

Social Impact

Hoe realiseer je positieve impact

Aan de slag met maatschappelijke vraagstukken



'Social impact: van mens tot mens'

In deze publicatie zetten we het onderwerp social impact op de kaart. Naast klimaat en circulaire economie het derde duurzame thema in de strategie van ABN AMRO. Social impact gaat over **gelijke kansen, financiële inclusiviteit en financiële weerbaarheid**.

Het gaat over sociale uitdagingen in de maatschappij en hoe we als ABN AMRO kunnen bijdragen aan een samenleving waarin iedereen mee kan doen. We laten bevlogen medewerkers aan het woord over initiatieven waar zij aan werken. Het is een kleine selectie van verhalen binnen de bank maar het geeft de breedte en het belang van het onderwerp goed weer. Al deze initiatieven worden bekeken vanuit dezelfde werkwijze, hetzelfde stappenplan, wat zorgt voor een gestructureerde aanpak. Ook komen een aantal stakeholders aan het woord. Zij werken zelf aan sociale uitdagingen of ondersteunen met visie het belang van dit onderwerp. Social impact kent geen eindstreep. We sluiten daarom af met waar de bank in 2021 mee aan de slag gaat.

Inhoud



De cijfers

Sociale uitdagingen in cijfers uitgedrukt



8 Financiële zelfredzaamheid sterkt senioren

Hoe de bank zorgt dat senioren kunnen blijven meedoen in een steeds digitaal financieel systeem



22 Gelijke kansen goed voor iedereen

Vanuit het programma 'Banking through a gender lens' zet de bank de verandering in



5 'Bankieren gaat in de eerste plaats over mensen'

Als bank heeft ABN AMRO een spilfunctie in de maatschappij, betoogt CEO Robert Swaak



13 Arbeidsmigranten verdienen ons respect

Voor hen is een baan in ons land zowel een kans als een bedreiging. De bank zoekt de samenwerking op met stakeholders



28 Meedoen in de maatschappij verhoogt eigenwaarde

Vanuit het bankprogramma B-Able krijgen mensen met een beperking ruim baan



Zo krijgt social impact vorm

Binnen de bank zijn er vele social impact initiatieven. We brengen ze op een uniforme manier in kaart



18 Jongeren op het rechte pad houden

Jonge mensen zijn een makkelijke prooi voor criminelen. De bank treedt op als poortwachter



Hoe verder in 2021?

Nieuwe initiatieven en doorontwikkeling op reeds bestaande initiatieven

Stakeholders

Vijf stakeholders over de urgentie en het belang van social impact

'Banken hebben een grote social impact' 12

Chris Buijink – Voorzitter NVB

'Goede bedoelingen zijn niet genoeg' 17

Ruben Koekoek – Co-Founder en Managing Director Social Finance NL

'Een mindshift voor mens en milieu' 21

Maria van der Heijden – Directeur MVO Nederland

'Wat is van belang voor wie?' 27

Herman Mulder – Voorzitter Impact Economy Foundation

'We laten gretigheid niet knakken' 32

Hans Spekman – Directeur Jeugdeducatiefonds

Sociale uitdagingen in cijfers uitgedrukt

30 tot 40%

Het spaarsaldo bij pensionering ligt bij vrouwen 30 tot 40% lager dan bij mannen. Ook lopen vrouwen meer kans in armoede te verkeren

2040

is het jaar waarin het aantal 80-plussers is verdubbeld ten opzichte van 2020

1 op de 5

van de Nederlandse huishoudens heeft risicovolle schulden

2x zo hoog

De netto-arbeidsparticipatie van niet-arbeidsbeperkten is twee keer zo hoog als van mensen met een arbeidsbeperking

50%

van de mensen met financiële problemen is laaggeletterd

1 op de 17

Nederlanders heeft geen internet, waarvan een derde 75+ is

790.000

Nederlanders hebben te weinig geld voor hun basisbehoeften

300.000

kinderen jonger dan 12 jaar groeien in ons land op met armoede

250.000

Banen werden voor de coronapandemie ingevuld door Oost-Europese arbeidsmigranten

<https://diversiteitinbedrijf.nl/kennisplatform/arbeidsbeperking-of-chronische-ziekte/>
<https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2019/November/Women-In-Financial-Services-2020.pdf>
SCP rapport 2017

<https://www.kennisbundel.nl/rapport/lezen-begrijpen-laaggeletterdheid-en-schulden>
<https://www.divosa.nl/armoede-en-schulden-nederland#armoede-en-schulden-in-nederland>

<https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/84346NED/table?ts=1565172203461>
<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/01/zes-procent-nooit-op-internet>
<https://digitaal.scp.nl/armoedein kaart2019/de-omvang-van-armoede/>

'BANKIEREN GAAT IN DE EERSTE PLAATS OVER MENSEN'

Als maatschappij staan we voor grote uitdagingen, op allerlei gebieden. Met de wereldwijde uitbraak van Covid-19 dit jaar is pijnlijk duidelijk geworden dat naar de kwetsbaarheid van mensen niet voldoende aandacht kan uitgaan. Steeds meer bedrijven raken hiervan doordrongen. De 'S' van 'Social' van de ESG-kapstok voor duurzaamheid staat meer dan ooit in de schijnwerpers. Er is wereldwijd duidelijk een beweging ingezet. Ook binnen de financiële sector, want bankieren gaat tenslotte in de eerste plaats over mensen. Over onze klanten, onze collega's, over mensen in de toeleveringsketens van onze klanten of in de bedrijven waarin onze klanten beleggen. De meesten van hen zijn onafhankelijk en kunnen zichzelf prima redden. Maar dat geldt niet voor iedereen.

Er zijn ook kwetsbare mensen. Mensen die buiten de boot dreigen te vallen. Mensen die al lange tijd op achterstand staan, waardoor we dat haast normaal zijn gaan vinden. Mensen die door gebrek aan levenservaring het slachtoffer zijn van criminele organisaties. Mensen die door hun situatie een valse start maken. Mensen die het slachtoffer zijn van discriminatie. Mensen die uitgebuit worden door hun werkgever. En mensen die de maatschappij niet kunnen bijbenen en hierdoor de aansluiting dreigen te missen. Het zijn vaak schrijnende verhalen.

Als bank hebben we een spilfunctie in de maatschappij. We hebben dus ook een sociale rol, en die stelt ons voor een aantal belangrijke vraagstukken. Hoe kunnen we als bank klanten in kwetsbare posities weerbaarder maken? Hoe kunnen we voor meer gelijke kansen zorgen? Hoe kunnen we organiseren dat iedereen mee kan doen?

Onze collega's hebben een antennefunctie. Zij stellen ons in staat om mensen in kwetsbare posities daadwerkelijk te bereiken en te helpen. Direct met concrete producten of diensten. Indirect door onze invloed uit te oefenen of door actief deel te nemen aan het maatschappelijk debat. We doen dit overigens niet alleen. Dag in dag uit werken we samen met publieke en private organisaties om mensen in kwetsbare posities de helpende hand te bieden. Want alleen samen kunnen we social impact maken.

Deze publicatie laat zien hoe relevant en breed het onderwerp social impact is en voor welke sociale uitdagingen de maatschappij staat. Ook komen een aantal van onze initiatieven voorbij. Laat het een stimulans zijn, een aanjager. Laten we samen de verantwoordelijkheid nemen in situaties waar we een verschil kunnen maken. Er valt namelijk nog een wereld te winnen.

Robert Swaak

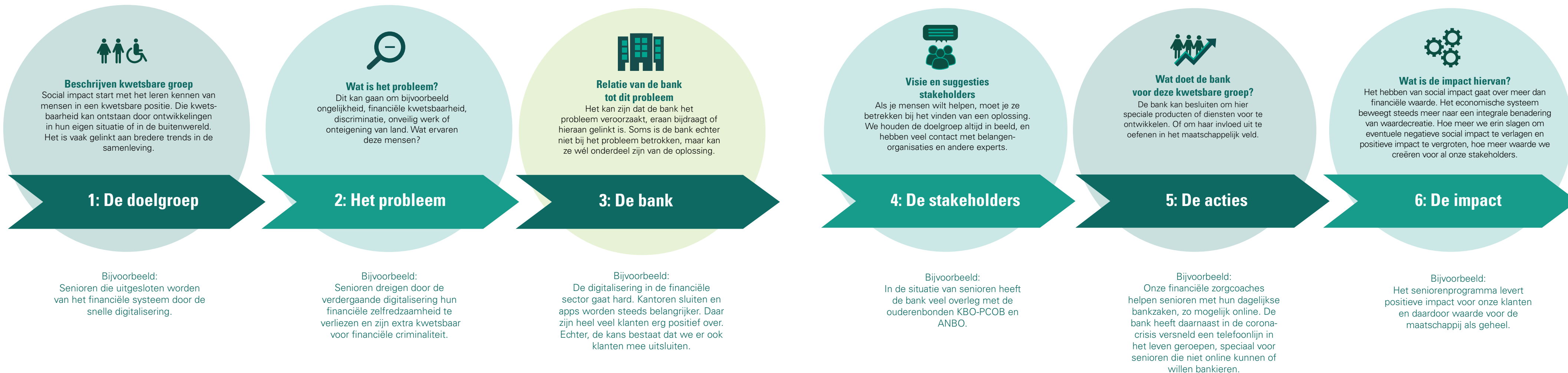


Robert Swaak – CEO ABN AMRO

Zo krijgt **social impact** vorm

Binnen de bank wordt er aan veel verschillende social impact initiatieven gewerkt. Om een gestructureerde aanpak in al deze initiatieven aan te brengen, maken we gebruik van een stroomschema met zes stappen.

Zo brengen we op een uniforme manier in kaart wat we doen, hoe deze activiteiten zich tot elkaar verhouden en welke impact we hiermee realiseren. Wij leggen dit uit aan de hand van het voorbeeld van senioren als kwetsbare groep.



Seniorenprogramma

Financiële zelfredzaamheid sterkt senioren

Veel senioren zien de digitalisering en kantoorluitingen met lede ogen aan. Online bankieren werpt vaak een drempel voor hen op. Ze vinden het complex of zijn bang om fouten te maken. Als je afhankelijk wordt voor het regelen van je financiële huishouden, moet je veel vrijheid inleveren. In het Seniorenprogramma van de bank staat zelfredzaamheid dan ook centraal. Het is ongelooflijk belangrijk dat mensen zo lang mogelijk de regie houden over hun eigen leven.



Gudy van der Wal - Verbruggen

Financiële kwetsbaarheid

Van de 5 miljoen particuliere klanten van de bank behoren er zo'n 800.000 tot de groep senioren (65 jaar of ouder). Volgens Gudy gaat het niet om leeftijd. "Het gaat veel meer om financiële zelfredzaamheid. Zijn klanten in staat om zelf hun financiën te doen nu digitaal bankieren de standaard is en het kantoor op de hoek verdwijnt? Of je dan 65 bent of 89 doet er niet toe. Een klant bepaalt zelf of hij onze hulp op prijs stelt of niet." Veel senioren dreigen door de digitale ontwikkelingen buiten de boot te vallen. "Er is een grote groep die alleen iets meer comfort en zekerheid nodig heeft om hun bankzaken digitaal te doen", vertelt Gudy. "Uit trots zullen zij hier alleen niet zo snel hun kinderen of familie om hulp vragen. Hen geven we een steuntje in de rug. Zij hebben de stap naar digitaal nog niet gezet, uit angst of onzekerheid. Die mensen leren we hoe ze moeten internet bankieren en mobiel bankieren. Maar er is ook een groep senioren die dat niet meer kan of wil. Hen faciliteren we kosteloos met papieren afschriften, overschrijvingskaarten, portvrije enveloppen en de Seniorenlijn."

Een groeiend probleem

Gudy neemt onder senioren diverse problemen waar. "Als je je hele leven je eigen bankzaken regelt, is het een hard gelag als je dit door de digitale vooruitgang niet meer kunt. Er zijn ook klanten die dat altijd aan hun partner hebben overgelaten. Als deze komt te overlijden, komen zij zonder hulp nergens. Dat heb ik bij mijn eigen moeder gezien. Ze is 82 en kan zichzelf na diverse trainingen in digitaal bankieren nu gelukkig prima redden." Ook gezondheid speelt deze klanten vaak parten. "Mensen worden met de jaren minder mobiel", gaat Gudy verder. "Dat zal alleen nog maar toenemen nu ze gemiddeld ouder worden en langer thuis wonen. Dat geldt bijvoorbeeld trouwens ook voor mentale problemen. De verwachting is dat het aantal mensen met dementie de komende jaren flink zal groeien."

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

Het Seniorenprogramma raakt meerdere rollen van de bank. "Om deel te nemen aan de maatschappij is toegang tot financiële dienstverlening essentieel. Dat is onze primaire verantwoordelijkheid", licht Gudy toe. "Klanten die hinder ondervinden bij hun bankzaken, bieden we een helpende hand. Het is onze plicht onze klanten goed te kennen. Alleen zo kunnen we ze een passende dienstverlening aanbieden en hen hierover goed informeren." Voor de bank is haar maatschappelijke rol minstens zo belangrijk. Gudy legt uit waarom: "Senioren zijn een kwetsbare groep. Ontwikkelingen als digitalisering raken hen het meest. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor het coronavirus. Als senioren besmet raken, vormt dat voor deze groep een groot gevaar. En dan zijn er ook nog negatieve bijeffecten. Zo ligt vereenzaming op de loer en zijn kwetsbare ouderen nu nog meer het doelwit van financiële criminaliteit. Daar mogen wij als bank onze ogen niet voor sluiten."

"Uit trots zullen mensen niet zo snel bij hun kinderen of familie om hulp vragen bij digitale bankzaken. Hen geven we een steuntje in de rug."

Steeds alert zijn op signalen

Regelmatig komen we ongewone situaties tegen. "Een klant van 81 die tot over zijn oren verliefd is op een vrouw van 47 en haar ongelimiteerd toegang geeft tot zijn bankrekening, geeft te denken. Maar dat zijn lastige kwesties. Sowieso omdat zo'n klant misschien wel denkt: 'Waar

bemoei je je mee?' Maar ook omdat we tegen de randen van de Privacywet oplopen." Gudy vindt het belangrijk om op zoek te gaan naar wat er wel mogelijk is, vaak zit dit in de sfeer van voorlichting. "Een financiële zorgcoach die een klant van 92 helpt met internet bankieren, zal bij een betaling in een hippe kledingwinkel extra alert zijn. Het is niet waarschijnlijk dat deze aankoop voor de klant zelf is. Als het voor een kleinkind is, is er natuurlijk niets aan de hand. Maar wat nu als dat niet zo is? In zo'n situatie leggen we uit wat we voor klanten kunnen betekenen. We drukken klanten op het hart nooit hun bankpas of pincode af te geven." De bank is actief betrokken bij de voorlichtingscampagne Senioren en Veiligheid van de overheid, bekend van 'Maak het ze niet te makkelijk'. "Daarnaast lanceren we binnenkort de fraudecheckkaart voor onze klanten, met daarop tips over veilig bankieren."

De krachten bundelen

Gudy is blij met het brede maatschappelijke draagvlak en de nauwe contacten met belangenorganisaties. "We trekken veel op met de Ouderenbonden KBO-PCOB en ANBO. In deze tijden van corona richten zij zich extra op eenzaamheid, terwijl wij de focus leggen op financiële zelfredzaamheid." Bij de lancering van de Seniorenlijn half april trad de bank samen met de ANBO naar buiten. "Die lijn was al in ontwikkeling maar hebben we door corona versneld geïntroduceerd", vertelt Gudy. "Een klant die de Seniorenlijn belt krijgt geen keuzemenu, maar direct een medewerker aan de lijn. De financiële zorgcoaches staan klaar om daar waar nodig te ondersteunen." De ANBO organiseert elk jaar de Veiligheids10daagse. Hier zijn veel partijen bij betrokken. "Ook ABN AMRO levert hier haar bijdrage aan. Wij stellen locaties beschikbaar, leveren sprekers en geven workshops over babbeltuics, phishing en WhatsAppfraude." De bank werkt ook samen met ouderenbond KBO-PCOB.



Gudy van der Wal-Verbruggen

is verantwoordelijk voor het Seniorenprogramma bij ABN AMRO en geeft sturing aan de 30 financiële zorgcoaches. Ze heeft een groot maatschappelijk hart. Haar echtgenoot overleed op jonge leeftijd en kort daarna haar vader. Dit heeft haar gesterkt om een lans te breken voor kwetsbaren in de maatschappij.

KBO-PCOB heeft veel lokale afdelingen waar oud-medewerkers van de bank presentaties verzorgen over de digitale wereld.

Disciplines bij elkaar brengen

“Vanuit de bank participeren we ook in lokale allianties”, gaat Gudy verder. “Deze bestaan uit notarissen, artsen, bewindvoerders en vertegenwoordigers van de bank. Zij dragen elk vanuit hun discipline thema’s aan die ze in de lokale gemeenschap waarnemen, zoals financieel misbruik. Samen bedenken ze oplossingen en initiëren ze acties.” In Nederland zijn zo’n 65 van deze allianties actief. Ook met gemeenten en provincies heeft de bank veelvuldig overleg over digitale inclusie en schuldenproblematiek. En over specifieke aandachtsgebieden onderhoudt de bank nauwe contacten met gespecialiseerde instanties als Veilig Thuis en Stichting Dementie. Gudy licht toe: “Het is ontzettend belangrijk dat medewerkers van de bank weten waar ze – financieel – misbruik kunnen melden. Ook zijn ze na een opleiding via Stichting Dementie beter in staat de signalen van dementie te herkennen.”

Bijdragen aan financiële zelfredzaamheid

De dertig financiële zorgcoaches van de bank helpen klanten die niet naar het bankkantoor kunnen komen. Het doel is deze immobiele klanten, vooral senioren, te stimuleren in hun financiële zelfredzaamheid. “We laten ze zien hoe ze via beeldbankieren eenvoudig een adviesgesprek kunnen voeren met de bank. Ook houden we ze alert met tips over veilig bankieren. Als de klant iets meer zekerheid zoekt, bieden we een cursus aan over online bankieren.” Onlangs startte de bank een speciale actie om klanten voordelig een tablet te laten aanschaffen. “Ook dat is een manier om de drempel naar digitaal bankieren voor senioren te verlagen”, vertelt Gudy. “Klanten voor wie

online bankieren niet mogelijk is, helpen we thuis met hun dagelijkse bankzaken. Zoals een overboeking, de aanvraag van een extra rekening of betaalpas, of het regelen van een machtiging.” Daarnaast verwijzen we klanten voor het opstellen van een testament of levenstestament naar de notaris. En hebben klanten vragen over hun hypotheek of bijvoorbeeld beleggingen, dan maken we meteen via beeldbankieren een verbinding met een collega met deze expertise.

“Alles is erop gericht om ervoor te zorgen dat onze klanten zo veel mogelijk hun eigen bankzaken kunnen blijven doen.”

Bijdragen aan een gevoel van trots

Sinds het begin van het programma ziet de bank de klanttevredenheid onder senioren stijgen. “Alles is erop gericht om ervoor te zorgen dat onze klanten zo veel mogelijk hun eigen bankzaken kunnen blijven doen”, benadrukt Gudy. “Digitaal bankieren is voor ons het eerste streven. Als een klant liever een persoonlijk gesprek voert, dan helpen we hem via beeldbankieren. Als dat geen optie is, gaan we over op telefonisch contact en pas in de laatste plaats gaan we over op bezoek aan huis.” Alles is erop gericht de zelfredzaamheid van klanten te vergroten. “Klanten die de draai naar digitaal weten te maken, zijn vaak heel trots”, weet Gudy uit ervaring. “Zij beschouwen het echt als een ticket tot de maatschappij. Je hoort er dan maatschappelijk weer volledig bij. Dat moeten we steeds goed voor ogen houden. Niemand zit erop te wachten aan de zijlijn te moeten staan, hoe oud we ook zijn.”

We moeten scherp blijven

Gudy is tevreden over de resultaten tot nu toe, maar ziet ook nog ruimte voor verbetering. “Onlangs is de bank door het Klachteninstituut Financiële Dienstverlening (KiFiD) in het gelijk gesteld na een klacht van een klant die vanwege zijn leeftijd niet meer rood mocht staan. Hoezeer ik het standpunt van de bank vanuit onze zorgplicht goed begrijp, heb ik persoonlijk moeite met het feit dat wij hiervoor een leeftijdsgrens hanteren. Ik zou het beter vinden als we maatwerk zouden bieden.” Met mijn grote maatschappelijke hart wil ik er alles aan doen om de financiële inclusiviteit te bevorderen.”



“Niemand zit erop te wachten aan de zijlijn te moeten staan, hoe oud we ook zijn.”

'BANKEN HEBBEN EEN GROTE SOCIAL IMPACT'

Chris Buijink – Voorzitter Nederlandse Vereniging van Banken



'Banken doen ertoe, voor jou en voor mij. Banken hebben een grote social impact. Geldzaken raken mensen heel direct: denk aan het kopen van een huis, het afsluiten van een lening of het openen van een bankrekening voor je kinderen. Dat kan positief zijn: met hulp van de bank een eigen bedrijf starten, je droom realiseren. Maar ook negatief: in de schulden zijn geraakt of het niet goed kunnen meekomen met internetbankieren. Banken hebben naast hun commerciële rol een belangrijke maatschappelijke functie. Zij dienen zich bewust te zijn van hun social impact. Dat zijn zij ook, zie de jarenlange inzet op financiële educatie in het basisonderwijs, de inzet voor de Nederlandse Schuldhulp Route en het mensenrechtenconvenant. Banken kunnen de komende jaren ouderen online op weg helpen en beschermen tegen financieel misbruik. En in de kern gezonde bedrijven helpen door de coronacrisis te komen in het belang van onze economie en de werkgelegenheid waar zoveel gezinnen van afhankelijk zijn.'

Stakeholders

Uitbuiting van buitenlandse arbeidskrachten

Arbeidsmigranten verdienen ons respect

Het is van alle tijden: in sectoren waar tekorten zijn op de arbeidsmarkt, doen veel bedrijven in Nederland een beroep op buitenlandse arbeidskrachten. Helaas gaat dit in sommige gevallen gepaard met uitbuiting. Arbeidsmigranten wonen vaak met te veel mensen in kleine huizen, verdienen door allerlei trucs minder dan het wettelijk minimumloon en worden gehouden aan arbeidscontracten die ze zelf niet kunnen lezen. "Alleen door hier gezamenlijk een vuist tegen te maken, kunnen we voorkomen dat arbeidsmigranten worden uitgebuit."

Han Mesters

Geld om gezin te onderhouden

Arbeidsmigranten werken in de landbouw, logistiek of industrie en komen veelal uit Roemenië, Bulgarije en landen buiten de Europese Economische Ruimte (EER). Opvallend is dat ze in steeds mindere mate uit Polen komen. In dat laatste land is de loonkloof met Nederland de afgelopen jaren namelijk veel kleiner geworden. Veel van deze arbeidsmigranten worden in eigen land door uitzendbureaus geworven. Han schetst hun situatie: “Het zijn mensen die huis en haard hebben verlaten. Ze komen hier enkele maanden naartoe om te werken. Eenmaal in Nederland leven ze met elkaar in een vakantiehuysje, hebben ze vaak een 0-urencontract en horen ze soms pas twee uur van tevoren wanneer ze aan het werk moeten.”

Goedkope arbeidsmigrant komt van steeds verder

Een steeds grotere groep wordt via A1-verloning naar Nederlandse bedrijven uitgezonden. Deze legale vorm van verloning bevordert de uitwisseling van arbeidskrachten van landen in de EER. “Dat biedt uitzendbureaus de mogelijkheid om arbeidskrachten uit te zenden die tijdelijk in een ander EER-land gaan werken zoals Nederland”, gaat Han verder. “In theorie dragen deze uitzendkrachten gedurende die periode sociale lasten af en bouwen ze pensioen op in hun eigen land. Maar de praktijk ziet er vaak anders uit.” Volgens Han biedt de constructie van A1-verloning ruimte voor misstanden. “Deze arbeidskrachten worden vaak in Oekraïne geworven door een Pools uitzendbureau. Zij dragen in Polen sociale lasten af en bouwen daar pensioen op. De vraag is of ze van dat geld ooit nog iets terugzien. Sterker nog, ze weten in veel gevallen niet eens van het bestaan af, omdat ze het Poolse contract niet kunnen lezen.” Han geeft aan dat er ook in Nederland bedrijven zijn die een voorkeur hebben voor deze controversiële werkwijze. “De sociale lasten in Polen liggen veel lager.

Bij betaling van het wettelijke Nederlandse minimumloon zijn ze hierdoor per arbeidskracht zo’n 3 euro per uur goedkoper uit.” Hij schreef er het rapport ‘Goedkope arbeidsmigrant komt van steeds verder’ over.

“Zodra mensen afhankelijk van je zijn, kun jij als uitzendbureau de spelregels bepalen. Dat is dan ook wat er op grote schaal gebeurt.”

Afhankelijkheid maakt kwetsbaar

“Die arbeidsmigranten uit Oost-Europa komen hier om de kost te verdienen”, gaat Han verder. “Zij voelen zich in eerste instantie niet uitgebuit. De leefomstandigheden in hun eigen land zijn vaak ook niet optimaal. Bovendien verdienen ze hier meer dan ze gewend zijn.” Daarin schuilt volgens hem nu juist het risico. “Zodra mensen afhankelijk van je zijn, kun jij als uitzendbureau de spelregels bepalen. En dat is dan ook wat er op grote schaal gebeurt.” Arbeidsmigranten kunnen hier de dupe van worden. Sommigen worden uitgebuit door lage lonen, hoge woonlasten en schimmige boeteconstructies. Het contract is veelal opgesteld in een vreemde taal en ook de omgang met deze arbeidskrachten is allesbehalve respectvol. ‘Voor jou tien anderen’, is een veelgehoord credo.

De aanhoudende druk op de tarieven bij de inhuur van uitzendkrachten werkt het gebruik van A1-verloning in de hand. Han heeft een advies voor de inkoopafdelingen van grote bedrijven. “Het is belangrijk jezelf de vraag te stellen of die aanhoudende druk op prijs in overeenstemming is

met het belang van goed werkgeverschap. De bedrijven die arbeidsmigranten inhuren, hebben ook hun verantwoordelijkheid.”

Waar mogelijk invloed uitoefenen

Veel uitzendbureaus die zich richten op buitenlandse arbeidskrachten regelen naast het werk vaak ook de huisvesting. Han licht toe: “Door de woningnood in Nederland investeren dit soort bureaus steeds meer zelf in vastgoed. Voor de financiering kloppen ze bij ons aan.” De bank voelt zich als kredietverstrekker verantwoordelijk voor het wel en wee van de arbeidsmigranten. Han legt uit waarom. “Vanuit onze maatschappelijke verantwoordelijkheid willen wij er zeker van zijn dat de huisvesting en het vervoer van arbeidsmigranten goed is geregeld bij de uitzendbureaus die wij financieren. Daarom doen we voordat we hen als klant accepteren uitgebreid onderzoek naar de doelen, werkwijze en reputatie van het uitzendbureau. Zo kunnen we vaststellen of het bureau zich aan de regels houdt en respectvol omgaat met de arbeidskrachten die het naar Nederland haalt. We worden hierbij geholpen door certificerende instanties zoals de Stichting Normering Flexwonen (SNF). Han benadrukt dat de bank daar waar mogelijk haar invloed probeert uit te oefenen. “Wij zien erop toe dat klanten zich bij de huisvesting van arbeidsmigranten aan de regels houden. Dan moet je denken aan het minimaal aantal vierkante meters per persoon en het maximaal aantal personen per kamer. Daar waar we ruimte zien voor verbetering, komen we met suggesties. Hier maken we dan afspraken over en dat monitoren we ook.” Kwaadwillende uitzendorganisaties zijn op zo’n moment eerder geneigd naar een andere kredietverstrekker op zoek te gaan. “We vinden het belangrijk dat de branche schoon blijft van bedrijven die mensenrechten schenden”, geeft Han aan. “Daarom nemen we actief deel aan het maatschappelijk debat en werken we nauw samen met diverse publieke en private partijen.”



Han Mesters

is sector banker Zakelijke Dienstverlening. Hij geeft regelmatig presentaties over trends in zijn sector en laat ook vaak op social media zijn stem horen. Hij schreef het rapport ‘Human capital: het enige kapitaal dat ertoe doet’. De mens is dan ook een belangrijke drijfveer in zijn werk.

Samenwerken om uitbuiting te voorkomen

De bank onderhoudt contacten met belangrijke stakeholders met betrekking tot deze problematiek, zoals vakbond FNV. Han legt uit waarom: “Zij wijzen ons op nieuwe ontwikkelingen, wat ons helpt in onze dagelijkse dienstverlening. Ook geven ze feedback als ze vinden dat wij op een bepaald gebied onvoldoende acteren, dat houdt ons scherp.” Zo is voor de bank de constante dialoog met de brancheverenigingen ABU en NBBU van groot belang. De ABU vertegenwoordigt met 550 uitzendbureaus 65 procent van de omzet in de uitzendbranche. De NBBU bestrijkt met 1.300 organisaties 23 procent van de markt. “We onderhouden met beide partijen goede banden, samen verkondigen zij het geluid uit de markt”, gaat Han verder. “Het komt ook voor dat ze onderling van mening verschillen, de A1-verloning is hier een goed voorbeeld van. De ABU is tegen het gebruik van deze regeling omdat dit oneerlijke concurrentie in de hand werkt. De NBBU is niet tegen de regeling, maar zoekt het vooral in een adequate handhaving.” Ook op Europees niveau staat de uitbuiting van arbeidsmigranten hoog op de agenda. Sinds juli 2020 is de herziene Detacheringsrichtlijn van kracht die misbruik van A1-verloning minder aantrekkelijk moet maken. Een werkgever mag reis-, maaltijd- en verblijfskosten niet meer optellen bij het loon, maar moet deze apart vergoeden. Zo wordt de loonsom lager en komt onderbetaling sneller aan het licht. Gelukkig is er recent een nieuwe certificerende instantie bijgekomen: Stichting PayOK. Deze stichting controleert of de uitbetaling aan de uitzendkracht ook correct plaatsvindt.

Belangrijk om klanten goed te kennen

De bank doet uitvoerig onderzoek: bij nieuwe klanten, via tussentijdse reviews en bij elke kredietaanvraag van een zakelijke klant. Per sector is er een checklist met vragen

over duurzaamheid en social impact. “Bij uitzendbureaus kijken we bijvoorbeeld wat zij doen om de fysieke en psychische veiligheid van medewerkers te bevorderen”, licht Han toe. “Als zij ook voor huisvesting zorgen, toetsen we of dit volgens de normen van Stichting Normering Flexwonen gebeurt.” Daarnaast checkt de bank of ze voldoen aan bepaalde certificeringen. Han benadrukt: “Maar zelfs als dit zo is, kan een uitzendbureau zich nog steeds schuldig maken aan uitbuiting van arbeidsmigranten. Die certificeringen zijn een eerste stap, maar bieden geen 100 procent garantie.” Bij een rode vlag doet de bank aanvullend onderzoek. “Enkele vragen zijn dan: Heeft er zich eerder een ernstig incident voorgedaan op het gebied van gezondheid, veiligheid of milieu? Is er sprake geweest van een boete of straf omdat de klant milieu- of sociale wetten heeft overschreden?,” vertelt Han.

“Social impact wordt steeds belangrijker, dat geldt in het bijzonder voor bedrijven die bemiddelen in menselijk kapitaal.”

De bank richt zich ook op branchebrede oplossingen. Zo heeft de bank overleg gehad met het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid over de ontwikkeling van een waarborgfonds. “Malafide uitzendorganisaties doeken vaak razendsnel hun B.V. op zodra ze in beeld zijn van de autoriteiten”, licht Han toe. “Zo ontlopen ze boetes en straffen. Vanuit een nieuwe onderneming beginnen ze gewoon weer opnieuw. Om dit tegen te gaan, moeten nieuwe uitzendorganisaties straks mogelijk een som van

honderdduizend euro in het waarborgfonds storten.” Een B.V. die ophoudt te bestaan en zich aan de regels heeft gehouden, ontvangt dit bedrag volledig terug. De betrokkenheid van de bank richt zich op de financiële uitvoering van dit waarborgfonds.

Sociale transitie biedt mooie kansen

De bank maakt zich sterk om de woon- en arbeidsomstandigheden van arbeidsmigranten te verbeteren. Han vat samen: “Door ons uitvoerige klantonderzoek, de check op certificaten en publiek-private samenwerkingen dragen we hieraan bij. De lokale overheden hebben immers ook steeds meer regelgeving over de correcte huisvesting van arbeidsmigranten”. Daar waar mogelijk probeert de bank ook haar stem te laten horen bij de ontwikkeling van nieuwe wet- en regelgeving. Sinds januari 2020 is er de Wet arbeidsmarkt in balans (WAB) die de kloof tussen vaste en flexibele contracten kleiner maakt. Het inkomen en de arbeidsvoorwaarden van flexwerkers moeten gelijk zijn aan die van vaste medewerkers. “Door de snelheid waarin dit soort organisaties opereren en steeds met nieuwe constructies komen, wordt publiek-private samenwerking steeds belangrijker. Het zou fijn zijn als we in de toekomst elkaar ook in de dagelijkse praktijk kunnen opzoeken en concrete casussen kunnen delen. Nu lopen we vaak tegen de grenzen van de Privacywet aan.” Veel van de inspanningen zijn erop gericht malafide bedrijven de pas af te snijden, maar Han ziet ook veel kansen in het stimuleren van bonafide bedrijven. “Social impact wordt steeds belangrijker, dat geldt in het bijzonder voor bedrijven die bemiddelen in menselijk kapitaal. Zij kunnen zich hierin onderscheiden. Als bank kunnen wij ze stimuleren zich nadrukkelijker vanuit hun sociale betrokkenheid te profileren.”



‘GOEDE BEDOELINGEN ZIJN NIET GENOEG’

Ruben Koekoek – Managing Director Social Finance NL



‘Om op grote schaal maatschappelijke impact te realiseren, zijn goede bedoelingen niet genoeg. Er moet een kloppende businesscase aan vooraf gaan. Zo werkt Social Finance NL samen met het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid aan een fonds dat werkgevers moet helpen om een inclusieve organisatie te creëren. Zodat mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt gewoon mee kunnen doen op de werkvloer. Om deze nieuwe business cases te financieren is een bank nodig die meedenkt, haar netwerk inzet en niet bang is om nieuwe samenwerkingsvormen aan te gaan. ABN AMRO heeft aangetoond dit te kunnen en is een belangrijke partner om het bedrijfsleven echt inclusief te maken.’

Stakeholders

Katvangers

Jongeren op het rechte pad houden

Makkelijk geld verdienen, wie wil dat niet? Voor jongeren is de verleiding groot. Ze laten zich tegen een vergoeding gebruiken door het afgeven van hun betaalpas en pincode en door het laten bijschrijven van betalingen op hun bankrekening. Wat ze vaak niet weten, is dat deze betalingen afkomstig zijn van criminelen. Eenmaal slachtoffer staan ze te boek als katvangers of geldezels. De politie ziet ze wel degelijk als daders. "Door jongeren bewust te maken van deze criminele praktijken, voorkomen we dat ze al op jonge leeftijd een strafblad hebben."

Ireen Lammerts & Bo Schilder

Onwetend maakt kwetsbaar

Om zelf buiten beeld te blijven, maken criminelen gebruik van katvangers. "Zo'n katvanger stelt zijn bankrekening beschikbaar om crimineel geld door te sluizen," begint Ireen. Volgens haar zijn de meeste katvangers zich er niet van bewust dat ze zich inlaten met criminelen. "De veelal jonge mensen worden via thuiswerkadvertenties en sociale media geronseld. Voor hen is het vaak een grote verrassing als blijkt dat ze medeplichtig zijn aan witwassen." In hun naïviteit beseffen ze niet dat advertenties over 'snel en veel geld verdienen' meestal een voorbode zijn van criminele praktijken. "De ronselfraktijken vinden in veel gevallen online plaats, buiten het gezichtsveld van hun sociale omgeving," gaat Ireen verder. "Daarom is het ontzettend belangrijk dat we deze kwetsbare groep via voorlichting waarschuwen."

Steeds meer katvangers actief

De bank ziet een groei in het aantal katvangers. Ireen licht toe: "We vermoeden dat dit samenhangt met de invoering van flietsbetalingen, wat de transactiesnelheid van overboekingen tot enkele seconden terugbrengt. Voor criminelen die bezig zijn om de herkomst van gelden te verhullen, is die snelheid zeer welkom. Het geld staat via wijdverspreide netwerken vrijwel direct op de rekening van een katvanger, zij nemen het vervolgens razendsnel op bij een geldautomaat." Dat het aantal katvangers groeit, heeft ook te maken met de toename in het aantal fraudes. "Hulpvraagfraude via onder andere WhatsApp, oplichting via de telefoon (spoofing) en datingfraude komen steeds vaker voor," geeft Bo aan. "Mensen maken te goeder trouw geld over en hebben niet door dat ze het slachtoffer zijn van fraude. Dat geld belandt vaak rechtstreeks op de rekening van een katvanger. De criminelen nemen het geld vervolgens met de betaalpas van de katvanger op en blijven zo zelf buiten beeld."

Mensen in bescherming nemen

De bank heeft een rol als poortwachter van het financiële systeem. Bo en Ireen werken nauw samen met andere afdelingen binnen de bank om het voor katvangers onaantrekkelijk te maken hun activiteiten uit te voeren en daarmee het aantal katvangers terug te dringen. Ook samen met andere banken spant ABN AMRO zich in om het financiële stelsel veilig te houden. Bo licht toe: "De landelijke focus op het opsporen van katvangers dient meerdere doelen. We willen voorkomen dat kwetsbare jongeren zich door criminelen laten ronselen als katvanger. Ook waarschuwen we klanten voor verschillende vormen van fraude, zoals phishing en hulpvraagfraude via WhatsApp, om te voorkomen dat ze daar slachtoffer van worden." Die twee aanpakken houden volgens Bo duidelijk verband met elkaar. "Hoe minder criminelen erin slagen dit soort fraude te plegen, hoe minder katvangers er nodig zijn." Naast het beschermen van potentiële slachtoffers is de landelijke aanpak er ook op gericht om het criminelen lastig te maken geld afkomstig uit fraude, oplichting of handel in drugs wit te wassen."

"Het is ontzettend belangrijk dat we deze kwetsbare groep via voorlichting waarschuwen."

Een web van privaat-publieke samenwerkingen

Via het Landelijk Meldpunt Internetoplichting (LMIO) werken de bankensector, politie, het Openbaar Ministerie en het ministerie van Justitie & Veiligheid samen in diverse werkgroepen aan de aanpak van internetfraude.

Ireen Lammerts

is binnen de bank werkzaam als adviseur Security & Integrity Management (SIM). Ze werkte bij meerdere banken en verdiepte zich daar in de katvangersproblematiek. In één van haar eerdere functies had ze veelvuldig contact met jonge katvangers. Zij kan zich dus goed inleven in hun situatie en dat helpt haar in haar preventiewerk.





Bo Schilder

werkt ook in de functie van adviseur Security & Integrity Management. Ze neemt deel aan diverse werkgroepen die zich richten op de katvangersproblematiek. Ze zit in het Virtueel Team Katvangers binnen de bank en draagt met collega's van SIM bij aan het European Money Mule Action (EMMA) project.

Bo zit namens de bank in de werkgroep 'Moneymules: signalering en beleid', een initiatief van de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB). "Het doel van dit deelproject is om een duidelijk interbancair profiel van katvangers te krijgen en op zoek te gaan naar indicatoren die wijzen op deze praktijken. Zo kunnen we katvangers in een vroeger stadium herkennen en maatregelen nemen om frauduleuze transacties te voorkomen." De bank neemt ook deel aan het European Money Mule Action (EMMA) project. "Vanuit dit project zijn diverse door de bank opgespoorde katvangers gehoord door de politie," vertelt Bo. Ook de Europese waarschuwingscampagne *Don't be a mule* is een initiatief van EMMA. In Nederland is de coördinatie in handen van de Electronic Crimes Task Force (ECTF), een samenwerking van de vier grootbanken, creditcarduitgever ICS, de Nederlandse Vereniging van Banken, de politie en het Openbaar Ministerie.

"Elke klant die na onze voorlichting besluit om niet zijn bankrekening ter beschikking te stellen, is er één."

Actief in voorlichting

Ireen is actief betrokken bij de voorlichting van kwetsbare jongeren. "Eind 2019 zijn we samen met het ministerie van Justitie & Veiligheid en TMI Academy een pilot gestart om kwetsbare jongeren te behoeden katvanger te worden." Doelgroep waren jongeren van 12 tot 18 jaar uit het praktijkonderwijs of het VMBO die deelnemen aan het onderwijsprogramma 'Alleen jij bepaalt wie je bent'. Ireen legt uit: "De bank sponsort dit initiatief.

Vanuit Security & Integrity Management hebben we informatie gedeeld over veilig bankieren en het niet worden van een katvanger." De pilot onder 150 jongeren was een succes. Het heeft het bewustzijn onder deze groep aanzienlijk vergroot, na de coronacrisis krijgt het een vervolg.

De veiligheid bevorderen

De bank wil het groeiende aantal katvangers terugbrengen. Daarom ondersteunt de bank de politie in de opsporing. "Als criminelen steeds meer ruimte krijgen om hun gang te gaan, ontwrichten ze de samenleving," verklaart Ireen. "En dat mag niet gebeuren. Daarom werkt elke partij er vanuit zijn expertise hard aan om criminaliteit op te sporen en te voorkomen." Op dit moment ligt het Wetsvoorstel Regels omtrent gegevensverwerking door samenwerkingsverbanden bij de Tweede Kamer. Ireen juicht dit toe: "Deze wet bevat aanvullende mogelijkheden voor publieke en private partners om gegevens uit te wisselen en te combineren. Dat helpt ons in de aanpak van de katvangersproblematiek." Bo onderstreept tot slot het belang van voorlichting. "Elke klant die na onze voorlichting besluit niet op die link in dat valse mailtje te klikken of niet zijn bankrekening ter beschikking te stellen, is er één. Zo voorkomen we onnodige slachtoffers en dragen we bij aan hun veiligheid."

'EEN MINDSHIFT VOOR MENS EN MILIEU'

Maria van der Heijden – Directeur MVO Nederland



'De focus op financiële winst zit hardnekkig in het economisch systeem. Er is een mindshift nodig om die focus te verbreden naar de waarde van bedrijven voor mens en milieu. Met de NEX – de Nieuwe Economie Index – meet MVO Nederland de stand van het Nederlandse bedrijfsleven langs niet-financiële assen, waardoor helder wordt wat bedrijven bijdragen – en nog kunnen bijdragen – aan de maatschappij. Een bank als ABN AMRO zou bij financieringsaanvragen haar oordeel over een bedrijf moeten baseren op indicatoren die iets zeggen over de bijdrage van het bedrijf aan de maatschappij. Als financiers deze stap zetten, dan versnellen we de nieuwe economie.'

Stakeholders

Banking through a gender lens

Gelijke kansen goed voor iedereen

Vrouwen hebben nog altijd een achterstand op mannen. Belangrijke doorbraken ten spijt, valt er nog een wereld te winnen. Ook binnen ABN AMRO lijkt de dienstverlening lang niet altijd te matchen met de wensen, behoeften en ideeën van vrouwen. Vanuit het programma 'Banking through a gender lens' zetten we de verandering in. "Achter vrouwen gaat een schat aan onbenut potentieel schuil. Als we dat weten te ontsluiten, wordt iedereen hier wijzer van. Vrouwen én mannen. De maatschappij én de bank."

Nicole Böttger & Marianne Verhaar-Strijbos

Vrouwen blijven achter

Met *Banking through a gender lens* richt de bank zich op alle vrouwen. Op vrouwen die geen gelijke rechten hebben en zich in kwetsbare posities bevinden. Maar ook op vrouwen die zich misschien niet eens zo bewust zijn dat zij niet dezelfde kansen hebben als mannen. "Vandaag de dag worden vrouwen nog altijd achtergesteld op mannen," begint Nicole. "Veel vrouwen over de hele wereld bevinden zich in moeilijke omstandigheden, zonder hulp van anderen kunnen ze daar niet uitkomen. Ook verdienen vrouwen vaak minder en zien ze toposities aan hun neus voorbijgaan. En dan is er nog een grote groep vrouwen die vandaag de dag nog altijd financieel afhankelijk zijn van mannen." Marianne vult aan: "Tegelijkertijd zien we dat vrouwen een steeds prominenter rol opeisen in het opbouwen, behouden en overdragen van vermogen. Dat stelt ons als bank voor de vraag hoe we hen hierbij goed van dienst kunnen zijn. Hoe mannen het beheer van hun vermogen, hun financiële planning of het leiden van hun onderneming benaderen, kunnen we niet één op één naar vrouwen vertalen."

"Als we beter in staat zijn de belangen van vrouwen te behartigen, vertaalt dat zich in een rechtvaardigere en gezondere samenleving voor iedereen."

Gelijkheid bevordert eerlijkheid

"Het is dus geen homogene groep," gaat Marianne verder. "Er is dan ook geen sprake van maar één oplossing. Gelijkheid is bedoeld om eerlijkheid te bevorderen, dat

werkt alleen als iedereen gelijke kansen krijgt. Dat betekent voor ons als bank dat we ons goed moeten verdiepen in al onze klantgroepen. Alleen zo kunnen wij de dienstverlening bieden die onze klanten – vrouwen én mannen – nodig hebben." In het streven naar een inclusieve maatschappij is het soms tijdelijk nodig iets meer focus te leggen op een bepaalde groep, zoals vrouwen. Marianne ziet de empowerment van vrouwen niet als exclusief maar als complementair en inclusief. "Bij gendergelijkheid gaat het er niet alleen om vrouwen te laten profiteren van een gelijkwaardige samenleving. Als we beter in staat zijn de belangen van vrouwen te behartigen, vertaalt dat zich in een rechtvaardigere en gezondere samenleving voor iedereen."

Waken voor polarisatie

Vrouwen hebben van oudsher een achterstand, Nicole gaat terug in de tijd: "In de jaren '60 kwam er een wereldwijde vrouwenbeweging op gang die de strijd aanging voor meer gelijkheid. Sindsdien zijn er mooie stappen gezet. Maar we zijn er nog lang niet. Veel bedrijven leggen de focus op gelijke kansen en gelijke betaling. Maar achter echte gelijkheid gaat een veel grotere wereld schuil. De maatschappij is vanuit het perspectief van een man ontwikkeld. Dit is hoe we van oudsher naar dingen kijken. Die ongelijkheid zit diepgeworteld in ons systeem, we weten dus niet beter." Voor Marianne biedt gelijkheid van vrouwen kansen op vooruitgang. "Dat vraagt om de juiste focus. Het gaat niet om 'man versus vrouw' of 'wij versus zij'. Het gaat om 'wij én zij', om 'vrouwen én mannen'. Zo worden we er allemaal beter van, binnen bedrijven maar ook in de maatschappij als geheel. Dan creëer je pas echt gelijkheid en welzijn." Onderzoek wijst uit dat vrouwen die grip hebben op hun financiële zaken, zich minder onzeker voelen over hun financiële toekomst. Zij voelen zich duidelijk beter dan vrouwen met weinig begrip van financiën.

Nicole Böttger

is product owner Diversity & Inclusion. Zij zet zich binnen de bank in voor gelijke kansen en rechten voor iedereen, ongeacht gender, culturele achtergrond, arbeidsbeperking, leeftijd, seksuele voorkeur of religie. Ze geeft vorm en inhoud aan het beleid en is de drijvende kracht achter vele initiatieven binnen de bank. Gelijke rechten voor vrouwen staat hoog op haar agenda.



Zakelijke kansen mislopen

“Het is goed dit alles ook in een maatschappelijke context te plaatsen,” geeft Marianne aan. “Op veel terreinen neemt het aandeel van de vrouw toe. In de politiek, in besturen, op universiteiten, maar ook in de beroepskeuzes van jonge vrouwen en in medisch wetenschappelijk onderzoek.” Onlangs kwam naar voren dat hartfalen bij een vrouw zich anders uit dan bij een man, maar tot nu toe was onderzoek vooral gericht op mannen. Mogelijk vraagt dit om andere medicatie en behandeling van vrouwen. “Vreemd genoeg blijft het financiële domein achter in deze ontwikkelingen,” gaat Marianne verder. “Onderzoek wijst uit dat vrouwen vinden dat financiële dienstverleners hen niet goed genoeg bedienen. Als we hier geen goed antwoord op formuleren, laten we kansen liggen. Dan bedienen we onze huidige klanten niet met producten en diensten die hen verder helpen en gaan nieuwe klanten onze deur voorbij. Zo lopen we dus ook het marktaandeel mis dat vrouwen vertegenwoordigen.” De cijfers liegen niet, vrouwen hebben steeds meer vermogen. “Om hen beter te bedienen, is het belangrijk hun financiële doelen beter te begrijpen,” benadrukt Marianne. “We moeten leren hoe zij denken en wat zij willen. We kunnen bijvoorbeeld niet zomaar aannemen dat vrouwen altijd graag willen impactbeleggen en resultaat minder belangrijk vinden. We moeten waken voor dit soort hardnekkige stereotypen en niet in de valkuil stappen door een bestaand product een vrouwelijk tintje te geven; *pinkification* is zeker niet het antwoord.”

“De cijfers liegen niet, vrouwen hebben steeds meer vermogen.”

Mannen deel van de oplossing

In haar dagelijks werk staat Nicole aan het roer van het diversiteits- en inclusiebeleid van de bank. Gendergelijkheid heeft voor haar vele gezichten. “Op veel terreinen kijken vrouwen nog tegen een achterstand aan. Zij hebben onze steun nodig om het pad naar gelijkheid te effenen. Omdat dit niet vanzelf gaat, zijn hiervoor speciale inspanningen nodig. Niet om vrouwen voor te trekken, maar om vrouwen de inhaalslag te laten maken. Vanuit het gedachtegoed Banking through a gender lens gaan we hier nog actiever op sturen.” Met de ondertekening van de *Women’s Empowerment Principles* van de Verenigde Naties in april 2020 heeft de bank zich hieraan gecommitteerd. “Na zo’n ondertekening moeten we het natuurlijk wel waar gaan maken,” gaat Nicole verder. “Dat de top van de bank deze principes omarmt, is een belangrijk signaal. We moeten het met elkaar doen, ook de mannen. Die overtuiging van Marianne deel ik zeer zeker ook.” Toch is nog niet iedereen ervan doordrongen dat het noodzakelijk is deze beweging gezamenlijk in te zetten. “Op dat vlak moeten we nog wel wat terrein winnen,” beaamt Nicole. “Ik vroeg onze CEO laatst om een lijstje met namen van mannen die de genderlens mede vorm willen geven. Die zijn nu namelijk nog op één hand te tellen.”

Middenin de maatschappij

Nicole staat dagelijks in contact met de overheid, vakbonden, wetenschap en NGO’s. “Als bank hebben we een direct lijntje naar diverse grote bedrijven. We wisselen kennis uit en slaan regelmatig de handen ineen.” Ook schreef ze mee aan het advies ‘Diversiteit in de Top. Tijd voor versnelling’ van de Sociaal Economische Raad (SER). “Omdat wij als bank al jaren een actief beleid voeren op het gebied van diversiteit en inclusie, hebben we veel geleerd. Het is eervol deze expertise ook voor de maatschappij te kunnen inzetten.” De bank ondertekende

diverse charters. Met de charter Talent naar de Top zet de bank zich in voor meer vrouwen aan de top en met de charter Diversiteit in Bedrijf voor diversiteit op de werkvloer. De inspanningen van de bank houden niet op bij de eigen medewerkers of klanten. “Ook in de ketens van onze klanten bevinden zich vrouwen in kwetsbare posities,” benadrukt Nicole. “Zij kunnen in hun werk of beroep te maken krijgen met vrouwendiscriminatie en verbale, fysieke of seksuele misdragingen door mannen. Dit kunnen wij nog scherper in ons beleid laten terugkomen.”

“We hebben nog wel wat terrein te winnen.”

De juiste vragen stellen

Voor Marianne is financiële inclusie een belangrijk speerpunt. “Of iemand nu investeert, onderneemt, of bezig is het nalatenschap vorm en inhoud te geven; onze vrouwelijke klanten lopen mogelijk kansen mis. Misschien wel omdat wij ze die kansen niet bieden, of omdat we ze niet goed genoeg kennen. Daarom is het belangrijk ons nog beter in hun behoeften te verdiepen.” Adviseurs zijn vooral gewend om een oplossing of een antwoord te geven “Door de juiste vragen te stellen, kom je er beter achter waar de kansen liggen voor een klant,” vervolgt Marianne. “Veel vrouwen in de leeftijd van 60-70 jaar hebben spijt als zij zich niet tijdig in de financiën hebben verdiept.” Het komt regelmatig voor dat vrouwen door een echtscheiding, overlijden van hun partner of door ouder worden in een situatie terechtkomen die hen voor complexe vermogensvragen stelt. Marianne gaat verder:

“Het zou goed zijn vooraf de zaken goed te regelen. Daarom moeten we nog meer naast onze klanten gaan staan en hen vragen naar hun doelen, drijfveren en met name financiële zorgen. Wij kunnen ze helpen om hun financiële zaken te regelen op een manier die bij ze past.” Ze benadrukt dat dit voor alle klanten van de bank geldt. “Het voelt goed om financieel onafhankelijk te zijn, ongeacht de hoogte van je vermogen. Het geeft je niet alleen een gevoel van kracht maar zorgt er ook voor dat je vrij bent om keuzes te maken. En dat is van groot belang voor ons welzijn.”

“Vrouwen maken nog altijd 30 procent minder kans op een krediet dan mannen.”

Opnemen in ons DNA

Nicole ziet de beweging naar een genderneutrale dienstverlening als een organisch proces. “Die genderlens moet onderdeel worden van ons DNA. Dat gaat niet van vandaag op morgen.” De bank wil allereerst vooral het bewustzijn verhogen, daar waar mogelijk zet ze in op directe impact. “Onlangs hebben we onze vacatureteksten genderneutraal gemaakt,” gaat Nicole verder. “Sinds die tijd solliciteren er meer vrouwen zonder dat we mannen hebben ontmoet. Het is mooi dat dit onmiddellijk vruchten afwerpt.” Ook in haar rol als sportsponsor timmert de bank aan de weg. Nicole legt uit: “We zijn gestart met het sponsoren van de Ajax-vrouwen. en met een female empowermentprogramma binnen de hockeysport; ook daar is sprake van ongelijke kansen voor vrouwen.” En ook binnen de bank zijn er vele initiatieven. Nicole noemt er een paar: “Vrouwelijke medewerkers op de kantoren mogen

voortaan ook mannenbedrijfskleding dragen, als zij dat prettiger vinden. Ook loopt er een pilot waarin een mannelijke en vrouwelijke collega altijd samen het sollicitatiegesprek voeren. En voor elke vacature nodigen we minimaal twee vrouwen uit.”

Kritisch zijn op onszelf

Het balletje begint steeds meer te rollen, merkt Nicole. “Met de campagne ‘Baas in eigen beurs’ maken we jonge vrouwen bewust van de manier waarop ze met geld omgaan. En tijdens het event ‘Vrouwen en vermogen’ staat alles in het teken van de wijze waarop vrouwen naar vermogen kijken, welke behoeften zij hebben en welke belemmeringen zij ervaren. Met de inzichten die we daar opdoen, gaan we concreet aan de slag. Door onze dienstverlening te verbeteren of door aanvullend onderzoek te doen.” Sinds een jaar participeert ABN AMRO samen met andere banken in het Borski Fund, het fonds heeft 21 miljoen euro beschikbaar voor bedrijven met vrouwen aan het roer. Marianne en Nicole juichen toe dat dit fonds er is. “Maar het neemt niet weg dat we ook goed moeten kijken wat er misgaat in onze eigen kredietverstrekking aan vrouwelijke ondernemers,” wil Nicole nog even kwijt. “Zij maken nog altijd 30 procent minder kans op een krediet dan mannen.”



Marianne Verhaar-Strijbos

is directeur Private Wealth Management. Deze afdeling bedient de zeer vermogende klanten van de bank. Marianne ziet het aandeel van vrouwen in de opbouw, het behoud en de overdracht van vermogen toenemen. Het beter afstemmen van onze dienstverlening op vrouwen biedt volgens haar veel kansen. Ze is ervan overtuigd dat iedereen hier beter van wordt.

Van betekenis voor de wereld

Voor Marianne is de genderlens een vat aan mooie kansen. “Diverse teams presteren beter, dan is het toch zonde dat we al dit potentieel onbenut laten?” Ze ziet ook een duidelijke rol voor de bank. “Financiële onafhankelijkheid gaat over keuzevrijheid. Dat is een belangrijk fundament. Daarom moeten we al onze klanten, en dus ook vrouwen, aanmoedigen en empoweren. Dat sterkt hen in hun rol als partner, moeder en als mens, en daar wordt iedereen beter van. Hoe beter wij erin slagen onze vrouwelijke klanten te begrijpen en bedienen, hoe meer zij in hun kracht staan. Ook dat is Banking for better, for generations to come.”

“Financiële onafhankelijkheid gaat over keuzevrijheid. Dat is een belangrijk fundament.”



“Die genderlens moet onderdeel worden van ons DNA.”

‘WAT IS VAN BELANG VOOR WIE?’

Herman Mulder – Voorzitter Impact Economy Foundation



“Social impact begint met de beantwoording van de vraag: “Wat is van belang voor wie?”. Social impact wordt gedragen door de bereidheid om stakeholders, die positief of negatief beïnvloed kunnen worden, structureel te betrekken bij de introductie van nieuwe plannen, services en producten. Nodig relevante externe stakeholders uit bij de vaststelling van het menu en ook als gewaardeerde gast, in plaats van dat ze op het menu staan. Heb vertrouwen in jezelf en in je relevante stakeholders om gezamenlijk oplossingen te vinden voor problemen en kansen voor allen. Dat is *business in society* en *banking is about people*.”

Stakeholders



Kansen op de arbeidsmarkt voor mensen met een beperking

Meedoen in de maatschappij verhoogt eigenwaarde

Van de mensen met een arbeidsbeperking is zo'n 65 procent werkloos. Het is een grote groep van zo'n 1,2 miljoen mensen die dolgraag willen werken, maar hiervoor niet of nauwelijks de kans krijgen. Daarom hebben de overheid en werkgevers in Nederland afgesproken om 125.000 extra banen voor deze groep te realiseren. In 2025 wil ABN AMRO werk bieden aan 225 mensen met een arbeidsbeperking. Voor de bank ligt de focus op financiële zelfstandigheid. "Het gaat niet alleen om de baan en het salaris, maar vooral om een volwaardig lid te kunnen zijn van de maatschappij."



Sven Romkes & Nicole Riebandt

Buitenspel door beperking

In het Sociaal Akkoord van 2013 hebben de regering en werkgevers de afspraak gemaakt extra banen te creëren voor mensen met een arbeidsbeperking; in totaal gaat het om 125.000 banen in 2025. De overheid staat garant voor 25.000 van deze banen, de bedrijven voor 100.000. Hoewel we mensen met een arbeidsbeperking vaak onder één noemer scharen, is de groep zeer divers. "De aard van de beperking bepaalt voor een groot deel waar deze mensen behoefte aan hebben", begint Sven. "Iemand in een rolstoel of met een visuele beperking is meestal geholpen met goede faciliteiten en slimme hulpmiddelen. Als je een chronische ziekte hebt, heb je behoefte aan flexibele werktijden. Mensen met een psychische stoornis zijn vooral gebaat bij coaching en iemand met een lichte verstandelijke beperking presteert het beste met structuur en begeleiding. Wat deze mensen gemeen hebben, is dat ze door hun beperking niet vanzelfsprekend de kans krijgen om hun talenten in te zetten in een betaalde baan." Vanuit het programma B-Able zoekt de bank arbeidsmogelijkheden voor deze mensen.

Landelijke aantallen lopen terug

"Het probleem zit 'm vooral in de transitie naar werk", gaat Sven verder. "Met juiste faciliteiten, duidelijke afspraken en goede begeleiding leveren deze mensen een waardevolle bijdrage aan een bedrijf. Dat opstapje naar een passende functie en een normaal salaris gaat alleen niet vanzelf." Steeds meer bedrijven willen een duurzame bijdrage leveren aan de maatschappij. Toch ziet Sven dat veel bedrijven de afspraken uit het Sociaal Akkoord alweer loslaten. "In Nederland liepen we met elkaar zo'n 12.000 mensen voor op het vastgestelde quotum richting 125.000 banen in 2025, dit aantal is inmiddels met 4.000 teruggelopen en dat is zorgwekkend." De bank beweegt

tegen deze ontwikkeling in. Een paar maanden voor het einde van 2020 was de jaardoelstelling voor het aantal banen al vroegtijdig behaald. "In totaal heeft de bank op dit moment 112 mensen in dienst met een arbeidsbeperking, in 2025 moet dat aantal dus twee keer zo hoog zijn, geeft Sven aan. "Dat onze Raad van Bestuur dit programma al sinds 2013 steunt, staat aan de basis van het succes."

"De aard van een beperking bepaalt voor een groot deel waar deze mensen behoefte aan hebben."

Focus op diversiteit en inclusie

Voor de bank zijn er twee goede redenen om arbeidskansen te creëren voor mensen met een beperking. Sven licht toe: "Om te beginnen moeten wij ons natuurlijk houden aan de wettelijke afspraken. Maar voor ons is het vooral een maatschappelijke missie." De bank zet al jarenlang flink in op diversiteit en inclusie. "We vinden het belangrijk dat iedereen gelijke kansen krijgt, ongeacht geslacht, seksuele voorkeur, afkomst, ras, religie, leeftijd of arbeidsbeperking. We willen als bank een afspiegeling zijn van de diverse maatschappij en zetten ons in om iedereen te laten participeren. Op het moment dat we mensen met een arbeidsbeperking aan werk helpen, voelen zij zich een volwaardig lid van de maatschappij en dat is ontzettend belangrijk voor hun eigenwaarde." ABN AMRO houdt er een ruimere opvatting op na dan het Sociaal Akkoord voorschrijft. Het akkoord richt zich op mensen met een arbeidsbeperking die niet zelfstandig het minimumloon kunnen verdienen. Binnen de bank ligt de focus op alle



Sven Romkes

is de geestelijk vader van het B-Able programma binnen de bank. Dit programma helpt mensen met een arbeidsbeperking aan een baan. Sinds 2013 weet hij de top van de bank te overtuigen van het belang en de toegevoegde waarde van B-Able. Sven is een actief deelnemer aan de Haagse lobby en steekt veel energie in het stimuleren van andere bedrijven.

Nicole Riebandt

is net als Sven people development consultant bij de B-Able Desk. Ze maakt zich sterk om mensen met een arbeidsbeperking binnen de bank duurzaam aan het werk te krijgen en te houden. Elk bedrijf hoort een afspiegeling van de samenleving te zijn. Zolang dit nog niet het geval is, moedigt zij managers binnen de bank aan mensen met een beperking aan te nemen.



mensen met een arbeidsbeperking, met de nadruk op reguliere functies en dito salarissen.

Met elkaar kansen creëren

In het behalen van haar missie staat ABN AMRO in contact met veel partijen binnen en buiten de bank. “Via een gezamenlijke lobbygroep proberen we de politiek te overtuigen nieuwe wetgeving te laten aansluiten op de praktijk”, vertelt Sven. “Ook met sociale partners als vakbonden, VNO-NCW en uitkeringsinstantie UWV zijn we continu in gesprek. Samen met UWV en andere partijen organiseren we een maandelijkse banenmarkt voor mensen met een beperking, vanwege het coronavirus momenteel online.” Sven en Nicole onderhouden ook intensieve contacten met diverse bedrijfsonderdelen binnen de bank. “Samen denken we na over mogelijke banen, voor welke mensen deze interessant kunnen zijn en wat we kunnen doen om hen optimaal te faciliteren.” Op dagelijkse basis werken Sven en Nicole samen met sociale ondernemingen Onbeperkt aan de slag en Ctalents. Deze bedrijven vervullen de rol van intermediair, waarbij Ctalents de focus legt op mensen met een visuele of auditieve beperking. Beide zetten zich in om mensen met een beperking aan een passende baan te helpen.

Van toeschouwer naar topspeler

“Als de focus al jarenlang uitgaat naar je beperking, en nu ineens staat jouw talent centraal, is dat een enorme stimulans voor je zelfvertrouwen”, vertelt Nicole. “Met een contract en een normaal salaris stijgt je eigenwaarde helemaal.” Veel van deze medewerkers komen bij ons in reguliere functies terecht, die zij met speciale faciliteiten prima kunnen vervullen. Het komt ook voor dat de bank banen creëert. “Hiervoor geldt wel dat ze moeten bijdragen aan onze bedrijfsvoering”, gaat Nicole verder. “Een voorbeeld

zijn de Warm Welkom medewerkers met een arbeidsbeperking die in onze bankkantoren klanten welkom heten.” De Sign Language Coffee Bars ziet Nicole vooral als een geslaagd initiatief om het bewustzijn onder medewerkers en klanten te verhogen. “Op veel kantoren heeft deze koffiegebarentaal een vaste plek verworven in de dagelijkse routines op kantoor. Diverse andere bedrijven hebben dit concept inmiddels geadopteerd, ook dat draagt bij aan onze maatschappelijke missie.” De bank zet haar kennis en ervaring vanuit B-Able ook in om haar klanten te adviseren. Nicole: “De B-Able Desk geeft voorlichting aan klanten van de bank over hoe zij mensen met een arbeidsbeperking aan werk kunnen helpen.” Het komt ook regelmatig voor dat de bank mensen met een arbeidsbeperking aanbiedt bij andere bedrijven, als er binnen de bank geen mogelijkheden voor ze zijn.

“Als de focus al jarenlang uitgaat naar je beperking, en nu ineens staat jouw talent centraal, is dat een enorme stimulans voor je zelfvertrouwen.”

Voorbeeldrol voor andere bedrijven

ABN AMRO heeft in Nederland inmiddels een belangrijke voorbeeldrol, Sven beaamt dit. “We zijn nu zo’n zeven jaar actief en hebben al veel bereikt. Maar we blijven ook kritisch naar onszelf kijken. We vinden het belangrijk om onszelf te blijven verbeteren, ook al zijn we veel verder dan de meeste bedrijven.” Door mensen met een arbeidsbeperking langdurig aan het werk te helpen, hoeven zij geen aanspraak meer te maken op een uitkering. Los van deze maatschappelijke impact is het programma B-Able ook van waarde voor de bank. “Jaarlijks onderzoek onder medewerkers wijst uit dat teams waar mensen met een arbeidsbeperking werken hoger scoren op tevredenheid. Ook is hier het ziekteverzuim lager, wat de productiviteit ten goede komt. We zien het ook terug in de hogere klanttevredenheid op kantoren waar Warm Welkom medewerkers werken.” Een belangrijke les voor Sven is dat de aandacht niet mag verslappen. “Het is zeker niet zo dat wij alleen maar een stijgende lijn vertonen, het gaat niet vanzelf. Steeds als er mensen met een arbeidsbeperking de bank verlaten, moeten we ons stinkende best doen om dat aantal weer in te halen.” Dat het B-Able netwerk inmiddels een beetje uit zijn jas groeit, baart Sven enigszins zorgen. “Laatst ving ik toevallig op dat het met een van onze kandidaten niet zo goed ging. Dat raakte me erg, vooral omdat het altijd onze kracht is geweest iedereen te kennen, te spreken en te volgen. Nu we de honderd zijn gepasseerd, lukt dat niet meer, en dat werd toen even pijnlijk duidelijk.” Samen met hun collega’s zijn Sven en Nicole op zoek naar nieuwe manieren om deze betrokkenheid vorm te geven.



“Het is zeker niet zo dat wij alleen maar een stijgende lijn vertonen, het gaat niet vanzelf.”

'WE LATEN GRETIGHEID NIET KNAKKEN'

Hans Spekman – Jeugdeducatiefonds



'Ongeveer 300.000 kinderen jonger dan 12 jaar groeien in ons land op met armoede, waarvan meer dan de helft in een gezin waar één of beide ouders werken. Vrijwel iedereen is voor gelijke kansen, maar dat ideaal wordt in ons land niet bereikt. Het Jeugdeducatiefonds wil een bijdrage leveren aan een samenleving waarin alle kinderen zich maximaal kunnen ontwikkelen. Dat is goed voor het kind, goed voor de samenleving en goed voor onze economie van morgen. We werken samen met basisscholen. De meester en de juf kennen de talenten van de kinderen. We doen ons werk mede door de geweldige steun van de ABN AMRO Foundation en hun vrijwilligers. Ieder kind is gretig. Samen kunnen wij het verschil maken. We laten gretigheid niet knakken.'

Stakeholders

Hoe verder in 2021?

Sociale ongelijkheid neemt op veel gebieden toe binnen onze maatschappij, zowel in Nederland als in andere landen. Als bank moeten we continu alert blijven en zien wat er in de maatschappij gebeurt. Social impact kent immers geen eindstreep. Wel moeten we keuzes maken en de capaciteit die we hebben goed gebruiken om samen met stakeholders echt impact te maken. In 2021 pakken we nieuwe initiatieven op en ontwikkelen we bestaande initiatieven door.



Kennis en bewustwording vergroten

We moeten de kennis en bewustwording van medewerkers op het gebied van social impact vergroten om waar nodig onze rol te kunnen spelen. Dit doen we door onze medewerkers te trainen op dit onderwerp: in algemene zin en op specifieke thema's.

Rapporteren

Het meten en rapporteren van onze impact helpt ons als organisatie om ook te kunnen sturen op het verminderen van negatieve impact en het vergroten van positieve impact. In ons Impact Rapport 2020 doen we transparant verslag van de impact die ABN AMRO heeft. In het rapport zullen we dit jaar extra aandacht besteden aan de financiële onzekerheid van klanten als gevolg van Covid-19 en de rol van de bank hierin.

Financiële zelfredzaamheid jongeren

In de leeftijd van 15-24 jaar worden jongeren in steeds grotere mate financieel zelfstandig. In deze periode ontstaan vaak eventuele betaalproblemen. Het social impact programma voor jongeren heeft tot doel om deze groep te leren op een verantwoorde manier met hun geld om te gaan en schulden en betalingsachterstanden te voorkomen of verminderen. Het is een doorlopend programma dat jongeren verder helpt op weg naar financiële zelfstandigheid en zelfredzaamheid.

Lokale allianties

In 2015 heeft de overheid de Brede Alliantie Veilig Financieel Ouder Worden opgericht, met als doel de preventie van financieel misbruik van senioren aan te pakken op lokaal, regionaal en landelijk niveau. ABN AMRO werkt actief mee aan dit landelijke initiatief en ook nemen medewerkers van de bank deel aan de 'lokale allianties', netwerken van o.a. gemeentes, zorginstellingen, notarissen en banken. Zij werken enerzijds aan het vergroten van bewustwording over financieel misbruik bij- en het geven van concrete handvatten aan senioren. Anderzijds werken de lokale allianties aan kennisvergroting van zorgprofessionals die bij senioren achter de voordeur komen over financieel misbruik en wat ze daar aan kunnen doen. Op deze wijze dragen de allianties bij aan het voorkomen, signaleren en stoppen van financieel misbruik. ABN AMRO zal deze lokale deelname verder intensiveren in 2021 en streeft naar een landelijke dekking.

Verder ontwikkelen van onze dienstverlening aan senioren

Met het oog op de verdere digitalisering en inkrimping van ons kantorennet is het ons doel om senioren zo volledig mogelijk mee te laten doen als het gaat om het regelen van hun bankzaken. Dit doen we door hen gerichte ondersteuning te geven, waar zij dat willen en nodig hebben. We houden nauw contact met deze klantgroep en betrokken partijen om onze diensten waar nodig aan te passen en verder te ontwikkelen.



Aanpassing van onze communicatie voor laaggeletterden

De helft van de mensen met financiële problemen heeft moeite met lezen. Dat betekent zeer waarschijnlijk dat zij brieven en andere communicatie van instanties niet goed begrijpen. In 2021 passen wij onze digitale en persoonlijke communicatie zo verder aan dat deze ook voor klanten die moeite hebben met lezen begrijpelijk is.

Schuldenproblematiek

Er zijn steeds meer mensen met problematische schulden in Nederland. Door COVID-19 nemen de aantallen verder toe. Gemiddeld wachten mensen met financiële problemen 5 jaar voordat ze hulp zoeken. Kwetsbare klanten zijn dan ook voor een deel onzichtbaar. Het is van belang dat we duidelijk zicht krijgen op deze kwetsbare klantgroepen. Als bank en als financiële sector hebben we een belangrijke rol in het creëren van oplossingen en op het gebied van preventie. We nemen onze verantwoordelijkheid door klanten hulp te bieden bij betalingsproblemen en/of geldzorgen, en verwijzen ook actief door naar andere professionals in de schuldhulpverlening via de Nederlandse Schuldhulp Route.

Implementeren van het programma 'Banking through a gender lens'

Dit programma richt zich specifiek op vrouwen, als klant, als werknemer van de bank en bijvoorbeeld in de ketens van onze klanten. We nemen onze rol als werkgever, dienstverlener, kredietverlener en beleggingsdienstverlener onder de loep. Zo krijgen we een goed beeld van de kansen, mogelijkheden en gebreken in onze bedrijfsvoering om de benodigde verandering te realiseren.

Banking for Better dagen

In de CAO van de bank is geregeld dat medewerkers recht hebben op 5 dagen die ze kunnen inzetten voor vrijwilligerswerk via ABN AMRO Foundation of het eigen netwerk. In 2021 zullen we de inzet van deze dagen weer onder de aandacht brengen met mogelijkheden op het gebied van social impact.



Colofon

Fotografie

Marjolein van der Klaauw

Lithografie

Altavia Sumis

Productie

LVB

Publicatie Group Sustainability

December 2020

Tekst

José Hoppenbrouwer

ABNAMRO.com

Wilt u meer weten of heeft u vragen n.a.v. deze publicatie?

Mail dan naar duurzaamheid@nl.abnamro.com.