

Blik op Krediet

Relatiemagazine van Bureau Krediet Registratie

september 2011

BKR Kredietbarometer • Samen werken aan verantwoord lenen • Leerzaam bezoek aan SCHUFA •
Nieuw prijsbeleid BKR • Leger des Heils en LIS • BKR sponsort voorstelling over omgaan met geld

Voorwoord



Een nieuw nummer van *Blik op Krediet* ligt weer voor u. Hopelijk bent u inmiddels uitgerust terug van een welverdiende vakantie en kunt u met hernieuwde energie aan de slag.

Net voor de vakantieperiode hebben we de BKR Kredietbarometer geïntroduceerd; een meetinstrument dat inzicht geeft in de trends en ontwikkelingen van het betalingsgedrag van Nederlandse kredietnemers. Vanuit de media was er wederom veel aandacht voor onze cijfers.

Misschien blijft u nog even in de vakantiestemming met de foto bij het artikel over de ACCIS-conferentie in Dubrovnik. Wij bezochten deze mooie Kroatische stad om te leren van onze internationale collega's. Oók internationaal was ons bezoek aan SCHUFA. We zijn onze Duitse collega's zeer dankbaar voor hun hulp bij het ontwikkelen van ons eigen consumentenportal.

Met het nieuwe prijsbeleid van BKR heeft u waarschijnlijk al kennismemaakt. Robert Dörr, onze manager Relatiemanagement geeft in deze uitgave nog eens een nadere toelichting.

Over LIS hebben we u al regelmatig geïnformeerd. Dat de nood hoog is, illustreert Jeroen Hoogteijling, directiesecretaris van het Leger des Heils. Voor LIS is 14 september 2011 een belangrijke dag: dan vindt er een hoorzitting plaats met de leden van de vaste Kamercommissie van het Ministerie van SZW. Zou dit de doorbraak kunnen worden in een langlopend dossier?

U ziet het: onderwerpen en ontwikkelingen genoeg. Ik wens u weer veel leesplezier.

Peter van den Bosch
Algemeen directeur BKR

BKR Kredietbarometer

De BKR Kredietbarometer is een nieuw meetinstrument dat in januari en juli verschijnt. Het meetinstrument geeft trends en ontwikkelingen weer in het betalingsgedrag van Nederlandse kredietnemers. Dit past in de missie van BKR: krediet- en betalingsrisico's voor consumenten beperken en overkreditering en andere problematische schuldsituaties helpen voorkomen. Inzicht in de ontwikkeling van betalingsproblemen is daarbij van belang.

De afgelopen jaren is er een aanzienlijke toename in het aantal wanbetalers en de vraag naar schuldhulpverlening. Deze trend doet zich nu ook in de kredietsector voor. De meting in het eerste halfjaar van 2011 laat zien dat het percentage consumenten met een betalingsachterstand met 0,6% is toegenomen ten opzichte van eind 2010. Eind juni 2011 kon 7,2% van de 9,1 miljoen kredietnemers uit CKI niet aan hun betalingsafspraken voldoen.

De volgende editie van de BKR Kredietbarometer verschijnt in januari 2012.

Nieuwe medewerkers

Marijke van den Berg

Productmanager

"Sinds enige tijd werk ik als Productmanager bij BKR. Ik ben verantwoordelijk voor het ontwikkelen van nieuwe en het aanpassen van bestaande producten.



De omgeving waarin onze producten functioneren, verandert immers continu. Het is voor mij een uitdaging om de wereld van consument en kredietverstrekker beter bij elkaar te brengen. De afgelopen jaren werkte ik in diverse functies bij verschillende banken. De focus lag voor mij altijd op het tevreden houden van de klant zonder daarbij het belang van de werkgever uit het oog te verliezen. Dat doe ik opnieuw in mijn functie bij BKR. Tot nu toe heb ik mij met name gericht op het nieuwe prijsbeleid. Wat mij hier opvalt, is het enthousiasme van de medewerkers. Ze zijn echt betrokken bij BKR en bij wat de organisatie doet tegen het ontstaan van problematische schulden. Dat is goed om te zien én prettig om mee te werken."

Jacinta Hall

Informatiemanager

"Bij mijn vorige werkgever werkte ik als Informatie-analist. Ik vertaalde de wensen van de klant naar de juiste producten. Bij BKR zet ik mijn kennis van websites en online



publiceren in voor het ontwikkelen van de nieuwe site: www.bkr.nl en mijnBKR.nl. Dat betekent: inventariseren wat wij met de site willen en welke wensen en eisen onze bezoekers hebben. Maar ik zorg ook dat het technische gedeelte en toekomstige ontwikkelingen in het ontwerp worden meegenomen. Hiernaast zal ik mij vooral bezighouden met procesmanagement binnen BKR. Door de processen binnen de organisatie in kaart te brengen, sporen we verbeterpunten op en gaan daarmee aan de slag. Daardoor kunnen we beter inspelen op de wensen van klanten en consumenten. Wat mij aanspreekt in werken voor BKR is het veranderproces waar de organisatie op dit moment in zit. BKR kijkt kritisch naar het eigen functioneren en staat daarbij open voor kritiek. Dat vind ik knap en daar draag ik graag mijn steentje aan bij."

Concept, tekst en redactie:

Tekstschrijvers.nl, Rotterdam en Nijmegen

Hoofdredactie:

Bureau Krediet Registratie: Peter Hermsen

E-mail redactie:

communicatie@bkr.nl

Fotografie:

Paul Lagro Fotografie, Oosterbeek

Vormgeving:

Puntwee, Elst

Druk:

Drukmotief, Apeldoorn

“We kijken voortdurend waar we van anderen kunnen leren”

Samen werken aan verantwoord lenen

Op 10 juni was er in de Kroatische stad Dubrovnik een conferentie van ACCIS. Het thema: Responsible Lending and Borrowing: The Role of the Consumer Credit Information Industry. BKR-directeur Peter van den Bosch gaf een presentatie over de projecten die BKR ondersteunt om consumenten beter te informeren over de risico's van overkreditering.

“Verantwoord lenen was niet alleen het belangrijkste onderwerp van de bijeenkomst, het is ook de kern van onze organisatie”, stelt Van den Bosch. “BKR werkt er – samen met de andere ACCIS-leden – hard aan om overkreditering te voorkomen. Dat doen we onder meer door consumenten te informeren over de gevaren van te veel lenen. Over hoe we dat het beste kunnen doen, hebben we tijdens die conferentie veel gesproken.” Diverse landen, waaronder Kroatië, Zweden en Engeland, gaven een presentatie over hun initiatieven rondom consumenteneducatie. “Alle partijen hebben geschikt materiaal voor educatie, elk met een eigen stijl. Dat is prima: het geeft landen waar consumenteneducatie nog in de kinderschoenen staat de mogelijkheid om de voor hen meest passende oplossing te kiezen.”

Uitverkocht

Van den Bosch vertelde de leden van ACCIS over het NIBUD, de Geldkoffer, de gastcolleges die BKR verzorgt op scholen en het toneelstuk UITVERKOCHT. “Vooral dit laatste onderdeel sprak veel mensen aan. Bijna iedereen was overtuigd van het effect ervan. Wanneer scholieren zien hoe de hoofdrolspelers met geld omgaan, blijft de boodschap nog beter hangen dan met alleen een lespakket. Diverse deelnemers hebben aangegeven geïnteresseerd te zijn in het script van het toneelstuk.”

Leren van elkaar

Voor BKR was de conferentie ook leerzaam. “We kijken voortdurend waar we van anderen kunnen leren. Naast deze jaarlijkse conferentie hebben we ook contact via diverse werkgroepen.” Duitsland is voor BKR een voorbeeld op het gebied van consumenten informeren. Van den Bosch: “Op dat gebied kan BKR nog groeien. De afgelopen periode hebben wij ook een kredietbarometer geïntroduceerd. Deze BKR Kredietbarometer geeft het percentage wanbetalers in ons CKI weer. Ook zijn we van plan om – in navolging van onze Duitse collega SCHUFA – een schuldenkompas uit te brengen. Dit is een uitgave met daarin de trends en ontwikkelingen op het gebied van kredietverlening en betalingsverplichtingen. Ook van onze zuiderburen kunnen we veel leren. Belgisch onderzoek toont aan dat het van belang is om telefonieabbonnementen te registreren, om overkreditering te voorkomen. Veel ACCIS-leden denken hier net zo over. Hopelijk kunnen we op Europees niveau iets bereiken.”

Informatie uitwisselen

Het ACCIS-lidmaatschap bevordert de samenwerking tussen leden. “Het is gemakkelijker om informatie met andere kredietbureaus uit te wisselen. Een Nederlandse expat die tijdelijk in Duitsland woont, kan in Duitsland ook krediet aanvragen. Om een goede afweging te maken



De kustlijn van Dubrovnik

van de kredietwaardigheid van deze persoon, kan SCHUFA ook bij BKR de kredietgegevens van deze dame of heer opvragen. Dat gaat allemaal heel erg soepel.”

Inzicht in elkaars werkwijze

Alle ACCIS-leden hebben onlangs meegedaan aan een onderzoek. Het doel hiervan: inzicht krijgen in welk land wat doet als het gaat om kredietinformatie. Welke informatie van consumenten wordt geregistreerd? Wat wordt er gedeeld en met welke partijen? “Iedereen die de vragenlijst heeft ingevuld, kreeg ook een kopie van de resultaten. Het is nuttig om inzicht te hebben in elkaars werkwijze. We zien bijvoorbeeld dat sommige kredietbureaus alleen informatie leveren aan kredietverstrekkers, maar andere

ook aan incassobureaus of commerciële bedrijven. BKR is echt een kredietbureau. Wij leveren dus alleen informatie aan kredietverstrekkers.”



Over ACCIS

ACCIS staat voor Association of Consumer Credit Information Suppliers. De organisatie werd in 1990 opgericht en telt momenteel 37 kredietbureaus die in Europa opereren. Het doel van de organisatie is informatie-uitwisseling tussen de verschillende leden. Zij hebben namelijk vaak met vergelijkbare problematiek te maken. ACCIS heeft ook een nauwe band met het Europees Parlement in Brussel. Medewerkers van de organisatie volgen wet- en regelgeving die impact kan hebben op kredietverstrekking. Zij functioneren als waakhond en doen soms ook lobbywerkzaamheden. BKR wordt gezien als één van de medeoprichters van ACCIS; al vanaf het begin is BKR bij de overkoepelende organisatie betrokken. Veel pilots starten bij BKR; later kunnen andere ACCIS-leden hier weer van leren. Regelmatig gaan BKR-medewerkers op bezoek bij buitenlandse collega's – of komen buitenlandse collega's naar Tiel – om kennis uit te wisselen.



Foto: die SCHUFA Holding AG

BKR internationaal

Leerzaam bezoek aan SCHUFA

Collega-instelling SCHUFA in Duitsland werd opgericht in 1927. Het was één van de eerste krediet-informatiebureaus ter wereld. Mede daardoor zijn zij voorloper op het gebied van dienstverlening, productontwikkeling en digitalisering. De digitaliseringslag die BKR de komende jaren gaat maken, heeft SCHUFA al verwezenlijkt. BKR-medewerkers gingen eind mei op bezoek om te leren van onze oosterburen.

“De aard van de werkzaamheden bij SCHUFA is hetzelfde als bij BKR, maar de benaming ‘Duitse BKR’ doet ze tekort”, vertelt Marijke van den Berg, productmanager bij BKR. “De basis van SCHUFA is namelijk commercieel. Bovendien opereren zij in een concurrerende omgeving. Hierdoor is SCHUFA zeer vooruitstrevend in haar marktbenadering. Ze hebben de stappen al gemaakt die BKR nog wil maken op het gebied van digitalisering en dienstverlening naar de consument toe. BKR is eigenlijk het kleine zusje van SCHUFA.”

“Van de marktbenadering van SCHUFA kan BKR nog veel leren”

Vergelijkbare situaties

“Tijdens ons bezoek kregen wij een uitgebreide presentatie over wat SCHUFA allemaal doet, wat zij tegenkwamen in het verleden, hoe zij omgingen en omgaan met ontwikkelingen in het veld en hoe zij dat doorvertalen in commerciële daadkracht. Het was zeer interessant voor ons om te horen hoe zij omgaan met veranderingen intern en het beter uitdragen van hun maatschappelijke functie extern. Allemaal zaken die ook bij BKR spelen.”

De consument centraal

“Van de marktbenadering van SCHUFA kan BKR nog veel leren. In de hele benadering staat de consument centraal. SCHUFA zoekt continu naar producten waarmee ze de consument van dienst kan zijn. Daarbij lopen zij voorop met

de inzet van nieuwe media. Een voorbeeld is meineSCHUFA mobiel. Hiermee worden consumenten via hun mobiele telefoon op de hoogte gehouden van hun gegevens. Bij BKR zijn we druk bezig met het ontwikkelen van onze eigen consumentenportal: mijnBKR.nl. In de toekomst is deze portal mogelijk ook voor de mobiele telefoon beschikbaar. Daarbij kunnen we SCHUFA's aanpak zeker als voorbeeld gebruiken.”

Bijzondere samenwerking

“Ons managementteam onderhoudt warme contacten met het managementteam van SCHUFA. Daardoor is de samenwerking heel goed. SCHUFA heeft ons eerder geholpen bij de ontwikkeling van ons product BKR Score. Ook nu gaan wij weer verder met de kennis die we bij SCHUFA hebben opgedaan. Daarbij willen we in de eerste plaats een slag maken naar de consument toe. Ik sluit niet uit dat we in de toekomst nog meer gebruik zullen maken van elkaars expertise. We mogen blij zijn met deze bijzondere samenwerking.”



Foto: die SCHUFA Holding AG

BKR Screening

Uw gegevensbestand altijd actueel

Klopt uw gegevensbestand bij BKR nog? Heeft u alle contracten correct geregistreerd? Met BKR Screening kunt u dit eenvoudig controleren. Het resultaat: een hogere kwaliteit van uw gegevensbestand.

Het liefst heeft u uw gegevensbestand helemaal up-to-date. Dat is prettig voor u, maar ook voor BKR. Zo houden wij namelijk samen de kwaliteit van CKI op peil en kunnen collega-klanten op deze gegevens vertrouwen. Door uw gegevens regelmatig te controleren, voldoet u bovendien aan uw registratieplicht. En consumenten profiteren ervan doordat op basis van de juiste gegevens beslissingen over hun kredietaanvragen worden genomen. BKR adviseert klanten met grote databases om hun database één à twee keer per jaar door te lichten.

Hoe werkt BKR Screening?

Met BKR Screening krijgt u een overzicht van uw data uit CKI. U kunt aangeven of u alle gegevens wilt laten screenen of slechts een deel. U kunt bijvoorbeeld alleen de lopende contracten laten screenen, of alleen de afgelopen overeenkomsten. Hulp nodig bij het maken van een selectie? BKR denkt graag met u mee. Zodra u weet welke gegevens u wilt controleren, kunt u dit aangeven bij BKR. Wij zorgen dan dat de screening wordt opgenomen in onze ICT-planning. Vervolgens ontvangt u van ons op drie momenten een screeningslijst met daarin de door u opgevraagde gegevens. Dit kan per cd-rom of (versleuteld) via e-mail:

1. Bij aanvang. Deze screeningslijst kunt u gebruiken voor uw analyse. Welke fouten komen veel voor? Wat kunt u handmatig oplossen, wat wilt u automatiseren? Op basis hiervan kunt u voorbereidingen treffen voor het aanpassen van uw gegevensbestand.
2. Na uw eigen analyse. Deze tweede lijst is recenter dan de eerste en vormt de basis voor daadwerkelijke mutaties. Heeft u alle wijzigingen doorgevoerd? Dan meldt u daarna de gegevens terug aan BKR. Dat gaat zoals u gewend bent, bijvoorbeeld via BKR Net of zakelijk.bkr.nl.
3. Na de aanpassingen. Met deze derde lijst kijkt u of de correcties het gewenste gevolg hebben.

Meer weten?

Wilt u meer informatie over BKR Screening of het product aanvragen? Neem contact op met de Service & Support Desk (via telefoonnummer 0344 - 623488 of servicedesk@bkr.nl) of stel uw vraag via het contactformulier op zakelijk.bkr.nl.



“Na een grondige analyse van het prijsbeleid van BKR, concludeerden we dat het aan vernieuwing toe was”

Nieuw prijsbeleid BKR

Het prijsbeleid van BKR is sinds 1 juli veranderd. Waarom? En wat betekent dat precies voor u als klant? Robert Dörr, manager Relatiemanagement, licht toe.

“Na een grondige analyse van het prijsbeleid van BKR, concludeerden we dat het aan vernieuwing toe was”, aldus Dörr. “Er was te weinig aansluiting bij de wensen van de klanten en de ontwikkelingen in de markt. We hanteerden bijvoorbeeld één prijs voor iedereen. Dat betekende dat iemand die tien toetsingen per jaar deed, evenveel per toets betaalde als iemand met één miljoen toetsingen per jaar.” Dat moest anders, vond Dörr. “Daar komt bij dat we een organisatie zijn zonder winstdoelstelling, die streeft naar operational excellence. Meer volume willen we belonen. Want we creëren voordeel voor onze klanten, maar ook voor onszelf. Wij moeten dus zorgen dat we zo efficiënt mogelijk werken.”

Staffels

Dörr signaleerde daarnaast dat het prijsbeleid erg complex was. “Voor klanten was het soms onduidelijk hoeveel iets nu precies kostte. Daarom wilden we naar meer transparantie en eenvoud. Dat hebben we bereikt door volumestaffels te introduceren met een duidelijke onder- en bovengrens. Neem je een x aantal toetsingen per jaar af, dan val je in een bepaalde staffel en betaal je de prijs per toetsing die aan die staffel gerelateerd is. Hoe meer toetsingen, hoe goedkoper de prijs per stuk.” Dit prijsmodel geldt vooralsnog alleen voor toetsen in CKI en BKR Score. Dat zijn de (hoofd)producten waarvoor de prijsberekingsmethodiek het meest relevant is.

Aangepaste cyclus

De nieuwe prijzen gelden sinds 1 juli 2011. “Ook daarmee hebben we beter ingespeeld op de wensen van de klanten. Eerder communiceerden we onze prijzen voor het nieuwe kalenderjaar in november. Onze klanten gaven aan dat zij graag al eerder de prijzen wilden weten, zodat zij budgetten konden reserveren voor het komende boekjaar. We hebben alles op alles gezet om ervoor te zorgen dat we de klanten eerder konden informeren. En dat is gelukt: klanten worden vanaf nu in het voorjaar geïnformeerd over de nieuwe prijzen. Deze zullen gaan gelden van 1 juli tot en met 30 juni.”





Robert Dörr

Niet over één nacht ijs

Bij het vaststellen van het prijsbeleid is BKR niet over één nacht ijs gegaan. “Het nieuwe prijsbeleid van BKR is uitvoerig getoetst”, aldus Dörr. “We hebben bijvoorbeeld een mededingingstoets doorstaan. Daartoe zijn we verplicht, gezien de bijzondere positie die BKR inneemt.”

Interne zaken

De nieuwe prijzen hebben ook gevolgen voor de interne organisatie. “Denk bijvoorbeeld aan veranderingen op ICT-gebied”, licht Dörr toe. “We hebben diverse impactanalyses uitgevoerd om te kijken wat de invloed is van de nieuwe prijzen op onze systemen, maar ook op het facturatieproces, de contracten met onze klanten en ons relatiemanagement. Vervolgens zijn alle systemen uitgebreid getest. Het spreekt voor zich dat ook alle betrokken medewerkers goed zijn ingelicht.”

Informereren van klanten

“We hebben daarnaast goed nagedacht over hoe we klanten moesten informeren over de veranderingen. Dit heeft ertoe geleid dat we een aantal klanten bezocht hebben. De overige ontvingen van ons in mei een brief waarin hun specifieke situatie stond beschreven en vooral wat het nieuwe prijsbeleid voor hen betekende. De reacties zijn tot dusver positief. Klanten vinden het prettig dat het nieuwe prijsbeleid beter aansluit op de budgetteringscyclus. Zij staan uiteraard ook positief tegenover het prijsvoordeel bij grotere afname van toetsingen.”

Datakwaliteit verbeteren

Positief voor grote klanten is dat zij met het nieuwe prijsbeleid relatief minder betalen per toetsing. “Maar we willen graag dat daar ook wat tegenoverstaat”, aldus Dörr. “Al onze klanten hebben een inspanningsverplichting. Dat betekent dat zij ervoor moeten zorgen dat zij de informatie tijdig aanleveren en dat die juist en volledig is, zodat al onze klanten kunnen vertrouwen op CKI. Bij grote aantallen registraties is de kans op fouten groter. Daarom gaan we analyseren wat het toets- en registratiegedrag is van klanten en hoe we dat kunnen verbeteren. Uiteindelijk willen we toe naar een systeem waarin we gewenst gedrag belonen.” Voor de komende periode staat overigens nog meer op de rol. “Op dit moment zijn we bezig met een klantendashboard waarop de registratiekwaliteiten van de klanten zichtbaar zijn. Klanten kunnen in de toekomst hierop inloggen en zelf zien hoe ze presteren.”

De mens centraal

Het belangrijkste van het nieuwe prijsbeleid is de combinatie tussen volumekorting en datakwaliteit. “Uiteindelijk streven we naar een zo schoon mogelijk CKI. Want alleen dan kunnen klanten goed afwegen of een krediet wel of niet verantwoord is en voorkomen we overkreditering. En daar is ook de consument bij gebaat.”



Jeroen Hoogteijling

Leger des Heils en LIS

“De tijd is rijp voor LIS”

Het Leger des Heils wordt dagelijks geconfronteerd met de gevolgen van problematische schulden. Daarom investeert deze organisatie in preventieve maatregelen, zoals het Landelijk Informatiesysteem Schulden (LIS), dat BKR zal faciliteren. Inmiddels is het informatiesysteem klaar om geïmplementeerd te worden. Het wachten is op politieke besluitvorming.

Jeroen Hoogteijling, directiesecretaris bij het Leger des Heils vertelt: “Schulden zijn vaak de dominante factor bij probleemgezinnen die een dreigende huisuitzetting boven het hoofd hangt. Ook bij het terugkeren naar zelfstandigheid vormen schulden een groot struikelblok. Zolang er een schuldenlast is, lukt het nauwelijks om weer een eigen woning of betaald werk te vinden en te behouden. Daarom willen wij het probleem preventief aanpakken.”

“De nood is hoog. Het schuldenprobleem loopt op. Iedereen blijft aan de drempel staan, terwijl wij klaar zijn om te implementeren”

Breed draagvlak

“Het College Bescherming Persoonsgegevens (CBP) gaf een negatief advies over LIS. Dit advies is onlangs besproken in de Tweede Kamer. We hebben nog geen groen licht gekregen. Daardoor ligt het initiatief nu stil. Dat is extra schrijnend als wij een gezin zien waarvan we weten dat de huisuitzetting door LIS voorkomen had kunnen worden. Als initiators zien we nog steeds mogelijkheden om LIS te realiseren binnen de kaders van de privacywetgeving. De kritiekpunten van het CBP willen we daarbij graag nog een keer onder de loep nemen. Als alternatief voor LIS loopt er momenteel

een pilot van stichting Preventie Problematische Schulden (PPS). Omdat deze pilot inmiddels ook een negatief advies van het CBP heeft gekregen en geen breed draagvlak heeft, zie ik het niet als een succesvol alternatief. De kracht van LIS is dat alle relevante marktpartijen zich bij ons hebben aangesloten. Gezamenlijk willen we een bijdrage leveren aan het voorkomen van problematische schulden. En daar moeten we niet langer meer mee wachten: het aantal huishoudens met problematische schulden neemt nog steeds toe. Bovendien krijgen gemeenten met de Wet gemeentelijke schuldhulpverlening de taak om te zorgen voor adequate schuldhulpverlening. De tijd is rijp om LIS te implementeren.”

De participanten van LIS:

- NVVK: vereniging voor schuldhulpverlening en sociaal bankieren
- Stichting Leger des Heils: Welzijns- en Gezondheidszorg
- VNG: Vereniging van Nederlandse Gemeenten
- Aedes: Vereniging van woningcorporaties
- Energie-Nederland: vertegenwoordigt energieproducenten, -handelaren en leveringsbedrijven
- Thuiswinkel.org
- NVB: Nederlandse Vereniging van Banken
- VFN: Vereniging van Financieringsondernemingen in Nederland



BKR sponsort voorstelling over omgaan met geld

Voorstelling UITV€RKOCHT

Vanuit haar maatschappelijke betrokkenheid bij de schuldenproblematiek, sponsort BKR de theatervoorstelling **UITV€RKOCHT** van toneelgroep KlasseKunst. Deze voorstelling moet jongeren leren bewust(er) om te gaan met geld. Andere sponsoren zijn onder andere het NIBUD en Stichting Kinderpostzegels.

Initiatiefnemer, schrijver en regisseur van de voorstelling is Marcel Boon, werkzaam bij KlasseKunst: “UITV€RKOCHT is onze tweede voorstelling met als thema ‘Omgaan met geld’. De eerste voorstelling was De Verleiding die uiteindelijk door 60.000 leerlingen bezocht is! Het was moeilijk om voor UITV€RKOCHT weer een originele draai te geven aan het thema, maar uit de reacties van leerlingen en docenten blijkt dat het gelukt is. UITV€RKOCHT is een groot succes!”

UITV€RKOCHT

In de voorstelling denken drie hoofdpersonen verschillend over omgaan met geld. Dit leidt tot bizarre situaties. Boon: “KlasseKunst wil voorstellingen maken die voor leerlingen leuk en herkenbaar zijn. Daarnaast is het de bedoeling dat ze er iets van opsteken. De boodschap zit altijd verpakt in het verhaal, want het moet niet te expliciet en zeker niet prekerig worden. Dan haken jongeren meteen af. Daarom laten we in de voorstelling met gekke voorbeelden zien hoe je juist niet

met geld moet omgaan. Of we zetten geldzaken in een ander perspectief. Jongeren weten namelijk al dat te veel geld uitgeven niet goed is. Die boodschap hebben we daarom uit de belerende sfeer gehaald.”

Jong en oud

UITV€RKOCHT staat voor het merendeel op scholen, maar ook op congressen of andere bijeenkomsten. “Laatst speelden we bijvoorbeeld op een vergadering van de Vereniging van Nederlandse Gemeenten”, vertelt Boon. “We worden ook ingehuurd bij projecten bedoeld om mensen aan het denken te zetten over hun uitgavenpatroon. De voorstelling is op jongeren gericht, maar zeker ook geschikt voor volwassenen. Het lesmateriaal bij de voorstelling, ontwikkeld door het NIBUD, is wel specifiek op jongeren gericht.”

Financiering

“Voor onze eerste voorstelling over omgaan met geld hebben wij het NIBUD benaderd. Zij waren enthousiast en wilden ons project sponsoren. Voor UITV€RKOCHT hebben zij BKR als medesponsor benaderd. En ook BKR was enthousiast. Daar waren wij natuurlijk enorm blij mee! Of wij de voorstellingen kunnen blijven spelen, is momenteel afhankelijk van het wel of niet afschaffen van de Cultuurkaart. Met de Cultuurkaart wordt nu nog het cultureel onderwijs op middelbare scholen bekostigd. Wij hopen natuurlijk dat deze kaart blijft zodat we jongeren via theater kunnen blijven voorlichten over omgaan met geld.”



Bureau Krediet Registratie

Bezoekadres:
Dodewaardlaan 1
4006 EA Tiel

Postadres:
Postbus 6080
4000 HB Tiel

T 0344 - 616041
zakelijk.bkr.nl
communicatie@bkr.nl

