 diskutiert. Die Expert\*innen aus der Schuldnerberatung konnten ihre Erfahrungen aus der praktischen Arbeit mit Überschuldeten konstruktiv in die Diskussion einbringen. Gemeinsam wurde die Entscheidung getroffen, dass unter Berücksichtigung der Anonymität der Interviewteilnehmer\*innen sowie der andauernden Covid-19-Pandemie telefonische Einzelinterviews das geeignete Format wären, um in einem als stärker geschützt empfundenen Raum einen angemessenen Zugang zu Betroffenen zu finden. Das ursprüngliche Vorhaben, ergänzende Gruppeninterviews mit Betroffenen durchzuführen, wurde im gemeinsamen Austausch mit den Expert\*innen aus der Schuldnerberatung verworfen. Ausschlaggebende Gründe hierfür waren vor allem die in Gruppenformaten nicht gewährleistete Anonymität und das Risiko, dass sich die Teilnehmenden wegen zu großen Schamgefühls in ihrer Meinungspreisgabe gehemmt fühlen könnten.

Basierend auf den Diskussionsergebnissen des Kick-Off-Gesprächs mit den Praxispartnern stand anschließend die Probandenakquise für die Durchführung von Telefoninterviews mit bis zu zehn (nicht) von Überschuldung betroffenen Verbraucher\*innen im Vordergrund. Die Dauer der Einzelinterviews wurde konsensual auf 30 bis 45 Minuten festgelegt. Im Vorhinein wurden halbstrukturierte Gesprächsleitfäden und weitere Unterlagen (z. B. Informationsflyer) sowie ein Screening-Fragebogen mit Ausschlusskriterien inklusive einer Auswertungsanleitung entwickelt. Alle erforderlichen Erhebungsunterlagen für die Interviewstudie wurden in Gesprächen mit den Praxispartnern finalisiert. Auch organisatorische Rahmenbedingungen, wie beispielsweise das Vorgehen in Bezug auf den Auswertungsprozess des Screening-Fragebogens sowie die Einhaltung der EU-DSGVO bei der Erhebung und Auswertung qualitativer Interviewdaten, wurden mit den Praxispartnern abgestimmt.

In der Zeit zwischen September 2022 und Januar 2023 wurden dann acht telefonische Einzelinterviews mit einer Dauer von ca. 30 bis 45 Minuten durchgeführt. Der halbstrukturierte Interviewleitfaden für die Gespräche mit von Überschuldung betroffenen Verbraucher\*innen findet sich in Anhang 1. Es nahmen betroffene Verbraucher\*innen und fünf Studierende, die sich in einer akuten finanziellen Krise befanden, an der Interviewstudie teil. Der Zugang zu den Interviewteilnehmer\*innen erfolgte zu Teilen durch die Praxispartner des Projekts (Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. und Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband Landesverband Nordrhein-Westfalen e. V.). Um weitere Teilnehmer\*innen für die Interviewstudie zu gewinnen, wurden von den beteiligten Lehrstühlen der HHU ebenfalls Schritte zur Probandenakquise eingeleitet, wie z. B. die persönliche Vorstellung des Projekts und der Interviewstudie in Vorlesungen sowie die Verteilung von Informationsflyern an Studierende.

In Ergänzung zu den acht Telefoninterviews fand am 7. März 2023 eine Fokusgruppe (Dauer: 90 Minuten; Format: digital via Webex) mit insgesamt sechs Expert\*innen aus der Beratungspraxis statt. Daran teilgenommen haben zwei Schuldnerberater von der Verbraucherzentrale NRW und vier Schuldnerberater\*innen vom Deutschen Paritätischen Wohlfahrtsverband Landesverband NRW sowie zwei wissenschaftliche Mitarbeiter\*innen der HHU. Im Rahmen der Fokusgruppe wurden den Expert\*innen verschiedene Fragen zu ihren Erfahrungen aus der Beratungspraxis gestellt. Dabei wurde auch die Haushaltsperspektive mit in den Blick genommen. Der halbstrukturierte Gesprächsleitfaden für die Expert\*innen-Fokusgruppensitzung ist in Anhang 2 dargestellt.

Insgesamt war der Erfahrungsaustausch zwischen den Schuldnerberater\*innen sehr erkenntnisreich. In Kombination mit den acht zuvor geführten Einzelinterviews mit von Überschuldung betroffenen Verbraucher\*innen konnte somit eine theoretische Sättigung erreicht werden. Um das qualitative Datenmaterial im weiteren Projektverlauf auswerten zu können,

wurden sowohl die Telefoninterviews als auch die digitale Fokusgruppensitzung mittels Aufnahmegerät bzw. über Webex aufgezeichnet.

Am 13. Januar 2023 hat außerdem ein digitales Projekttreffen mit den Praxispartnern (Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband Landesverband NRW und Verbraucherzentrale NRW) stattgefunden. Im Rahmen dessen wurden der Projektzwischenstand evaluiert, projektrelevante Entwicklungen in der Praxis besprochen sowie das weitere Vorgehen mit Blick auf die Arbeitspakete 2 und 3 diskutiert.

## **AP 1.2 | Resilienz (Dimensionen, Einflussfaktoren, Wirkungen)**

Basierend auf dem in AP 1.1 generierten explorativen Datenmaterial wurden in AP 1.2 die Gesprächsinhalte der acht Telefoninterviews durch den externen Dienstleister „Transkripto“ transkribiert und anschließend durch die wissenschaftlichen Mitarbeiter\*innen der HHU unter Anwendung der sogenannten Gioia-Methodik (Gioia et al. 2013) ausgewertet. Der Fokus lag dabei auf den Aspekten Dimensionalität, Einflussfaktoren und Wirkungen der Resilienz im Überschuldungskontext. Um die Nachvollziehbarkeit für und die Überprüfbarkeit durch Dritte sicherstellen zu können, wurde ein exaktes Code- bzw. Kategoriensystem erstellt, anhand dessen die Inhalte in der Software „MaxQDA“ kodiert wurden. Die Dokumentation des Code- bzw. Kategoriensystems – strukturiert entlang der Schwerpunkte Dimensionen, Einflussfaktoren und Wirkungen der Resilienz im Überschuldungskontext – findet sich in Anhang 3. Die Generierung, Transkription und Auswertung des explorativen, qualitativen Datenmaterials galt damit im März 2023 als abgeschlossen.

Die Ergebnisse der qualitativen Datenanalyse aus AP 1.2 dienen im weiteren Projektverlauf der Generierung von Items für die Messbarmachung der Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext (AP 2) sowie der Konkretisierung der quantitativ zu überprüfenden Einflussfaktoren und Auswirkungen der Resilienz im Überschuldungskontext (AP 3).

## **AP 1.3 | Verbrauchertypologie**

Die Arbeitsschritte in den Arbeitspaketen 1.1 und 1.2 dienen gleichzeitig der Vorbereitung von AP 1.3, in welchem auf Basis der qualitativen Interviewdaten eine erste Verbrauchertypologie erarbeitet wurde. Da zu erwarten war, dass sich das Konstrukt der Verbraucherresilienz in seiner Komplexität nur bedingt abbilden lässt, bot sich die Bildung von Verbrauchertypen im Projektkontext bereits zu Beginn an.

Ausgehend von der Annahme, dass das Konstrukt der Verbraucherresilienz im Kontext von Überschuldung aus **drei Dimensionen** besteht, konkret aus (1) verbraucherresilienten **Schutzfaktoren** (z. B. finanzielle Resilienz, Optimismus, Selbstwirksamkeitserwartung), (2)

verbraucherresilientem **Verhalten** (z. B. Sparbemühungen, Konsumreduktion) und (3) Verbraucherresilienz als **Anpassungsprozess** (sog. „Bounce-back“-Komponenten mit vollständiger, unvollständiger und überschießender Anpassungsleistung), wurden entlang dieser drei Verbraucherresilienz-Dimensionen zunächst vier Verbrauchertypen („resilient“, „potenziell resilient“, „potenziell resilient (protektiv)“ und „vulnerabel“) identifiziert:

Verbraucher- typen / Dimensionen	„Resilient“	„Potenziell resilient“	„Potenziell resilient (protektiv)“	„Vulnerabel“
(Verbraucher-) resiliente Schutzfaktoren	+	+	+	-
(Verbraucher-) resilientes Verhalten	+	+	-	-
Anpassungs- leistung („Bounce-back“- Komponente)	+	-	-	-

Im weiteren Projektverlauf galt es, diese erste, qualitativ informierte Verbrauchertypologie anhand einer großzählig angelegten, quantitativen Erhebung (AP 3) zu überprüfen und weiter auszudifferenzieren (siehe Ausführungen zu AP 3.2).

## **AP 2 | Skalenentwicklung**

Nach der Auswertung der in AP 1.1 generierten qualitativen Interviewdaten wurde im April 2023 die Arbeit im zweiten Arbeitspaket aufgenommen. Ziel des zweiten Arbeitspaketes war es, eine Skala zur Messung der Verbraucherresilienz in Überschuldungssituationen zu entwickeln und zu validieren. Da die derzeitige Forschung bislang keine Skalen zur Messung von Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext anbietet, galt die Entwicklung eines entsprechenden Instruments als eines der Ziele von AP 2. Organisatorisch gliederte sich das Arbeitspaket 2 in zwei aufeinanderfolgende Sub-Arbeitspakete: AP 2.1 „Item-Generierung“ und AP 2.2 „Skalvalidierung“.

### **AP 2.1 | Item-Generierung**

Zur Messung latenter, das heißt nicht direkt messbarer Eigenschaften, bedarf es an Items, die (Teil-)Ausprägungen dieser Eigenschaften widerspiegeln. Um die genannte Skala zur Verbraucherresilienz im Kontext von Überschuldung zu entwickeln, wurden in AP 2.1 aus den Aussagen der explorativen Studien (AP 1) erste konkrete Items abgeleitet, die resilientes Verhalten bzw. funktionale Anpassung in einer Überschuldungssituation repräsentieren. Zur Anschlussfähigkeit an die aktuelle Forschung wurden die erstellten Items vor dem Hintergrund der bestehenden (psychologischen und ökonomischen) Literatur reflektiert. Der Fokus lag dabei besonders auf der Recherche zu Skalen aus dem Marketing- bzw. Schuldnerbereich sowie aus der psychologischen Resilienzforschung.

Der erste Entwurf der Skala zur Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext ist in Anhang 4 dargestellt. Darin repräsentierten – basierend auf den Erkenntnissen aus der Interviewstudie in AP 1 – insgesamt 54 Items auf 12 Unterskalen bzw. Resilienzfaktoren (Optimismus, positives Umdenken, Selbstwirksamkeitserwartung, Mehrarbeitsbereitschaft, Sparbemühungen/Konsumreduktion/Budgetplanung, emotionale Unterstützung, finanzielle Unterstützung, Inanspruchnahme professioneller Hilfe, Selbstbeschuldigung, Verdrängung/Vermeidung, Verleugnung, Alkohol/Drogen) die Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext. Im Abgleich mit der Literatur und im weiteren Projektverlauf wurde dieser erste Skalenentwurf stetig weiterentwickelt.

Im Mai 2023 wurden die entwickelten Items in fünf qualitativen Pretests (Format: Einzelinterviews via Webex) mit den Expert\*innen des Paritätischen Wohlfahrtsverbands NRW und der Verbraucherzentrale NRW sowie dem Verbraucherbeirat unter anderem auf inhaltliche Verständlichkeit geprüft. Daraufhin wurden die Skala bzw. die einzelnen Items insbesondere sprachlich einfacher und alltagsnäher gestaltet.

Nach der Durchführung und Auswertung der qualitativen Pretests wurde im Juni 2023 über die Online-Plattform „SoSci Survey“ und mit Unterstützung durch die Praxispartner ein erster quantitativer Pretest mit ca. 20 Verbraucher\*innen gestartet. Darauf aufbauend wurden erste Prüfgrößen der Güte der Messung (unter anderem Cronbach's Alpha, Item-Skala-Korrelationen, Faktorladungen) berechnet. Basierend auf den Ergebnissen dieses ersten quantitativen Pretests wurden einzelne Items umformuliert oder gestrichen. Außerdem wurde der Faktor „Soziale Unterstützung“ in die zwei getrennten Faktoren „Soziale *emotionale* Unterstützung und „Soziale *instrumentelle* Unterstützung“ differenziert. Des Weiteren wurden die negativ gepolten Items des Faktors „Optimismus“ genutzt, um den Faktor „Pessimismus“ zusätzlich separat abzubilden.

Demnach bestand die Skala nach der Überarbeitung aus insgesamt 14 Faktoren, die anschließend in einem zweiten quantitativen Pretest überprüft wurden. Um innerhalb kurzer Zeit eine Stichprobe von ca. 40 Verbraucher\*innen zu generieren, wurde für die Durchführung des zweiten quantitativen Pretests die Crowdsourcing-Plattform „Clickworker“ in Anspruch genommen. Nach Abschluss der Datenerhebung wurden erneut Prüfgrößen der Güte der Messung berechnet und die Skala wurde zur Vorbereitung auf die nachfolgende Erhebung zur Skalvalidierung (AP 2.2) nochmals leicht modifiziert: Items mit zu geringer Faktorladung oder inhaltlicher Abweichung zu den restlichen Items der jeweiligen Faktoren wurden entfernt. Items, die eine vergleichsweise geringe Faktorladung aufwiesen, wurden zwar vereinzelt kritisch gesehen, für die Skalvalidierung jedoch zunächst weiter berücksichtigt.

## **AP 2.2 | Skalvalidierung**

Zur weiteren Reliabilitätsprüfung und Validierung der Skala zur Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext wurden in AP 2.2 die überarbeiteten Items in einer Befragung bei einer größeren Stichprobe mit ca. 300 Teilnehmer\*innen angewendet. Die Stichprobe musste für die Skalvalidierung nicht bevölkerungsrepräsentativ sein, sollte jedoch vor dem Hintergrund der in AP 1.3 identifizierten Verbrauchertypen eine hinreichende Varianz in den typenbeschreibenden Merkmalen aufweisen. Mit Unterstützung des externen Marktforschungsdienstleisters „Bilendi & respondi“ wurden deshalb vulnerable Verbrauchergruppen sowie bereits überschuldete Verbraucher\*innen der Befragung zugeführt. Die Umfrage zur Skalvalidierung wurde Ende Juni 2023 abgeschlossen.

Daraufhin wurden die Daten der nicht bevölkerungsrepräsentativen Erhebung analysiert und die Skala zur Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext wurde erneut überarbeitet. Um die nomologische Validität der Skala zu überprüfen, wurden unter anderem Korrelationen zu sogenannten Validierungsstatistiken berechnet, das heißt zu Skalen, die theoretisch positive (z. B. psychologische Resilienz) oder negative (z. B. Überschuldungsneigung) Zusammenhänge

aufzeigen sollten. Die Ergebnisse zeigten, dass die insgesamt 14 Resilienzfaktoren der Skala zur Verbraucherresilienz teilweise in erwarteter Richtung mit den in der Befragung erhobenen Validierungsstatistiken „Psychologische Resilienz“ (CD-RISC 10), „Allgemeine Lebenszufriedenheit“, „Finanzielle Ängstlichkeit“, „Finanzielle Selbsteinschätzung“, „Finanzielles Wohlbefinden“ und „Verschuldungsneigung“ korrelierten. Beispielsweise zeigten die Berechnungen einen positiven Zusammenhang zwischen den Faktoren der sozialen (emotionalen und instrumentellen) Unterstützung und der Selbstwirksamkeitserwartung mit unter anderem der psychologischen Resilienz (CD-RISC 10), der allgemeinen Lebenszufriedenheit sowie dem finanziellen Wohlbefinden. Hingegen zeigte beispielsweise der Faktor zur Konsumreduktion überraschenderweise keine positiven Zusammenhänge mit einem Großteil der Validierungsstatistiken. Dies könnte daran liegen, dass die Bereitschaft zur Konsumreduktion zwar eine individuelle Coping-Strategie darstellt, welche im Sinne der „Goodness-of-Fit“-Hypothese (Lazarus & Folkman 1984) jedoch nicht zwangsläufig resilient ist. Die Durchführung von Faktoranalysen zeigte darüber hinaus weiterhin eine Faktorstruktur bestehend aus 14 Faktoren an. Auf Basis dieser Ergebnisse wurde die Skala wiederholt angepasst und für die Konfirmation in AP 3.1 vorbereitet.

Die Skala zur Verbraucherresilienz, welche für die anschließende Konfirmationsstudie in AP 3.1 genutzt wurde, ist in Anhang 5 dargestellt. Sie bestand aus **14 Resilienzfaktoren**, welche die **drei angenommenen Verbraucherresilienz-Dimensionen** im Überschuldungskontext anhand von 50 Items repräsentierten:

### **1. (Verbraucher-)resiliente Schutzfaktoren**

- finanzielle Resilienz, Optimismus, Pessimismus, Selbstwirksamkeitserwartung, emotionale soziale Unterstützung, instrumentelle soziale Unterstützung, professionelle Hilfe

### **2. (Verbraucher-)resilientes Verhalten**

- Sparbemühungen/Konsumreduktion, Mehrarbeitsbereitschaft, Vermeidung, Selbstbeschuldigung

### **3. Verbraucherresilienz als Anpassungsprozess (sog. „Bounce-back“-Komponenten)**

- „vollständige“ Anpassungsleistung
- „unvollständige“ Anpassungsleistung
- „überschießende“ Anpassungsleistung

## **AP 3 | Konfirmation (quantitative Analyse)**

Ziel des dritten Arbeitspaketes war es, die explorativen Erkenntnisse aus den vorangegangenen Arbeitspaketen zu überprüfen und weiterzuentwickeln. Das Arbeitspaket 3 gliederte sich in zwei Sub-Arbeitspakete: AP 3.1 „Resilienz (Dimensionen, Einflussfaktoren, Wirkungen)“ und AP 3.2 „Verbrauchertypologie“.

### **AP 3.1 | Resilienz (Dimensionen, Einflussfaktoren, Wirkungen)**

In AP 3.1 wurde die in AP 2 entwickelte Skala für weitere wissenschaftliche Fragestellungen herangezogen und die in AP 1 explorierten Dimensionen bzw. Einflussfaktoren auf die Entstehung (z. B. demografische Merkmale) und die Wirkungen (z. B. psychologisches Wohlbefinden) der Verbraucherresilienz wurden mittels einer großzahlig angelegten Studie überprüft.

Für die Studie war eine repräsentative Bevölkerungsumfrage vorgesehen, um unter anderem die Anteile der verschiedenen Verbrauchertypen und die durchschnittliche Ausprägung der Resilienz(-dimensionen) in der Gesamtbevölkerung und in Subgruppen identifizieren zu können. Zu Beginn des Projektes wurde erwartet, dass bestimmte interessierende Verbrauchertypen in der Gesamtbevölkerung zu so kleinen Anteilen vertreten sind, dass die Schätzung bei einem proportionalen Sampling und einer bezahlbaren Stichprobengröße für diese Gruppen zu ungenau wäre. Daher wurde vor dem Start in AP 3.1 von einer disproportionalen Stichprobenziehung ausgegangen, die für die Analyse entsprechend mit einem Gewichtungsfaktor korrigiert werden sollte. Allerdings zeigte sich mit Aufnahme der Arbeit in AP 3.1, dass ein disproportionaler Sampling nicht notwendig ist: Obwohl anzunehmen ist, dass Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen (HHNE) von unter 1.000 € in den vulnerablen Verbrauchertypen stärker vertreten sind, ist in der Bevölkerung mit einem Anteil dieser Personen von ca. 6 % zu rechnen, welcher in einer Stichprobengröße von ca. 3.000 (netto) Personen eine genaue Analyse ermöglicht.

Die entsprechenden Aufwände im Hinblick auf die repräsentative Stichprobenplanung und -ziehung wurden in der ursprünglichen Kalkulation der Konfirmationserhebung berücksichtigt, sodass im Juli 2023 eine Online-Befragung beim externen Marktforschungsdienstleister „Bilendi & respondi“ in Auftrag gegeben wurde. Beauftragt wurde die Rekrutierung einer Stichprobe von 3.000 (netto), die hinsichtlich der Merkmale Geschlecht (männlich/weiblich), Alter (16 bis 74 Jahre), Bundesland, Bildung (nach ISCED: niedrig/mittel/hoch) und monatliches HHNE (< 1.000 €; 1.000 bis 2.000 €; 2.000 bis 3.000 €; 3.000 bis 4.000 €; 4.000 bis 5.000 € und > 5.000 €) bevölkerungsrepräsentativ ist, wobei die Merkmale Alter und Geschlecht kreuzquotiert wurden.

Im Oktober 2023 konnte die Datenerhebung der Konfirmationsstudie abgeschlossen und mit der finalen Datenauswertung begonnen werden. Die Stichprobe bestand zunächst aus 3.300 Teilnehmer\*innen. Nach einer Datenbereinigung hinsichtlich der Kriterien Bearbeitungszeit (< 50 % der Median-Bearbeitungszeit) und Straightlining (identifiziert via intra-individueller Antwortvariabilität) bestand die finale Stichprobe aus 3.009 Personen, davon 48,35 % Frauen und 51,65 % Männer im Alter zwischen 16 und 74 Jahren. Zur endgültigen Erreichung der gewünschten bevölkerungsrepräsentativen Verteilung über alle Merkmale wurde die Stichprobe im letzten Schritt mit Anpassungsgewichten an die Randverteilungen der demographischen Variablen angepasst.

### **AP 3.2 | Verbrauchertypologie**

In AP 3.2 wurde die in AP 1.3 qualitativ erarbeitete Verbrauchertypologie überprüft, um auf dieser Basis (auch im Hinblick auf den zu erstellenden Web-Tool-Prototyp; siehe AP 4.2) eine quantitativ fundierte Identifikation von resilienten und vulnerablen Gruppen vornehmen zu können. Entsprechend wurden die finalen Daten der bevölkerungsrepräsentativen Befragung in AP 3.1 mithilfe der latenten Profilanalyse ausgewertet. Die latente Profilanalyse beschreibt ein personenzentriertes Verfahren und zielt darauf ab, natürliche Gruppen bzw. Subpopulationen zu identifizieren, die eine ähnliche Struktur von ausgewählten Merkmalen aufweisen. Diese sollten in sich homogen, jedoch anderen Gruppen gegenüber heterogen sein.

Zu diesem Zweck wurden die finalen Daten mittels „Mplus“, einer syntaxbasierten Statistiksoftware, ausgewertet. Zum Umgang mit fehlenden Werten wurde im Rahmen der latenten Profilanalyse zunächst die sogenannte „Full-Information-Maximum-Likelihood (FIML)-Methode“ angewendet. Die FIML-Methode zählt zu den gängigsten Verfahren zur Schätzung von Parametern einer Grundgesamtheit auf Basis einer Stichprobe. Ihr Grundgedanke ist, den Wert eines Parameters so zu bestimmen, dass das Auftreten der konkreten Beobachtungen in der Stichprobe am wahrscheinlichsten ist, wobei alle verfügbaren Daten in die Analyse einbezogen werden (auch solche mit zufallsbedingt punktuell fehlenden Werten). Um anschließend das Modell zu bestimmen, das die latenten Strukturen der Daten am besten abbildet und damit einhergehend die Anzahl der Profile zu bestimmen, wurden die Modellfit-Indizes der einzelnen Modelle betrachtet und miteinander verglichen. Es wurden so lange Modelle mit einer unterschiedlichen Anzahl an Profilen bzw. Typen gerechnet, bis die entsprechenden deskriptiven Fit-Werte (insb. AIC, BIC) sowie die Entropie als Gütemaß der Klassifikation indizierten, dass keine bessere Profillösung erreicht werden konnte.

Die Ergebnisse der Profilanalyse deuten auf eine Verbrauchertypologie bestehend aus drei Profilen bzw. Verbrauchertypen hin: Die Fit-Indizes zeigen an, dass das Modell mit vier Profilen

die latenten Strukturen der Daten nicht signifikant besser abbildet als das Modell mit drei Profilen ( $p$ -Wert = .418). Demnach ist **Verbrauchertyp 1** („vulnerabel“) in der Bevölkerung mit 17,4 % vertreten, **Verbrauchertyp 2** („durchschnittlich“) ist mit 53,4 % vertreten und **Verbrauchertyp 3** („resilient“) ist mit 29,1 % vertreten. Hierbei fällt auf, dass sich der „vulnerable“ Typ 1 im Gegensatz zum „resilienten“ Typ 3 durch unterdurchschnittliche verbraucherresiliente Schutzfaktoren (z. B. hoher Pessimismus, geringe Selbstwirksamkeitserwartung), unterdurchschnittliches verbraucherresilientes Verhalten (z. B. hohes Vermeidungsverhalten, wenig soziale Unterstützung) sowie eine unterdurchschnittliche Anpassungsleistung (sog. „Bounce-back“-Komponenten) auszeichnet. Eine Übersicht der in AP 3.2 identifizierten bevölkerungsrepräsentativen Verbrauchertypologie ist in Anhang 6 veranschaulicht.

Um darüber hinaus Zusammenhänge zwischen den drei Verbrauchertypen und anderen Variablen zu testen und zu überprüfen, ob die Profiltugehörigkeit z. B. durch das Geschlecht beeinflusst wird, wurde das in Mplus implementierte, dreistufige „R3STEP“-Verfahren angewendet (entspricht einer multinomialen logistischen Regression). Die Ergebnisse zeigen, dass das Geschlecht keine eindeutigen Auswirkungen auf die Profiltugehörigkeit hat. Weitere Berechnungen deuten allerdings darauf hin, dass Frauen mit einer höheren Wahrscheinlichkeit den vulnerablen Typen zugehörig sind als Männer. Des Weiteren wird deutlich, dass mit steigendem Alter auch die Wahrscheinlichkeit steigt, entweder „resilient“ oder „vulnerabel“, aber nicht „durchschnittlich“ zu sein und, dass Bildung und HHNE in einem positiven Zusammenhang mit der Zugehörigkeit zu resilienteren Typen stehen.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse nur minimale Unterschiede der drei Profile in den verbraucherresilienten Verhaltensfaktoren, weshalb eine genauere Betrachtung dieser zwar spannend, jedoch nicht unbedingt mit der Resilienz verknüpft, sondern nur variabel effektiv ist – im Vergleich dazu wurde in der ersten, qualitativ informierten Verbrauchertypologie ein stufenweiser Aufbau des verbraucherresilienten Verhaltens entlang der einzelnen Verbrauchertypen angenommen.

Auf Basis der Ergebnisse der Konfirmationsstudie in AP 3 wurde auch die Skala zur Erfassung der Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext kritisch reflektiert und anhand von Faktorladungen auf eine handhabbarere Anzahl von 28 Items reduziert. Diese reduzierte Verbraucherresilienz-Skala diente auch als Grundlage für das Web-Tool bzw. den Online-Selbsttest zur Erfassung der Resilienz von Verbraucher\*innen in Überschuldungssituationen (siehe AP 4.2) und ist in Anhang 7 dargestellt.

## **AP 4 | Reflektion & Praxistransfer**

Ziel des vierten Arbeitspaketes war es, Strategien und Maßnahmen zur Stärkung der Verbraucherresilienz herauszuarbeiten, die anschließend mit Stakeholdern aus Wissenschaft und Praxis reflektiert und in einen Web-Tool-Prototypen integriert werden sollten. Das Arbeitspaket 4 gliederte sich in zwei Sub-Arbeitspakete: AP 4.1 „Reflektion mit Wissenschaft & Praxis“ und AP 4.2 „Web-Tool-Prototyp“.

### **AP 4.1 | Reflektion mit Wissenschaft & Praxis**

In AP 4.1 wurden die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Arbeitspaketen 1 bis 3 gesamthaft betrachtet und übergeordnete Schlussfolgerungen gezogen, um daraus Strategien und Maßnahmen zur Förderung der Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext herauszuarbeiten. Zu diesem Zweck fanden am 27. November 2023 und am 6. Dezember 2023 digitale Austauschtermine mit den Praxispartnern des Projekts, Verbraucherzentrale NRW und Paritätischer NRW, statt. Ziel dieser Termine war zum einen der Austausch zu projektrelevanten Entwicklungen in der Praxis und die Vergemeinschaftung des aktuellen Projektstandes (insb. bezogen auf die Ergebnisse der empirischen Erhebungen). Zum anderen stand die gemeinsame Reflektion der wissenschaftlichen Erkenntnisse und die damit einhergehende Ableitung von Handlungs- und Gestaltungsempfehlungen für die Praxis im Vordergrund.

Die Erfahrungen aus der Schuldnerberatungspraxis deuten darauf hin, dass weniger das individuelle Verbraucherverhalten (z. B. Sparbemühungen und die Bereitschaft, mehr zu arbeiten), sondern vielmehr die äußeren Rahmenbedingungen (wie z. B. externe soziale Unterstützung) entscheidend dafür sind, dass Verbraucher\*innen in eine finanzielle Krise bzw. in eine Überschuldungssituation geraten. Dieser Eindruck spiegelt sich auch in den Ergebnissen der wissenschaftlichen Studien wider, denn dort wurden zwischen den drei Verbrauchertypen nur minimale Unterschiede in den verbraucherresilienten Verhaltensfaktoren gefunden. Hingegen zeigt sich die Differenzierung der Verbrauchertypen am stärksten in den verbraucherresilienten Schutzfaktoren sowie in den äußeren Umständen. Somit konnte als zentrales Ergebnis des Praxisreflektion festgehalten werden, dass sowohl aus wissenschaftlicher Sicht als auch aus Sicht der Beratungspraxis weniger das individuelle Verbraucherverhalten, sondern vielmehr die Schutzfaktoren (z. B. Optimismus) bzw. die äußeren Rahmenbedingungen (z. B. die Erreichbarkeit sozialer und/oder professioneller Unterstützung) die Zugehörigkeit zu einem Verbrauchertypen und somit die Verbraucherresilienz beeinflussen.

Die Ableitung von konkreten Gestaltungs- bzw. allgemeinen Handlungsempfehlungen ist darüber hinaus nur eingeschränkt sinnvoll, da auch in der Beratungspraxis jeder Einzelfall separat betrachtet und individuell gelöst werden muss. Die Reflektion der wissenschaftlichen

Studienergebnisse mit den Praxispartnern ergab jedoch, dass es im Rahmen der typenspezifischen Handlungsempfehlungen insbesondere für vulnerable Verbrauchergruppen wichtig ist, die wesentliche Rolle der (emotionalen und instrumentellen) sozialen Unterstützung zu betonen. Betroffene sollten dabei jedoch nicht in eine bedürftige bzw. hilfeschekende, schuldzuweisende Rolle gedrängt werden. Vielmehr sollte die quantitative Nützlichkeit von professionellen Schuldnerberatungen in den Vordergrund gestellt und auf kostenlose Verbraucherberatungen in der Nähe verwiesen werden.

#### **AP 4.2 | Web-Tool-Prototyp**

In AP 4.2 wurden die entwickelte Skala zur Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext (AP 2), die bevölkerungsrepräsentative Verbrauchertypologie (AP 3) sowie die Erkenntnisse aus der Praxisreflektion (AP 4) in einen Web-Tool-Prototypen integriert. Der durch eine professionelle Düsseldorfer Agentur für Kommunikation und Innovation programmierte Prototyp soll den Praxispartnern und anderen relevanten Stakeholdern langfristig über ein Web-Portal zur Verfügung gestellt werden.

Ziel ist es, Verbraucher\*innen ein Tool anzubieten, welches sie anhand verschiedener Fragen (beruhend auf den Erkenntnissen zu Dimensionalität, Einflussfaktoren und Auswirkungen zum Forschungsgegenstand der AP 1 bis 3) einem von **drei Verbrauchertypen** (siehe AP 3.2) zuordnet. Anhand der Inhalte aus AP 4.1 lassen sich außerdem zielgruppenspezifische Handlungsempfehlungen für die unterschiedlichen Verbrauchertypen zuweisen. Da es sich um ein niederschwelliges Tool in Form eines Online-Selbsttests für Verbraucher\*innen handelt, wurde zunächst die zugrundeliegende Verbraucherresilienz-Skala auf eine handhabbare Größe, das heißt von ursprünglich 50 auf insgesamt 28 Items bzw. Aussagen, reduziert. Die aktuelle Version der Skala zur Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext (Stand: Januar 2024) und somit auch des Fragebogens für den Online-Selbsttest zur Erfassung der Resilienz von Verbraucher\*innen in Überschuldungssituationen ist in Anhang 7 dargestellt.

Als theoretischer Hintergrund der Verbraucherresilienz-Skala bzw. des Fragebogens für das Web-Tool dienen die drei Verbraucherresilienz-Dimensionen im Überschuldungskontext, die wiederum von **14 Resilienzfaktoren** repräsentiert werden: **Schutzfaktoren** (Faktoren 1.1 bis 1.7: finanzielle Resilienz, Optimismus, Pessimismus, Selbstwirksamkeitserwartung, emotionale soziale Unterstützung, instrumentelle soziale Unterstützung, professionelle Hilfe); **Verhaltensfaktoren** (Faktoren 2.1 bis 2.4: Sparbemühungen, Mehrarbeitsbereitschaft, Vermeidung, Selbstbeschuldigung) und Resilienz als **Anpassungsleistung** (Faktoren 3.1 bis 3.3: sog. „Bounce-back“-Komponenten). Jeder dieser 14 Resilienzfaktoren wird von jeweils zwei Items bzw. Aussagen (insg. 28 Items) abgebildet.

Die Antworten auf die Items bzw. Aussagen werden als Zahlenwert kodiert: Befragte drücken ihre Zustimmung zu den einzelnen Aussagen auf einer Skala von 1 (= stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (= stimme voll und ganz zu) aus. Zusätzlich gibt es die Antwortoption „weiß nicht“, falls keine Angabe gemacht werden kann oder möchte. Die Zuordnung zu einem von drei Verbrauchertypen erfolgt auf Basis des Gesamt-Scores (Anmerkung: Faktor-Score = ungewichtetes arithmetisches Mittel der beiden Antworten auf die beiden Items eines Faktors; Gesamt-Score = Summe der 14 Faktor-Scores; maximal erreichbare Punktzahl von 70). Sollte ein ganzer Faktor oder mindestens die Hälfte der Items in einer der drei Dimensionen nicht beantwortet werden, ist nur ein Ergebnis mit einer eingeschränkten Aussagekraft möglich. Sollten mindestens 5 der 14 Faktoren nicht vollständig beantwortet werden, ist aufgrund unzureichender Informationsgrundlage keine Ergebnisauswertung möglich.

Der Algorithmus hinter dem Web-Tool für die Zuordnung zu einem von drei Verbrauchertypen sieht wie folgt aus (die Durchschnittswerte basieren auf den Ergebnissen der LPA aus AP 3.2):

- **Verbrauchertyp 1 – „Der Vulnerable“:** Durchschnittswert von 34,220  
→ Zuordnung zu Verbrauchertyp 1, wenn Gesamt-Score  $\leq 38,779$
- **Verbrauchertyp 2 – „Der Durchschnittliche“:** Durchschnittswert von 43,338  
→ Zuordnung zu Verbrauchertyp 2, wenn Gesamt-Score  $> 38,779 \leq 47,213$
- **Verbrauchertyp 3 – „Der Resiliente“:** Durchschnittswert von 51,088  
→ Zuordnung zu Verbrauchertyp 3, wenn Gesamt-Score  $> 47,213$

Eine fortgeschrittene Version des Web-Tool-Prototypen wurde am 19. Januar 2024 auf der Abschlussveranstaltung des Projekts vorgestellt, im Rahmen eines ersten Live-Tests überprüft und anschließend im Wissenschafts-Praxis-Dialog diskutiert. Der Online-Selbsttest soll langfristig in der Verbraucherberatungspraxis eingesetzt werden und wird unter folgendem Link verfügbar sein: [www.verbraucherresilienz.de/selbsttest](http://www.verbraucherresilienz.de/selbsttest)

## AP 5 | Bericht

Neben einer Zusammenfassung der Projekterkenntnisse in den Abschlussberichten (Kurz- und Langfassung) sind wissenschaftliche sowie praxisnahe Publikationen in Planung. Fortlaufend wurde außerdem an der internen und externen Projektkommunikation, das heißt unter anderem am Aufbau einer geeigneten Medienpräsenz sowie der Kommunikation in Politik und Verbände, gearbeitet. Im Rahmen dessen wurde im März 2022 eine Projektwebseite veröffentlicht und stetig weiterentwickelt: [www.verbraucherwissenschaften.de/reserve](http://www.verbraucherwissenschaften.de/reserve)

## Literaturverzeichnis

- Bermes, A. (2021). Information overload and fake news sharing: A transactional stress perspective exploring the mitigating role of consumers' resilience during COVID-19. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102555. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102555>
- BMJV (2021). Richtlinie über die Förderung von Vorhaben zur verbraucherbezogenen Forschung und Entwicklung zu „Resilienzen von Verbraucherinnen und Verbrauchern stärken“ im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung im Verbraucherschutz in Recht und Wirtschaft. Abgerufen 03.05.2021, von [https://www.bmju.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF/BereichMinisterium/Bekanntmachung\\_Verbraucherresilienz.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://www.bmju.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF/BereichMinisterium/Bekanntmachung_Verbraucherresilienz.pdf?__blob=publicationFile&v=1)
- Creditreform Wirtschaftsforschung (2020). SchuldnerAtlas Deutschland 2020. Abgerufen 03.05.2021, von [https://www.boniversum.de/wp-content/uploads/2020/11/SchuldnerAtlas\\_Deutschland\\_2020.pdf](https://www.boniversum.de/wp-content/uploads/2020/11/SchuldnerAtlas_Deutschland_2020.pdf)
- Folkman, S., & Moskowitz, J. T. (2004). Coping: pitfalls and promise. *Annual review of psychology*, 55, 745–774. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141456>
- Folkman, S. (2010). Stress, coping, and hope. *Psycho-oncology*, 19(9), 901–908. <https://doi.org/10.1002/pon.1836>
- Gioia, D. A., Corley, K. G., Hamilton, A. L. (2013): Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15–31, <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>
- Gunkel, L., Böhm, S., & Tannheimer, N. (2014). Resiliente Beschäftigte - eine Aufgabe für Unternehmen, Führungskräfte und Beschäftigte. In B. Badura (Hg.), *Fehlzeiten-Report: Bd. 2014. Erfolgreiche Unternehmen von morgen - gesunde Zukunft heute gestalten: Zahlen, Daten, Analysen aus allen Bereichen der Wirtschaft* (S. 257–268). Springer.
- Henninger, M. (2016). Resilienz. In D. Frey (Hg.), *Psychologie der Werte: Von Achtsamkeit bis Zivilcourage - Basiswissen aus Psychologie und Philosophie* (S. 157–165). Springer.
- institut für finanzdienstleistungen e. V. (2020). iff-Überschuldungsreport 2020. Abgerufen 03.05.2021, von [https://www.iff-hamburg.de/wp-content/uploads/2020/06/iff-ueberschuldungsreport-2020\\_web.pdf](https://www.iff-hamburg.de/wp-content/uploads/2020/06/iff-ueberschuldungsreport-2020_web.pdf)
- Korczak, D., Peters, S., & Roggemann, H. (2021). Private Überschuldung in Deutschland. Abgerufen 03.05.2021, von <https://library.fes.de/pdf-files/wiso/17552.pdf>
- Lazarus, R. S. (2012). Evolution of a Model of Stress, Coping, and Discrete Emotions. In V. H. Rice (Hg.), *Handbook of stress, coping, and health: Implications for nursing research, theory, and practice* (2. Aufl., S. 199–225). Sage.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. Springer.
- Masten, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56(3), 227–238. <https://doi.org/10.1037//0003-066X.56.3.227>
- Rutter, M. (1999). Resilience concepts and findings: implications for family therapy. *Journal of Family Therapy*, 21(2), 119–144. <https://doi.org/10.1111/1467-6427.00108>
- Soucek, R., Pauls, N., Ziegler, M., & Schlett, C. (2015). Entwicklung eines Fragebogens zur Erfassung resilienten Verhaltens bei der Arbeit. *Wirtschaftspsychologie*, 17(4), 13–22.

Statistisches Bundesamt (2020). Hauptauslöser der Überschuldung in %. Abgerufen 03.05.2021, von <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Vermoegen-Schulden/Tabellen/ueberschuldung.html>

Ungar, M. (2004). A Constructionist Discourse on Resilience. *Youth & Society*, 35(3), 341–365. <https://doi.org/10.1177/0044118X03257030>

## **Anhang 1: Interviewleitfaden für betroffene Verbraucher\*innen (AP 1.1)**

### **1. Einstieg:**

Guten Tag/Morgen/Abend Frau/Herr [Nachname]. Zunächst möchte ich mich ganz herzlich bei Ihnen bedanken, dass Sie sich die Zeit für dieses Gespräch nehmen.

Mein Name ist [Vorname] [Nachname]. Und ich freue mich, mit Ihnen in den nächsten ca. 30 bis maximal 45 Minuten über Ihre Erfahrungen und Ideen zu sprechen. Um Ihre wertvollen Hinweise verwenden zu können, zeichne ich unser Gespräch gleich auf. Aus diesem Grund werde ich Sie ab jetzt zu keinem Zeitpunkt mehr mit Ihrem Namen ansprechen. So kann ich sicherstellen, dass – wenn dieses Gespräch im Nachgang abgetippt wird – Ihr Name nirgends auftaucht. All unsere Gesprächsinhalte werden natürlich streng vertraulich behandelt und nur für Forschungszwecke verwendet.

Durch das Interview unterstützen Sie ein sehr wichtiges Forschungsprojekt zum Thema „Schulden und Überschuldung“. Wir möchten verstehen, wie man betroffenen Menschen zukünftig besser helfen kann und wie Betroffene sich selbst besser helfen können. Vielleicht können Überschuldungssituationen zukünftig sogar verhindert werden. Dafür ist es wichtig, sich nicht nur mit Politiker\*innen oder Expert\*innen zu unterhalten – sondern eben mit Verbraucherinnen und Verbrauchern, so wie Sie und ich es sind.

Im Folgenden werde ich Ihnen einige Fragen stellen. Hierbei gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Vielmehr interessieren mich Ihre persönlichen Einschätzungen, Wahrnehmungen und Erfahrungen.

Haben Sie vorab noch Fragen an mich oder ist Ihnen etwas unklar geblieben?

### **2. Warm Up:**

In dem Projekt arbeiten wir mit verschiedenen Partnerinnen, wie der Verbraucherzentrale und dem Paritätischen Wohlfahrtsverband zusammen – Von wem wurden Sie auf die Studie hingewiesen / Wie sind Sie auf die Studie aufmerksam geworden?

[Erwartete Antwort: VZ NRW, Der Paritätische NRW]

[Nach Antwort:] Dort sind Sie im Moment in der Beratung, richtig?

[Erwartung: kurzes Ja]

[Nach Antwort:] Seit wann besuchen Sie dort die Beratung?

### 3. Übergangsfrage:

Können Sie mir etwas mehr über die Beratung erzählen?

- Warum besuchen Sie die Schuldnerberatung?
- Wie läuft die Beratung ab?

Mögliche Unterfragen/Aufrechterhaltungsfragen:

- Wie haben Sie mit der Beratungsstelle Kontakt aufgenommen?
- Mussten Sie sich in irgendeiner Art überwinden, sich bei der Beratungsstelle zu melden oder fiel Ihnen das leicht?
  - Warum?
  - Denken Sie, dass Sie sich zum richtigen Zeitpunkt bei der Beratungsstelle gemeldet haben?
  - Haben Sie sich vorher bereits in anderer Form Hilfe gesucht?

### 4. Gründe für Überschuldung und Risikofaktoren:

- 1) Überschuldung ist keine Seltenheit in unserer Gesellschaft. Im Gegenteil: Jeder von uns kann in eine Überschuldungssituation geraten. Was glauben Sie waren bei Ihnen mögliche Gründe für die Überschuldung?
  - Warum ist Ihre aktuelle Situation so, wie sie ist?
  - Was glauben Sie hat zu Ihrer aktuellen Situation geführt?
  
- 2) Inwiefern kennen Sie andere Betroffene, die sich in einer finanziell schwierigen Situation befinden?
  - Was glauben Sie waren bei diesen Personen mögliche Gründe, die zur Überschuldung geführt haben?

### 5. Schutzfaktoren:

Vielen Dank für Ihre Schilderungen bis hierhin.

Ich habe im Folgenden noch weitere Fragen zu Ihrer Situation: Was glauben Sie, hätte passieren müssen, damit die (Überschuldungs-)Situation nicht entstanden wäre? / Wie hätte man Ihrer Meinung die Situation verhindern können?

- Warum glauben Sie das?
  - [Wenn keine eigene Idee]: Hätte es geholfen, wenn sich manches anders für Sie entwickelt hätte? Wenn ja, was genau? (externe Gründe)
  - Jetzt haben Sie von [z. B. Dingen in der Politik] gesprochen) – Könnte es noch andere Bereiche geben?
  - Haben Ihnen Informationen gefehlt, um Ihr Verhalten zu ändern?
    - Welche waren das?
    - Von wem wünschen Sie sich diese Informationen?
- Was müsste die Politik aus Ihrer Sicht besser machen, um Menschen in vergleichbaren finanziellen Notsituationen zu unterstützen?

## 6. Umgang mit der Situation:

- 1) Im Hinblick auf Ihre Überschuldungssituation: An welchem Punkt stehen Sie momentan? Inwiefern haben Sie schon etwas zur Veränderung Ihrer Situation unternommen?
  - Wie erfolgreich ist das, was Sie gerade beschrieben haben?
  - Inwiefern haben Sie etwas unternommen, das nicht erfolgreich war, um Ihre Situation zu verbessern bzw. zu überwinden?
- 2) Was glauben Sie, könnte Ihnen in Ihrer Situation konkret helfen?
- 3) Was hat anderen Betroffenen, die Sie kennen, in der Vergangenheit bereits geholfen, um die Situation zu überwinden? Was hat denen eher nicht geholfen?
- 4) Gibt/Gab es jemanden, der Ihnen in Ihrer aktuellen (Krisen-)Situation besonders hilft/geholfen hat?
  - Zum Beispiel Schuldnerberater? (*Verknüpfung mit „Wie lange sind Sie schon in der Beratung?“*)
  - Oder jemand aus Ihrer Familie? Haben Sie schon mit Ihrer Familie über Ihre aktuelle Situation gesprochen? → *Abfrage des sozialen Umfelds*

## 7. Abschluss:

Vielen Dank für Ihre Antworten bis hierhin. Sie helfen unserer Forschung damit sehr und unterstützen außerdem auch weitere Betroffene beim Umgang mit und möglicherweise sogar der zukünftigen Vermeidung von Überschuldungssituationen.

- Ist Ihnen noch etwas eingefallen, was Sie an anderer Stelle hätten sagen wollen?
- Oder gibt es von Ihrer Seite noch etwas, was sie mir erzählen möchten? Etwas, das Ihnen noch einfällt, wonach ich aber nicht gefragt habe?
- Selbstreflektion: Möchten Sie rückblickend betrachtet eine Ihrer Aussagen zurücknehmen? Oder möchten Sie eine Ihrer Antworten im Nachhinein etwas anders formulieren/ausdrücken?

*(Angebot, bei größerem Gesprächsbedarf das Interview auf mehr als 30 Minuten zu verlängern – mit entsprechendem Aufschlag in der Vergütung.)*

Zum Abschluss habe ich noch einige letzte Fragen zu Ihrer Person. Ihre Antworten dienen lediglich der statistischen Auswertung. Auch diese Angaben werden natürlich vertraulich behandelt und bleiben anonym. Das heißt, es ist im Nachhinein nicht mehr möglich, Sie als Person zu identifizieren. Die Daten werden ausschließlich zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet.

### **Soziodemografische Angaben:**

#### 1. Geschlecht

weiblich  männlich  divers

#### 2. Wie alt sind Sie?

\_\_\_\_\_ Jahre

#### 3. Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?

- Keinen / Ich gehe noch zur Schule
- Volksschulabschluss oder Hauptschulabschluss
- Realschulabschluss, mittlere Reife oder Polytechnische Oberschule
- Abitur oder Fachhochschulreife
- Bachelor oder Vordiplom
- Master, Magister, Diplom oder Staatsexamen
- Promotion
- Sonstiges, und zwar: \_\_\_\_\_

4. Welche Tätigkeit(en) üben Sie derzeit aus? (Mehrfachauswahl möglich)

Ich bin derzeit ...

- in Ausbildung, gehe noch zur Schule oder studiere
- berufstätig
- arbeitslos
- Hausfrau oder Hausmann, betreue Kinder oder pflege- bzw. hilfsbedürftige Personen
- Rentner(in) bzw. Pensionär(in)
- Zurzeit arbeitslos
- Sonstiges, und zwar: \_\_\_\_\_

5. Falls Sie derzeit einen Beruf ausüben: Welchen Beruf üben Sie aus und in welchem wöchentlichen Umfang (d. h. wie viele Stunden pro Woche)?

\_\_\_\_\_

6. Wie ist Ihr aktueller Familienstand?

- ledig  verheiratet  geschieden  verwitwet  in einer Beziehung

7. Haben Sie Kinder? Wenn ja, wie viele und wie alt sind Ihre Kinder?

\_\_\_\_\_

Damit sind wir am Ende des Interviews angekommen. Ich möchte mich ganz herzlich für Ihre Zeit und Offenheit bedanken. Haben Sie noch Fragen an mich?

Vielen Dank!

## Anhang 2: Gesprächsleitfaden für die Expert\*innen-Fokusgruppe (AP 1.1)

### 1. Einstieg:

Guten Tag,

zunächst möchte ich mich ganz herzlich bei Ihnen bedanken, dass Sie sich die Zeit für diese Fokusgruppe nehmen. Mein Name ist [Vorname] [Nachname] und ich bin wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in am Lehrstuhl für [BWL, insb. Arbeit, Personal und Organisation bzw. Marketing] der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Mit der Teilnahme am heutigen Gespräch unterstützen Sie ein wichtiges Forschungsprojekt zum Thema „Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext“. Dieses findet gemeinsam mit den Kooperationspartnern „Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband Landesverband Nordrhein-Westfalen e. V.“ und „Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.“ statt. Ziel des Projekts ist es, das Phänomen der Verbraucherresilienz in diesem besonderen Kontext besser zu verstehen und messbar zu machen, um letztlich Gestaltungsempfehlungen für die betroffenen Verbraucherinnen und Verbraucher, beratende Organisationen und die Politik ableiten zu können.

Wir befinden uns in diesem Projekt ganz am Anfang – das heißt: Unser Ziel heute ist es, das Phänomen selbst zunächst besser zu verstehen. Wieso schaffen es manche Verbraucherinnen und Verbraucher, erst gar nicht in Überschuldungssituationen zu geraten? Warum können manche damit besser umgehen, andere wiederum schlechter? Warum schaffen es manche Verbraucherinnen und Verbraucher, Überschuldungssituationen schneller zu überwinden? Warum geraten manche immer wieder in Überschuldungssituationen und andere nicht? Auf diese Fragen erwarte ich mir von Ihnen als Expertinnen und Experten heute Antworten.

Das Fokusgruppe wird insgesamt ca. 1,5 bis 2 Stunden dauern. Um die Auswertung zu ermöglichen, werde ich unsere Gespräche aufzeichnen. Ich versichere Ihnen, dass alle Angaben, die Sie machen, streng vertraulich behandelt werden, anonym bleiben und lediglich für Forschungszwecke verwendet werden.

Im Folgenden werde ich Ihnen einige Fragen stellen. Hierbei gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Vielmehr interessieren mich Ihre persönlichen Einschätzungen, Wahrnehmungen und Erfahrungen.

Haben Sie vorab noch Fragen an mich oder ist Ihnen etwas unklar geblieben?

### 2. Warm Up: Vorstellungsrunde mit allen Teilnehmenden der Fokusgruppensitzung

### 3. Fallbeispiele: Zwei Fallbeispiele schildern und vergleichen lassen

#### 1) Beispiel für Betroffene/n mit *erfolgreicher* Überwindung der Überschuldungssituation

- Bitte schildern Sie mir als erstes ein Beispiel bzw. einen Fall, an den Sie gerne zurückdenken, in dem der oder die Betroffene die Überschuldungssituation erfolgreich überwunden hat.
- Sie haben gerade schon viele Gründe angesprochen. Ich habe mir z. B. [X, Y, Z] notiert. Gibt es aus Ihrer Sicht weitere Gründe, weswegen der/die Betroffene es erfolgreich aus der Überschuldung herausgeschafft hat?

#### 2) Beispiel für Betroffene/n mit *nicht erfolgreicher* Überwindung der Überschuldungssituation

- Nun lassen Sie uns den Fall einmal drehen und über das genaue Gegenteil sprechen. Bitte schildern Sie – natürlich anonym – einen Fall, bei dem es der/die Betroffene überhaupt nicht geschafft hat, die Überschuldung zu überwinden.
- [Wenn Experte/Expertin kein solches Beispiel hat:] Dann beschreiben Sie vielleicht alternativ einen Fall, in dem sich die Überwindung der Überschuldungssituation besonders schwierig gestaltet hat.

### 4. Diskussion von Hintergründen:

#### 1) Vielen Dank für Ihre Ausführungen bis hierhin. Das Teilen Ihrer Erfahrungen ist sehr wertvoll für unsere Forschung. Vor dem Hintergrund Ihrer praktischen Arbeit mit von Überschuldung betroffenen Menschen, die Ihre Beratungsstelle aufsuchen, habe ich noch weitere Fragen an Sie.

- Was ist Ihr Eindruck: Welche Gruppen (z. B. Männer vs. Frauen, Migration, Alter, Alleinerziehende ...) sind eher von einer Überschuldung betroffen?
- Wer ist aus Ihrer Sicht grundsätzlich eher nicht von Überschuldung betroffen?
- Jetzt haben Sie die von Überschuldung Betroffenen eher anhand soziodemographischer Daten/charakterlicher Eigenschaften/Kindheitserfahrungen etc. charakterisiert. Gibt es aus Ihrer Sicht noch weitere Merkmale aus anderen Bereichen, die Betroffene von nicht Betroffenen differenzieren?

[Hier sollten vom Interviewer aktiv Bereiche genannt werden, wenn der Experte bzw. die Expertin Hilfestellung braucht.]

#### 2) Finanzielle Notlagen stellen nicht selten existenzielle Krisen für Betroffene dar. Worin liegen Ihrer Meinung nach Risikofaktoren, um in eine Überschuldungssituation zu geraten? Zählen Sie gerne alles auf, das Ihnen spontan in den Sinn kommt. Wie würden Sie die genannten Risikofaktoren gewichten?

Zum Beispiel Überschuldung resultierend aus...

- dem individuellen Verhalten der Person
- struktureller Lage
- bestimmten Bevölkerungsgruppen (z. B. Studenten)
- Bezug zum Elternhaus, Erziehung in der Kindheit etc.

3) Was sind Ihrer Meinung nach potenzielle Schutzfaktoren, die den Eintritt in eine Überschuldungssituation (präventiv) verhindern können? Zählen Sie gerne alles auf, das Ihnen spontan in den Sinn kommt. Wie würden Sie die genannten Schutzfaktoren gewichten?

4) Was kann Betroffenen Ihrer Meinung nach beim Umgang mit Überschuldung konkret helfen und sie dabei unterstützen, eine Überschuldungssituation langfristig zu überwinden?

- Wie könnte die Politik Beratungsstellen zukünftig unterstützen?

[Hilfestellung: Zum Beispiel Unterstützung finanzieller Art, indem dem Thema mehr Relevanz und Aufmerksamkeit geschenkt wird oder durch Setzen anderer Fokusse]

- Wie können bzw. sollten Beratungsstellen selbst ihre Beratung verbessern?
- Was könnte Betroffenen direkt helfen im Sinne einer „Hilfe zur Selbsthilfe“?

## 5. Abschluss:

Vielen Dank für Ihre Antworten bis hierhin. Sie helfen unserer Forschung damit sehr und unterstützen außerdem auch weitere Betroffene beim Umgang mit und möglicherweise sogar der zukünftigen Vermeidung von Überschuldungssituationen.

- Ist Ihnen noch etwas eingefallen, was Sie an anderer Stelle hätten sagen wollen?
- Oder gibt es von Ihrer Seite noch etwas, was sie mir darüber hinaus erzählen möchten? Etwas, das Ihnen noch einfällt, wonach ich aber nicht gefragt habe?
- Selbstreflektion: Möchten Sie rückblickend betrachtet eine Ihrer Aussagen zurücknehmen? Oder möchten Sie eine Ihrer Antworten im Nachhinein etwas anders formulieren/ausdrücken?

Damit sind wir am Ende des Interviews angekommen. Ich möchte mich ganz herzlich für Ihre Zeit und Offenheit bedanken. Haben Sie noch Fragen an mich?

Vielen Dank!

## Anhang 3: Code- bzw. Kategoriensystem zur Verbraucherresilienz (AP 1.2)

### - Dimensionen:

- 4 Kategorien dritter Ordnung:
  - (1) Perseverance (d. h. Beharrlichkeit)
  - (2) Kognitiv
  - (3) Help-Seeking (d. h. hilfesuchend)
  - (4) Evasiv
- 9 Kategorien zweiter Ordnung:
  - (1) **Perseverance:** Sparbemühungen/Konsumreduktion/Budgetplanung; Einkommenssteigerung durch Mehrarbeit
  - (2) **Kognitiv:** Optimismus/Hoffnung; Selbstwirksamkeitserwartung
  - (3) **Help-Seeking:** Emotionale Unterstützung; Finanzielle Unterstützung; Inanspruchnahme professioneller Hilfsangebote
  - (4) **Evasiv:** Verdrängung/Vermeidung/Verleugnung; Selbstbeschuldigung
- 73 Codes erster Ordnung

### - Einflussfaktoren:

- 2 Kategorien dritter Ordnung:
  - (1) Interne Quellen
  - (2) Externe Quellen
- 5 Kategorien zweiter Ordnung:
  - (1) **Interne Quellen:** Lebenserfahrung; Lösungsorientierung/Motivation; Problembewusstsein
  - (2) **Externe Quellen:** Soziales Umfeld; (fehlende) Unterstützung durch Kreditinstitute/Politik
- 61 Codes erster Ordnung

### - Wirkungen:

- 4 Kategorien zweiter Ordnung:
  - (1) **Finanzielle Stabilität** (z. B. nachhaltige Anpassung des Konsumverhaltens)
  - (2) **Soziale Reintegration** (z. B. offene Kommunikation)
  - (3) **Psychische Entlastung** (z. B. Erleichterung, Zufriedenheit mit der Situation)
  - (4) **Psychische Erkrankungen als Folge mangelnder Resilienz** (z. B. Depression, Angst)
- 51 Codes erster Ordnung

## Anhang 4: Items für die Verbraucherresilienz-Skala (erster Entwurf aus AP 2.1)

1. **Mehrarbeit** – Um finanziell schwierige Situationen zu bewältigen, ...
  - a. ... bin ich bereit, mehr zu arbeiten.
  - b. ... bin ich bereit, Überstunden zu leisten.
  - c. ... würde ich einen (weiteren) Nebenjob aufnehmen.
  - d. ... würde ich Gelegenheitsjobs aufnehmen.
  
2. **Sparbemühungen/Konsumreduktion/Budgetplanung**
  - a. Ich gebe derzeit beim Einkaufen und Shoppen ganz bewusst weniger Geld aus.
  - b. Ich kaufe im Supermarkt nur das, was ich wirklich benötige.
  - c. Ich versuche insgesamt, meine Ausgaben zu reduzieren.
  - d. Ich gehe häufig im Discounter statt im Supermarkt einkaufen.
  - e. Ich kaufe manchmal günstigere Produktalternativen, um Geld zu sparen.
  - f. Ich achte bei meinem Wocheneinkauf aktiv auf Angebote.
  - g. Ich plane meine Ausgaben mit Rücksicht auf meine Einnahmen.
  - h. Bevor ich etwas kaufe, überlege ich, ob die Ausgabe in mein Budget passt.
  
3. **Optimismus**
  - a. Ich mache mir Sorgen um meine Zukunft. (R)
  - b. Meine Zukunft sehe ich immer optimistisch.\*\*\*
  - c. Auch in ungewissen Zeiten erwarte ich normalerweise das Beste.\*\*\*
  - d. Fast nie entwickeln sich die Dinge nach meinen Vorstellungen. (R)\*\*\*
  
4. **Positives Umdenken** – In finanziell schwierigen Situationen ...
  - a. ... versuche ich, mich auf das Positive zu konzentrieren.
  - b. ... fällt es mir schwer, das Gute an der Situation zu sehen. (R)
  - c. ... versuche ich, etwas Gutes in dem zu finden, was mir passiert ist.\*
  - d. ... versuche ich, die Dinge von einer positiveren Seite zu betrachten.\*
  
5. **Selbstwirksamkeitserwartung**
  - a. Die Lösung schwieriger Probleme gelingt mir immer, wenn ich mich darum bemühe.\*\*
  - b. Was auch immer passiert, ich werde schon klarkommen.\*\*
  - c. Für jedes Problem kann ich eine Lösung finden.\*\*
  - d. Wenn ein Problem auftaucht, kann ich es aus eigener Kraft meistern.\*\*
  
6. **Emotionale Unterstützung**
  - a. Ich kann mit meinem sozialen Umfeld über meine finanzielle Situation sprechen.
  - b. Ich spreche mit meinem sozialen Umfeld über finanzielle Sorgen.
  - c. Über Geld spricht man nicht. (R)
  - d. Wenn ich in finanziellen Schwierigkeiten bin, erhalte ich aufmunternde Unterstützung von anderen.\*
  - e. Mein soziales Umfeld tröstet mich und bringt mir Verständnis entgegen, wenn ich mich in einer finanziell schwierigen Situation befinde.\*

## 7. Finanzielle Unterstützung

- a. Mein soziales Umfeld würde mich in einer finanziell schwierigen Situation finanziell unterstützen.
- b. Ich würde mein soziales Umfeld in einer finanziellen Notlage um finanzielle Unterstützung bitten.
- c. Meine Verwandten oder Freunde würden mir Geld leihen, wenn ich es dringend benötige.
- d. In einer finanziell schwierigen Situation versuche ich, von anderen Menschen finanzielle Hilfe einzuholen.\*

## 8. Inanspruchnahme von professionellen Hilfsangeboten

- a. Wenn meine finanziellen Probleme zukünftig überhandnehmen würden, wüsste ich, wo ich mir helfen lassen kann.
- b. Ich habe in den letzten Monaten schon einmal darüber nachgedacht, eine Schuldnerberatung zu kontaktieren/in Anspruch zu nehmen.
- c. Wenn meine finanziellen Probleme zukünftig überhandnehmen würden, würde ich eine Schuldnerberatung kontaktieren/in Anspruch nehmen.
- d. Ich bin aktuell in Kontakt mit einer Schuldnerberatung.
- e. Ich weiß genau, auf welche finanziellen Hilfsmaßnahmen ich Anspruch habe.

## 9. Selbstbeschuldigung – Wenn es mir finanziell schlecht geht, ...

- a. ... bin ich für die Ursachen selbst verantwortlich.
- b. ... gebe ich mir für die Dinge, die mir widerfahren sind, selbst die Schuld.\*
- c. ... kritisiere ich mich selbst.\*
- d. ... mache ich mir selbst Vorwürfe.\*

## 10. Verdrängung/Vermeidung – Wenn es finanziell schwierig wird, ...

- a. ... vermeide ich es, mich mit meinen Finanzen auseinanderzusetzen.
- b. ... neige ich dazu, Briefe ungeöffnet zu lassen.
- c. ... gebe ich es auf, mich damit zu beschäftigen.\*
- d. ... versuche ich gar nicht, die Situation in den Griff zu kriegen.\*

## 11. Verleugnung – Wenn ich mich in einer finanziell schwierigen Situation befinde, ...

- a. ... fällt es mir schwer, das zu akzeptieren.
- b. ... fällt es mir leicht, mich damit abzufinden. (R)
- c. ... rede ich mir ein, dass das alles nicht wahr ist.\*
- d. ... möchte ich einfach nicht glauben, dass mir das passiert.\*

## 12. Alkohol/Drogen – Wenn ich finanzielle Sorgen habe, ...

- a. ... nehme ich Alkohol oder andere Mittel zu mir, um mich besser zu fühlen.\*
- b. ... nehme ich Alkohol oder andere Mittel zu mir, um mich abzulenken.
- c. ... greife ich häufiger zu Alkohol oder anderen Mitteln.
- d. Um finanziell schwierige Situationen durchzustehen, habe ich mich mit Alkohol oder anderen Mitteln besänftigt.\*

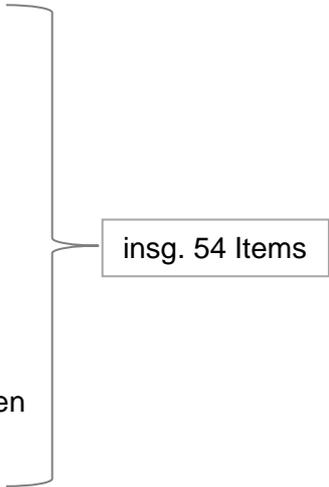
\*\*\* = Item aus der deutschen Version der Revision des Life Orientation Tests (Glaesmer/Hoyer 2003)

\*\* = Item aus der Skala zur Allgemeinen Selbstwirksamkeitserwartung (Schwarzer/Jerusalem 1999)

\* = Item aus der deutschen Version der Brief-Cope-Scale (Knoll/Rieckmann/Schwarzer 2005) übernommen oder daran angelehnt und an „finanziell schwierige Situationen“ angepasst

In diesem ersten Entwurf der Skala zur Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext repräsentierten insgesamt 54 Items auf 12 Unterskalen bzw. Resilienzfaktoren zunächst **vier angenommene Dimensionen** der Verbraucherresilienz im Überschuldungskontext, die – basierend auf den Ergebnissen der qualitativen Datenanalyse – aus dem in MAXQDA erstellten Code- bzw. Kategoriensystem (siehe Anhang 3) abgeleitet wurden:

- Mehrarbeitsbereitschaft, Sparbemühungen/Konsumreduktion/Budgetplanung
  - Resilienz-Dimension: **Perseverance** (d. h. Beharrlichkeit)
- Optimismus, Positives Umdenken, Selbstwirksamkeitserwartung
  - Resilienz-Dimension: **Kognitiv**
- Emotionale Unterstützung, Finanzielle Unterstützung, Inanspruchnahme professioneller Hilfe
  - Resilienz-Dimension: **Help-Seeking** (d. h. hilfesuchend)
- Selbstbeschuldigung, Verdrängung/Vermeidung, Verleugnung, Alkohol/Drogen
  - Resilienz-Dimension: **Evasiv**



insg. 54 Items

## Anhang 5: Skala zur Verbraucherresilienz (Zwischenstand aus AP 3.1)

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  Kreuzen Sie bitte für jede einzelne Aussage eine Punktzahl von 1 (= stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (= stimme voll und ganz zu) an.	stimme überhaupt nicht zu				stimme voll und ganz zu	weiß nicht
<b>1 Verbraucher-)resiliente Schutzfaktoren</b>						
<b>1.1 Finanzielle Resilienz</b>						
Ich habe genügend Geld gespart, um unerwartete Ausgaben zu bezahlen.	1	2	3	4	5	k. A.
Ich habe genügend Geld gespart, um zukünftig steigende Kosten für Miete, Strom und/oder Lebensmittel zu bezahlen.	1	2	3	4	5	k. A.
Ich spare jeden Monat bewusst einen Teil meines Einkommens.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>1.2 Optimismus / Pessimismus</b>						
Auch in ungewissen Zeiten erwarte ich normalerweise das Beste.	1	2	3	4	5	k. A.
Meine Zukunft sehe ich immer optimistisch.	1	2	3	4	5	k. A.
Alles in allem erwarte ich, dass mir mehr gute als schlechte Dinge widerfahren.	1	2	3	4	5	k. A.
Wenn bei mir etwas schief laufen kann, dann tut es das auch.	1	2	3	4	5	k. A.
Fast nie entwickeln sich die Dinge nach meinen Vorstellungen.	1	2	3	4	5	k. A.
Ich zähle selten darauf, dass mir etwas Gutes widerfährt.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>1.3 Selbstwirksamkeitserwartung</b>						
Schwierigkeiten sehe ich gelassen entgegen, weil ich meinen Fähigkeiten immer vertrauen kann.	1	2	3	4	5	k. A.
In unerwarteten Situationen weiß ich immer, wie ich mich verhalten soll.	1	2	3	4	5	k. A.

Auch bei überraschenden Ereignissen glaube ich, dass ich gut mit ihnen zurechtkommen kann.	1	2	3	4	5	k. A.
Wenn eine neue Sache auf mich zukommt, weiß ich, wie ich damit umgehen kann.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>1.4 Soziale Unterstützung (emotional / instrumentell)</b>						
Wenn ich Geldprobleme habe, muntert mich mein soziales Umfeld (z. B. Freunde, Bekannte, Familie) auf.	1	2	3	4	5	k. A.
Mein soziales Umfeld (z. B. Freunde, Bekannte, Familie) tröstet mich, wenn ich Geldprobleme habe.	1	2	3	4	5	k. A.
Mein soziales Umfeld (z. B. Freunde, Bekannte, Familie) bringt mir Verständnis entgegen, wenn ich Geldprobleme habe.	1	2	3	4	5	k. A.
Bei Geldproblemen würde es mir leichtfallen, mir bei meiner Familie Geld zu leihen.	1	2	3	4	5	k. A.
Bei Geldproblemen würde es mir leichtfallen, mir bei meinem/meiner Lebenspartner/in Geld zu leihen.	1	2	3	4	5	k. A.
Bei Geldproblemen würde es mir leichtfallen, mir bei meinen Freunden Geld zu leihen.	1	2	3	4	5	k. A.
Bei Geldproblemen würde es mir leichtfallen, andere Menschen um finanzielle Unterstützung zu bitten.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>1.5 Professionelle Hilfe: Wenn meine finanziellen Probleme zukünftig zu groß werden würden, ...</b>						
... wüsste ich, wo ich mir professionelle Hilfe (z. B. in einer Beratungsstelle) holen kann.	1	2	3	4	5	k. A.
... würde ich professionelle Hilfsangebote in Anspruch nehmen.	1	2	3	4	5	k. A.
... wüsste ich genau, auf welche professionellen Hilfsangebote ich zurückgreifen kann.	1	2	3	4	5	k. A.
... würde ich eine Schuldnerberatung kontaktieren/in Anspruch nehmen.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>2 (Verbraucher-)resilientes Verhalten</b>						
<b>2.1 Sparbemühungen / Konsumreduktion: Um Geldprobleme zu bewältigen, ...</b>						
... gebe ich beim Einkaufen und Shoppen ganz bewusst weniger Geld aus.	1	2	3	4	5	k. A.
... kaufe ich beim Lebensmitteleinkauf nur das, was ich wirklich benötige.	1	2	3	4	5	k. A.

... versuche ich, insgesamt weniger Geld auszugeben.	1	2	3	4	5	k. A.
... kaufe ich manchmal günstigere Produkte und/oder achte auf Angebote.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>2.2 Mehrarbeit: Um Geldprobleme zu bewältigen, ...</b>						
... wäre ich bereit, mehr zu arbeiten.	1	2	3	4	5	k. A.
... wäre ich bereit, Überstunden zu machen.	1	2	3	4	5	k. A.
... würde ich einen (weiteren) Nebenjob aufnehmen.	1	2	3	4	5	k. A.
... würde ich Gelegenheitsjobs aufnehmen.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>2.3 Vermeidung: Wenn es finanziell eng wird, ...</b>						
... vermeide ich es, mir über meine Finanzen Gedanken zu machen.	1	2	3	4	5	k. A.
... öffne ich meine Briefe nicht mehr.	1	2	3	4	5	k. A.
... schaffe ich es nicht, mich damit zu beschäftigen.	1	2	3	4	5	k. A.
... versuche ich gar nicht, die Situation in den Griff zu kriegen.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>2.4 Selbstbeschuldigung: Wenn es mir finanziell schlecht geht, ...</b>						
... bin ich dafür selbst verantwortlich.	1	2	3	4	5	k. A.
... gebe ich mir dafür selbst die Schuld.	1	2	3	4	5	k. A.
... kritisiere ich mich selbst und mache mir Vorwürfe.	1	2	3	4	5	k. A.

### 3 (Verbraucher-)Resilienz als Anpassungsprozess

#### 3.1 „Bounce-back“ 1: Nach einer finanziell schwierigen Situation ...

... geht es mir genauso gut wie vorher.	1	2	3	4	5	k. A.
... fällt es mir leicht, mich zu erholen.	1	2	3	4	5	k. A.
... fällt es mir leicht, zur Normalität zurückzukehren.	1	2	3	4	5	k. A.
Ich brauche nicht lange, um über finanzielle Rückschläge vollständig hinwegzukommen.	1	2	3	4	5	k. A.

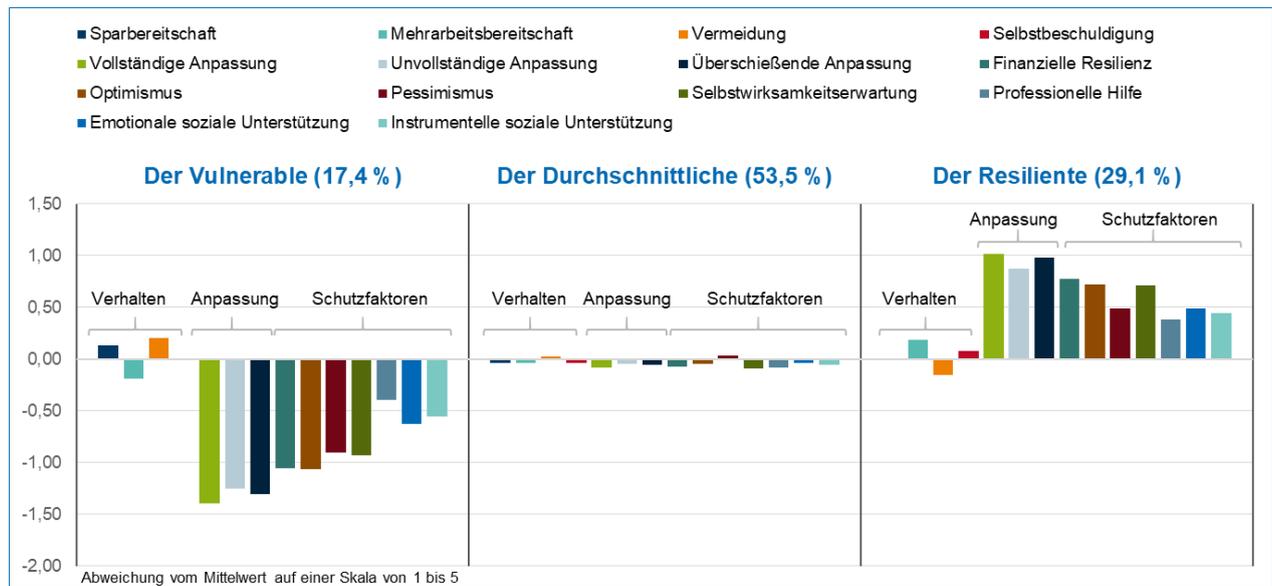
#### 3.2 „Bounce-back“ 2: Nach einer finanziell schwierigen Situation ...

... fällt es mir leicht, mich zumindest teilweise zu erholen.	1	2	3	4	5	k. A.
... brauche ich nicht lange, um mich wenigstens ein bisschen besser zu fühlen.	1	2	3	4	5	k. A.
... fällt es mir leicht, zumindest teilweise zur Normalität zurückzukehren.	1	2	3	4	5	k. A.

#### 3.3 „Bounce-back“ 3: Nach einer finanziell schwierigen Situation ...

... geht es mir sogar besser als vorher.	1	2	3	4	5	k. A.
... fühle ich mich schnell besser als vorher.	1	2	3	4	5	k. A.
Über finanzielle Rückschläge komme ich nicht nur hinweg, sondern fühle mich danach sogar besser.	1	2	3	4	5	k. A.
Aus einer finanziell schwierigen Situation gehe ich gestärkt heraus.	1	2	3	4	5	k. A.

## Anhang 6: Bevölkerungsrepräsentative Verbrauchertypologie (AP 3.2)



## Anhang 7: Skala zur Verbraucherresilienz (Stand: Januar 2024)

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  Kreuzen Sie bitte für jede einzelne Aussage eine Punktzahl von 1 (= stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (= stimme voll und ganz zu) an.	stimme überhaupt nicht zu				stimme voll und ganz zu	weiß nicht
<b>1 (Verbraucher-)resiliente Schutzfaktoren</b>						
<b>1.1 Finanzielle Resilienz</b>						
Ich habe genügend Geld gespart, um unerwartete Ausgaben zu bezahlen.	1	2	3	4	5	k. A.
Ich habe genügend Geld gespart, um zukünftig steigende Kosten für Miete, Strom und/oder Lebensmittel zu bezahlen.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>1.2 Optimismus</b>						
Auch in ungewissen Zeiten erwarte ich normalerweise das Beste.	1	2	3	4	5	k. A.
Meine Zukunft sehe ich immer optimistisch.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>1.3 Pessimismus</b>						
Wenn bei mir etwas schief laufen kann, dann tut es das auch.	1	2	3	4	5	k. A.
Fast nie entwickeln sich die Dinge nach meinen Vorstellungen.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>1.4 Selbstwirksamkeitserwartung</b>						
Schwierigkeiten sehe ich gelassen entgegen, weil ich meinen Fähigkeiten immer vertrauen kann.	1	2	3	4	5	k. A.
Auch bei überraschenden Ereignissen glaube ich, dass ich gut mit ihnen zurechtkommen kann.	1	2	3	4	5	k. A.

<b>1.5 Emotionale soziale Unterstützung</b>						
Wenn ich Geldprobleme habe, muntert mich mein soziales Umfeld (z. B. Freunde, Bekannte, Familie) auf.	1	2	3	4	5	k. A.
Mein soziales Umfeld (z. B. Freunde, Bekannte, Familie) bringt mir Verständnis entgegen, wenn ich Geldprobleme habe.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>1.6 Instrumentelle soziale Unterstützung</b>						
Bei Geldproblemen würde es mir leichtfallen, mir bei meiner Familie und/oder meinen Freunden Geld zu leihen.	1	2	3	4	5	k. A.
Bei Geldproblemen würde es mir leichtfallen, andere Menschen um finanzielle Unterstützung zu bitten.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>1.7 Professionelle Hilfe: Wenn meine finanziellen Probleme zukünftig zu groß werden würden, ...</b>						
... wüsste ich, wo ich mir professionelle Hilfe (z. B. in einer Beratungsstelle) holen kann.	1	2	3	4	5	k. A.
... wüsste ich genau, auf welche professionellen Hilfsangebote ich zurückgreifen kann.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>2 (Verbraucher-)resilientes Verhalten</b>						
<b>2.1 Sparbemühungen: Um Geldprobleme zu bewältigen, ...</b>						
... gebe ich beim Einkaufen und Shoppen ganz bewusst weniger Geld aus.	1	2	3	4	5	k. A.
... versuche ich, insgesamt weniger Geld auszugeben.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>2.2 Mehrarbeitsbereitschaft: Um Geldprobleme zu bewältigen, ...</b>						
... wäre ich bereit, mehr zu arbeiten.	1	2	3	4	5	k. A.
... wäre ich bereit, Überstunden zu machen.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>2.3 Vermeidung: Wenn es finanziell eng wird, ...</b>						
... vermeide ich es, mir über meine Finanzen Gedanken zu machen.	1	2	3	4	5	k. A.
... schaffe ich es nicht, mich damit zu beschäftigen.	1	2	3	4	5	k. A.

<b>2.4 Selbstbeschuldigung: Wenn es mir finanziell schlecht geht, ...</b>						
... gebe ich mir dafür selbst die Schuld.	1	2	3	4	5	k. A.
... kritisiere ich mich selbst und mache mir Vorwürfe.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>3 (Verbraucher-)Resilienz als Anpassungsleistung (sog. „Bounce-back“-Komponenten)</b>						
<b>3.1 Vollständige Anpassung: Nach einer finanziell schwierigen Situation ...</b>						
... fällt es mir leicht, zur Normalität zurückzukehren.	1	2	3	4	5	k. A.
Ich brauche nicht lange, um über finanzielle Rückschläge vollständig hinwegzukommen.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>3.2 Unvollständige Anpassung: Nach einer finanziell schwierigen Situation ...</b>						
... fällt es mir leicht, mich zumindest teilweise zu erholen.	1	2	3	4	5	k. A.
... fällt es mir leicht, zumindest teilweise zur Normalität zurückzukehren.	1	2	3	4	5	k. A.
<b>3.3 Überschießende Anpassung</b>						
Über finanzielle Rückschläge komme ich nicht nur hinweg, sondern fühle mich danach sogar besser.	1	2	3	4	5	k. A.
Aus einer finanziell schwierigen Situation gehe ich gestärkt heraus.	1	2	3	4	5	k. A.