

de volksbank

Beter voor elkaar Jaarmagazine 2023

**HOE WIJ HET VERSCHIL
MAAKTEN VOOR NEDERLAND**



**Eerst de mens.
Dan het geld.**

asn  bank

**Zo maakt
geld gelukkig**

 RegioBank

**De buurtzame
bank**

 BLGwonen

**Wij zien wat
jij in huis hebt**

“
**SAMEN ZETTEN WE ONS
 IN VOOR EEN BETER
 NEDERLAND. IEDER
 MERK OP ZICH, MAAR
 OOK MET ELKAAR.**



Hé, een magazine van de Volksbank?

Jazeker, want wij zijn er voor iedereen. Dus ook voor jou. Of je nu klant bent of (nog) niet. Of je ons al heel goed kent of juist nog nooit van ons hebt gehoord. Wij zijn het moederbedrijf van SNS, ASN Bank, RegioBank en BLG Wonen. Als bank met ruim 3 miljoen klanten willen we ons onderscheiden door onze maatschappelijke impact. Anders gezegd: samen maken we heel Nederland een beetje beter. Hoe we dat in 2023 hebben gedaan, lees je in dit magazine. Zo leer je ons meteen wat beter kennen.

Als bankiers houden we natuurlijk van cijfers. Maar we begrijpen heel goed dat die niet altijd voor zich spreken. Vandaar dat je in dit magazine de verhalen áchter de cijfers vindt. En die gaan vaak juist helemaal niet over geld, maar over mensen.

Stuk voor stuk laten onze merken zien waar ze voor gaan en staan. En wat ze in 2023 hebben gedaan om dit te bereiken. Met columns, overzichtenen, korte verhalen en reacties van klanten, en van medewerkers. Plus een paar cijfers hier en daar.

Dit magazine verschijnt naast de officiële rapporten die samen het jaarverslag van de Volksbank vormen: het Integrated Annual Report en het bijbehorende Pillar 3 Report. Zo af en toe verwijzen we hiernaar met een link in de tekst. Handig voor als je er toch wat dieper in wilt duiken.

Wij hebben dit magazine met plezier gemaakt, voor jou. We hopen dan ook dat je er met een positief gevoel doorheen bladert. Veel leesplezier!

de Volksbank,
 namens alle medewerkers



DUBBELINTERVIEW

DE RELATIE MET ONZE KLANTEN IS INTENSIEVER GEWORDEN.

6

75%
resultaat klimaatneutrale balans

2023 in cijfers / pag. 18

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

IMPACT MAKEN IN NEDERLAND; ZO DOEN WE DAT



24



20

ONZE STRATEGIE

Samen bouwen aan een betere samenleving

EN VERDER

- De Volksbank in één oogopslag / pag. 10
- Inclusieve samenleving / pag. 28
- Colofon & contact / pag. 46

HOOGTEPUNTEN

Klanten vinden onze bankmerken opnieuw de klantvriendelijkste

Het beste uit 2023 / pag. 12



ONZE MERKDIRECTEUREN

NEDERLAND SAMEN STEEDS EEN STUKJE BETER MAKEN.

38

1,7 mln

Al 1,7 miljoen kinderen hebben inmiddels met ons lesprogramma Eurowijs gewerkt

Financiële gezondheid / pag. 26

ONZE MERKEN

- ASN Bank: voor iedereen met groene bedoelingen / pag. 32
- BLG Wonen: wij zien wat jij in huis hebt / pag. 35
- RegioBank: leefbaarheid in de buurt / pag. 38
- SNS: gelijke groeikansen voor ieder mens / pag. 41

ONZE KLANTEN

VOORDAT JE BIJ EEN ANDERE BANK EENS IEMAND AAN DE TELEFOON HEBT... HIER LOOP JE GEWOON EVEN BINNEN.

22

MEDEWERKERS

Onze mensen maken het verschil

30

Martijn Gribnau, CEO van de Volksbank en Gerard van Olphen, voorzitter van de Raad van Commissarissen, blikken samen terug op wat de Volksbank en haar merken in 2023 hebben gerealiseerd.

“
DE RELATIE MET
ONZE KLANTEN
IS INTENSIEVER
GEWORDEN.”

M

Martijn stond in juni 2020 te trappelen om vol energie aan de slag te gaan bij de Volksbank, aan de vooravond van een nieuwe strategie: 'Beter voor elkaar - van belofte naar impact'. Gerard kende de bank al, hij was bestuursvoorzitter van het toenmalige SNS REAAL. In augustus 2021 keerde hij terug, als voorzitter van de Raad van Commissarissen van de Volksbank.

Martijn en Gerard, hoe staat de bank er volgens jullie voor?

Martijn: "Een sterke relatie met klanten opbouwen en positieve, maatschappelijke impact maken. Daar ligt voor onze bank en voor alle collega's de focus. Het is heel fijn om te zien dat we in 2023 op beide vlakken vooruitgang hebben geboekt. We hebben nu bijvoorbeeld meer klanten die meerdere producten en diensten bij ons afnemen. Dat zegt iets over de relatie met onze klanten, die is intensiever geworden. Daarnaast zijn ASN Bank, RegioBank en SNS opnieuw tot de klantvriendelijkste banken uitgeroepen. En dat we veel waardering krijgen voor onze rol als maatschappelijke bank, blijkt uit het feit dat we onlangs zijn opgenomen in de lijst van ESG Top-Rated Companies 2024 van Sustainalytics. ESG staat voor Environmental, Social en Governance. Ik ben er trots op dat we het op die aspecten zo goed doen."



IK DURF GERUST TE ZEGGEN DAT ONZE MEDEWERKERS ECHT VOELEN DAT ZIJ MET HUN WERK IETS BIJDAGEN.

Gerard: "Ook financieel gezien was 2023 een succesvol jaar. Al zie je daarin wel terug dat de Volksbank voor haar inkomsten nog sterk afhankelijk is van rente. Die is afgelopen jaar door de ECB verhoogd om de inflatie te bestrijden. Daarom is het belangrijk dat de bank werkt aan andere vormen van inkomsten, uit vaste vergoedingen bijvoorbeeld. Ik heb vanuit de RvC ook goede initiatieven gezien om de klantrelatie te verbeteren; onder andere een nieuwe app voor online bankieren en de introductie van de Bespaarhypotheek. Tegelijk bleef de klanttevredenheid hetzelfde als het jaar ervoor. Dat de bank maandelijkse kosten is gaan rekenen voor Basis Bankieren kan hiermee te maken hebben."



← Martijn Gribnau, CEO van de Volksbank sinds juni 2020



← Gerard van Olphen, voorzitter van de Raad van Commissarissen van de Volksbank sinds 2021

Martijn: "Dat zou kunnen. Ik denk dat klanten misschien ook niet altijd goed begrijpen waaróm we dat doen. Als bank moeten we aan strikte wet- en regelgeving voldoen. Hiervoor zijn voortdurend allerlei verbeteringen nodig; van datakwaliteit tot kredietrisicomodellen en investeringen in IT. Maar ook programma's om bijvoorbeeld de veiligheid van bankieren te waarborgen. Soms zijn we genoodzaakt om dan iets van die kosten door te berekenen in onze producten en diensten."

De Volksbank wil een maatschappelijke bank zijn, die impact maakt op de Nederlandse samenleving. Zijn dat niet alleen mooie woorden?

Martijn: "Zeker niet. Ik durf gerust te zeggen dat onze medewerkers echt voelen dat zij met hun werk iets bijdragen. Ongeacht voor welk merk of welke afdeling ze werken. Maatschappelijke betrokkenheid zit in ons DNA. Ons merk BLG Wonen bijvoorbeeld, dat zorgde er decennia geleden al voor dat mijnwerkers in Limburg een eigen huis konden kopen. Vandaag de dag zetten we ons nog steeds in voor een toegankelijke woningmarkt voor iedereen."

Gerard: "Goed voorbeeld inderdaad. Ik denk dat veel mensen ook niet weten dat ASN Bank er al sinds 1970 is voor mensen die oorlog en vrede, mensenrechten, discriminatie en het milieu belangrijke maatschappelijke thema's vinden. Vandaag de dag is ASN Bank koploper op het gebied van klimaat, biodiversiteit en mensenrechten. En heeft de Volksbank haar duurzaamheidsbeleid in de volle breedte overgenomen."

Martijn: "Naast duurzaamheid, richten we ons ook op een financieel gezond Nederland. En helpen we mensen als het financieel even minder gaat. Dit betekent dat we preventief meedenken en dat we mensen ondersteunen bij het vinden van een oplossing."

Gerard: "Dit soort voorbeelden laat zien dat er een mooie basis ligt om echt een verschil te maken. Dat neemt wat mij betreft niet weg dat de bank stappen moet blijven zetten om nog veel meer te bereiken. Door nog duidelijkere keuzes te maken en prioriteiten te stellen kán dat ook; meer focus in de maatschappelijke identiteit maakt de impact nog veel krachtiger."

Kunnen jullie een inkijkje geven in 2024? Wat gaan we zien van de Volksbank en haar merken?

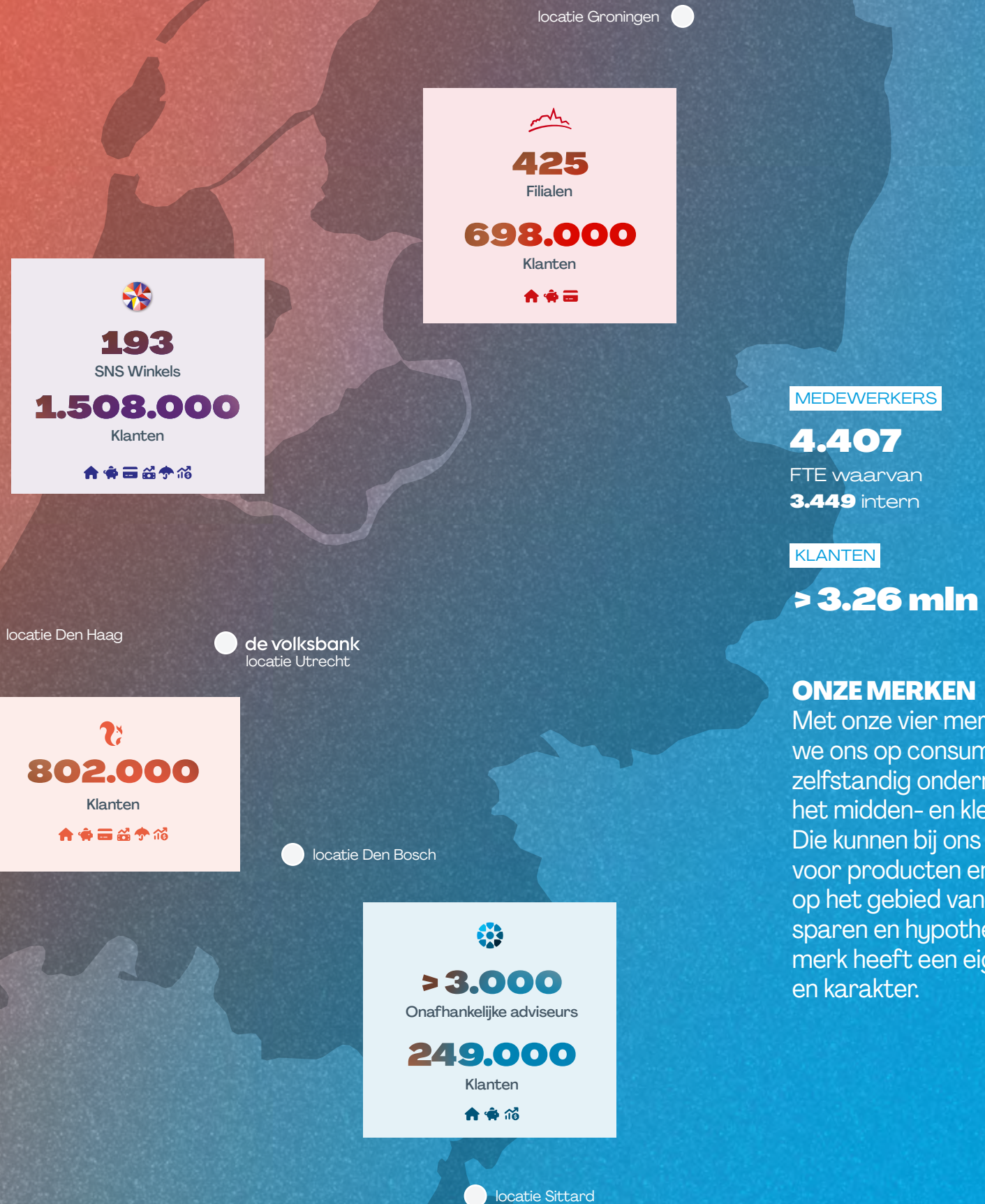
Martijn: "We bouwen verder aan de sterkste klantrelatie. En aan het vergroten van de maatschappelijke impact. Wat daar in 2024 sowieso bij gaat helpen, zijn vijf maatschappelijke thema's die we onlangs hebben gedefinieerd. Daarin herken je duidelijk de kracht van alle merken. En dat zie je terug in hun producten en diensten. Zo richt SNS zich op menselijke en toegankelijke dienstverlening, ASN Bank op klimaat en biodiversiteit, RegioBank op het stimuleren van lokaal ondernemerschap en BLG Wonen op het bijdragen aan een toegankelijke woningmarkt."



MEER FOCUS IN DE MAATSCHAPPELIJKE IDENTITEIT MAAKT DE IMPACT NOG VEEL KRACHTIGER.

Gerard: "Daar sluit ik me bij aan. Omdat we thema's hebben gekozen, kunnen we ons hierop focussen en nog concreter impact maken. En dat komt de strategische doelen zeker ten goede. Tegelijk moet de Volksbank financieel en operationeel robuuster worden, en daarbij is kostenbeheersing belangrijk. Het is uitdagend om die groeiambities en prioriteiten te combineren, maar ik ben ervan overtuigd dat ze hand in hand kunnen gaan."

Martijn: "En er komt dit jaar een nieuwe CEO, want ik neem afscheid van de Volksbank. Daarom wil ik bij deze alle klanten, maar ook onze samenwerkingspartners en andere betrokkenen bedanken voor hun vertrouwen. En natuurlijk een speciaal bedankje aan alle medewerkers, voor hun belangrijke bijdrage aan wat we in 2023 hebben bereikt."



ONZE PRODUCTEN EN DIENSTEN

Betalen & sparen

SNS, ASN Bank en RegioBank bieden diverse betaal- en spaarrekeningen aan.

Verzekeren

Bij SNS kun je terecht voor allerlei particuliere en zakelijke verzekeringen. Daarnaast biedt ASN Bank, in samenwerking met a.s.r., duurzame schadeverzekeringen aan.

Hypotheeken

Elk merk biedt verschillende hypotheeken en aanvullende diensten aan.

Beleggen

Al onze merken bieden de ASN Duurzame Mix beleggingsfondsen aan. Daarnaast kun je bij ASN Bank terecht voor een aantal specifieke beleggingsfondsen.

Zakelijk financieren

SNS en RegioBank bieden zowel een zakelijk krediet als een bedrijfshypotheek aan. BLG Wonen biedt ook de SNS Bedrijfshypotheek aan.

ONZE MERKEN

Met onze vier merken richten we ons op consumenten, zelfstandig ondernemers en het midden- en kleinbedrijf. Die kunnen bij ons terecht voor producten en diensten op het gebied van betalen, sparen en hypotheeken. Ieder merk heeft een eigen profiel en karakter.

Vier merken, één belofte

De Volksbank is het moederbedrijf van SNS, ASN Bank, RegioBank en BLG Wonen. Samen brengen we vanuit onze belofte 'beter voor elkaar' heel Nederland verder. Omdat we vinden dat bankieren over méér gaat dan geld alleen. Het is een manier om van waarde te zijn. Niet alleen voor onze medewerkers, klanten of aandeelhouder, maar ook voor de maatschappij. We heten niet voor niets de Volksbank.



SNS zet zich in voor gelijke groeikansen voor ieder mens. Op die manier helpt de bank mensen hun doelen en dromen te verwezenlijken. SNS gelooft dat, als mensen op hun eigen manier kunnen groeien, Nederland sterker wordt.

[Lees meer over SNS](#)



RegioBank zet zich in om regio's en buurten leefbaar te krijgen en te houden. Door lokaal een verbindende rol te spelen en bij te dragen aan sociale en economische vitaliteit. Zodat buurtbewoners fijn kunnen wonen, werken en leven.

[Lees meer over RegioBank](#)



ASN Bank streeft ernaar duurzaamheid voor alle Nederlanders toegankelijk te maken. Om zo iedereen in staat te stellen met geld goede dingen te doen voor mens, dier en natuur.

[Lees meer over ASN Bank](#)



BLG Wonen maakt een samenleving mogelijk waarin mensen tevreden kunnen wonen op een manier die past bij hun wensen en financiële situatie. Nu en in de toekomst.

[Lees meer over BLG Wonen](#)

Het beste uit 2023



WEEK VAN HET GELD

Inmiddels een traditie, elk jaar in maart. Ook in 2023, het jaar waarin ons lesprogramma Eurowijs haar 10e verjaardag vierde, stond deze week weer bol van de financiële educatie. Met maar liefst 1.030 gastlessen gegeven door collega's, 375 Bank voor de Klas gastlessen, een workshop voor ouders én een bezoek van een Limburgse klas aan ons hoofdkantoor in Utrecht.

300.000

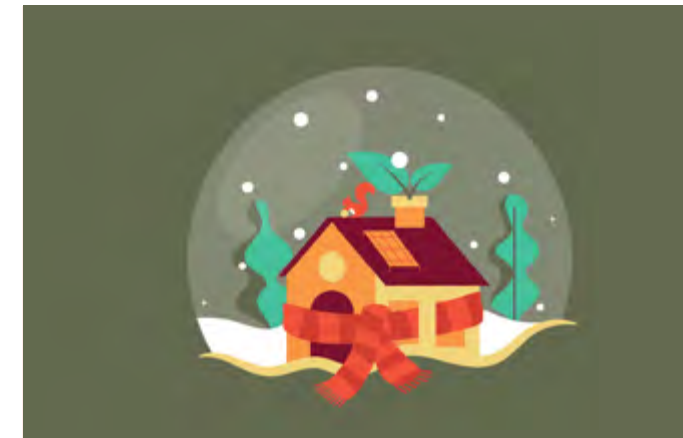
leerlingen ontvingen in 2023 het lesmateriaal van Eurowijs.

BEZOEK MINISTER VAN FINANCIËN

Een bijzondere gast bij de Volksbank op 27 februari: toenmalig minister Sigrid Kaag bracht een werkbezoek aan twee van onze locaties. Dat deed ze samen met ambtenaren van het ministerie en met een vertegenwoordiger van onze aandeelhouder, NLFi. In de SNS Winkel in Voorburg ging ze in gesprek over het belang van een bank met persoonlijke aandacht voor klanten en volop winkels. En bij ASN Bank in Den Haag praatte ze mee over thema's waar we ons als bank hard voor maken; duurzaamheid, woontogankelijkheid, financiële zorg en een inclusieve samenleving.

LOKALE ONDERNEMERS CENTRAAL

Een buurt waar iedereen prettig woont, leeft en werkt is belangrijk. Want als je het aan RegioBank vraagt, begint een mooiere samenleving in je eigen buurt. En juist daar hebben ondernemers een belangrijke plek. Als 'buurtzame' bank bracht RegioBank in 2023 het belang van deze ondernemers extra onder de aandacht – landelijk én natuurlijk lokaal.



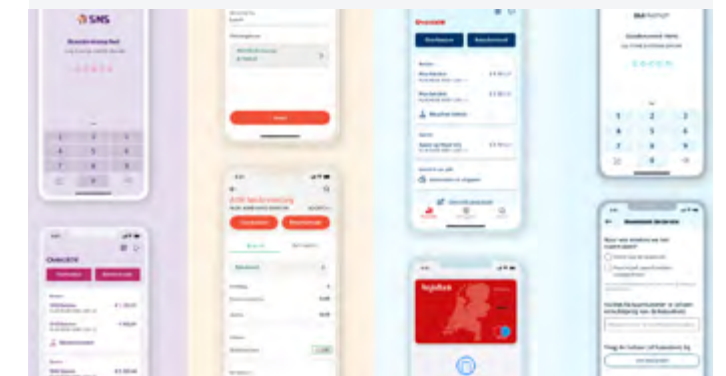
DUURZAME WINTER WEEK

In 2023 groeide de groep mensen met geldzorgen, door onder andere gestegen energieprijzen en hoge inflatie. Als digitale bank zette ASN Bank de deuren van haar kantoor in Den Haag een week lang open voor klanten die behoefte hadden aan een luisterend oor. Naast ruimte voor een goed gesprek was er een programma vol workshops over duurzaamheid en energiebesparing.



NIEUWE APP VOOR ALLE MERKEN

Vanaf april 2023 konden alle particuliere klanten van SNS, ASN Bank, RegioBank en BLG Wonen een flink vernieuwde app gebruiken. Belangrijk, want een goede app draagt direct bij aan een sterkere relatie met klanten. De app zit in een fris, nieuw jasje en werkt sneller. Ook hebben we bestaande functies verbeterd en nieuwe functies toegevoegd.



EERST DE MENS. DAN HET GELD.

Daar staat SNS voor. En in de merkcampagne die op 1 februari startte, zag je dat duidelijk terug: het gaat om wie je bent. En wat je uit het leven wilt halen. Daarom kijkt SNS niet eerst naar salaris of saldo. Maar naar mensen, hun plannen en de uitdagingen die daarbij horen.

VRAGEN DIE VRAGEN OM EEN VOLKSBANK

“Hoezo krijgen wij geen hypotheek, terwijl we superveel huur betalen?” is één van de vragen die in 2023 voorbij kwamen in de tv-commercials van de Volksbank. De campagne die in september startte, liet oprechte portretten zien van mensen die oproepen tot verandering. Met kritische vragen over maatschappelijke thema's waar zij - en heel veel anderen - mee te maken hebben. En waarvoor de Volksbank met haar vier bankmerken werkt aan oplossingen.



GROEIKANSENBOEK

SNS publiceerde het boek 'Jonge schouders', een verkenning naar de groeikansen van jongvolwassenen in Nederland. Voor welke (financiële) uitdagingen staan zij? En wat is er aan te doen?



HANDTEKENINGEN VOOR LEEFBAAR LOON



“**ASN BANK VERZAMELDE MET PARTNERS 240.000 HANDTEKENINGEN VOOR HET DOOR DE BANK GELANCEERDE EUROPESE BURGERINITIATIEF VOOR LEEFBAAR LOON IN DE KLEDINGINDUSTRIE.**



DERDE NATIONALE DORPENTOP

Op 15 juni organiseerde RegioBank de derde editie van de jaarlijkse Nationale DorpenTop om het belang van alle regio's in Nederland te benadrukken. Deze keer in het Friese Warten. Lokale ondernemers, landelijke en regionale politici, bestuurders en academici spraken met elkaar over de leefbaarheid in de regio.



NADENKEN OVER OUDER WORDEN EN WOONWENSEN

In mei en juni liet BLG Wonen in een campagne 57-plussers alvast nadenken over hun woonwensen op latere leeftijd. Verbouwen, verhuizen of verduurzamen bijvoorbeeld? Kleiner wonen? Of woningsplitsen, om je kind(eren) of een andere starter een kans te bieden op een betaalbare woning. Veel situaties en veel mogelijkheden!

OPNIEUW DE KLANTVRIENDELIJKSTE

De bankmerken van de Volksbank - ASN Bank, RegioBank en SNS - zijn volgens consumenten voor het tweede jaar op rij de klantvriendelijkste banken van Nederland. Dit bleek in mei uit een onafhankelijk onderzoek door MarketResponse. Net als in 2022 bezetten de drie banken het complete podium, met deze keer de hoogste score voor ASN Bank.



HOGESCORES EERLIJKE BANKWIJZER

In de Eerlijke Bankwijzer - onderdeel van de Eerlijke Geldwijzer - haalde de Volksbank in mei 2023 op alle onderzochte thema's hoge scores. Deze onafhankelijke maatstaf laat zien hoe duurzaam banken zijn. Deze mooie scores zijn een extra motivatie om te blijven werken aan ons duurzaamheidsbeleid en de uitvoering ervan. Zo maken we nog meer positieve, duurzame impact.

Duurzaamheidsbeleid van acht banken

	ASN Bank	bunq	de Volksbank	ING	NIBC	RoboBank	Financieel.nl	Van Lanschot
Belastingen	3	3	9	4	5	5	7	6
Dierenwelzijn	5	5	9	5	4	7	9	2
Gendergelijkheid	5	6	8	4	5	4	5	4
Klimaatverandering	4	8	10	5	10	7	9	5
Mensenrechten	8	9	10	7	9	8	10	8
Natuur	6	7	10	6	10	8	9	8
Wapens	6	9	10	5	9	7	10	8

● Heel goed ● Voldoende ● Matig ● Slecht ● Zeer slecht



WOONDEBAT

Om de woonproblematiek bespreekbaar te maken en vooral te kijken naar mogelijke oplossingen, organiseerde BLG Wonen in 2023 opnieuw het WoonDebat. Deze keer was het thema 'Wonen de nieuwe arbeidsvoorwaarde: wat kunnen werkgevers doen om het huidige tekort van 390.000 woningen te helpen terugdringen?'

[Meer hierover lees je op pagina 35](#)

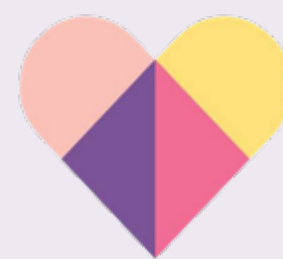


BUURTWENSEN

December stond voor RegioBank in het teken van de jaarlijkse Buurtwensencampagne. Iedereen kon een wens voor een betere buurt insturen. En maakte zo kans dat juist die wens werd gerealiseerd. Denk aan een opknappbeurt voor het buurthuis, een fijne speeltuin of een duofiets voor minder mobiele bewoners. Stuk voor stuk wensen die dankzij de hulp van buurtbewoners, RegioBank, de zelfstandig adviseurs en partners zijn uitgekomen.



Wat wens jij voor je buurt?



SNS VIERT DE DAG VAN DE AANDACHT

Op donderdag 28 september was het de Dag van de Aandacht. Een dag waarop SNS extra liet zien waar het eigenlijk elke dag om gaat: oprechte aandacht voor ieder mens, persoonlijk en dichtbij. Omdat je klanten zo écht verder kunt helpen. Een speciale bus trok door het land om klanten te verrassen die door een bijzonder verhaal wel wat extra aandacht verdienen. Ook in alle winkels van SNS werd de dag samen met klanten gevierd. En tijdens de 'Avond vol Aandacht' werd een aantal klanten in TivoliVredenburg getraakteerd op een inspirerende avond die in het teken stond van de zoektocht naar geluk.



BLG WONEN EN ASN BANK SAMEN OP HYPOVAK

Op 5 oktober stonden medewerkers van BLG Wonen en ASN Bank voor het eerst samen op HypoVak, een toonaangevende beurs met ruim 1.500 hypotheekadviseurs en andere professionals uit de financiële sector. Daar spraken ze – natuurlijk vanuit een duurzaam gebouwde stand vol groen – met bezoekers over de ontwikkelingen in de markt. En over wat ze met hun gezamenlijke hypotheekproducten kunnen betekenen, voor klanten én de maatschappij.



DE DUURZAME KIESWIJZER

In aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen op 22 november lanceerde ASN Bank in oktober de Duurzame Kieswijzer. Slechts één op de vijf kiezers had namelijk een goed beeld van de duurzaamheidsstandpunten van de verschillende partijen. Ruim 88.000 mensen bekeken deze keuzehulp voor een groene stem voordat ze naar de stembus gingen.



DE BESTE VOLGENS DE CONSUMENTENBOND

De Consumentenbond vraagt elk jaar aan ruim 13.000 Nederlanders wat ze van hun bank vinden. De deelnemers geven een oordeel over online en mobiel bankieren, de kosten, de communicatie en de service. Uit deze Bankenmonitor kwam RegioBank in 2023 voor de zevende keer op rij als beste bank van Nederland uit de bus. ASN Bank en SNS eindigden op respectievelijk de tweede en vierde plek.



“GOED VOOR DE WERELD EN JE PORTEMONNEE.”



BESPAARHYPOTHEEK

Sinds september kun je via SNS, RegioBank en BLG Wonen de Bespaarhypotheek aanvragen. Met dit nieuwe product helpen we klanten met het financieren van een huis of duurzame plannen. We bieden een aantrekkelijke hypotheekrente als klanten een energiezuinig huis hebben of kopen met energielabel B of hoger. En de rente van de Bespaarhypotheek daalt automatisch als je aflost of je huis energiezuiniger maakt. Zo bespaar je op je energiekosten én je hypotheekrente.

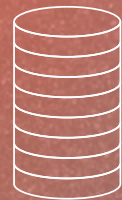
2023

➔ Meer weten over het berekenen van deze klantcijfers? Kijk in ons Integrated Annual Report.

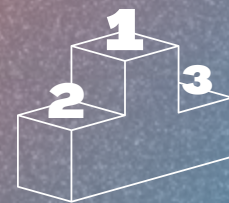
€ 431 miljoen
nettowinst in 2023



€ 240 miljoen
nettowinst in 2022



klantvriendelijkste bank



onze merken op plek 1, 2 en 3 in het onderzoek 'klantvriendelijkste bank' door MarketResponse

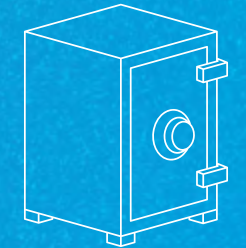


4.407
medewerkers

9

nieuwe medewerkers met een arbeidsbeperking geplaatst via onze Desk van Werkvermogen

€ 49,2 miljard
particuliere hypotheekportefeuille



€ 43,6 miljard
particulier spaargeld



2 miljoen
klanten met een betaalrekening
97.000 klanten meer dan in 2023



3,26 miljoen
klanten in totaal
voor onze vier merken



75%
klimaatneutrale balans
(doelstelling 2025 behaald)

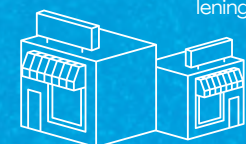


1.030
gastlessen Eurowijs door
onze medewerkers

€ 4,2 miljard
beheerd vermogen

€ 1.235 miljoen
mkb-leningen

€1.085 miljoen
mkb-leningen in 2022



Meten is weten: de cijfers achter de klantrelatie

Hoe weet je als bank of je een sterke relatie hebt met je klanten? Bij de Volksbank meten we dat op drie verschillende manieren. We kijken naar de Net Promoter Score (NPS), de KlantRelatieScore (KRS) en het aantal actieve multi-klanten (gebruiken meer dan één product). De cijfers over 2023 laten een stabiele relatie zien.

Net Promoter Score

Meet hoe waarschijnlijk het is dat klanten van onze merken hun bank zouden aanbevelen aan anderen. Hoe hoger deze score, hoe tevredener en loyaler klanten zijn. Eind 2023 was de gemiddelde NPS voor al onze merken -1, net als eind 2022.

KlantRelatieScore

De Volksbank heeft samen met de Behaviour Change Group een model ontwikkeld om de KlantRelatieScore te meten. De KRS laat zien hoe sterk de relatie is die klanten ervaren op basis van hun tevredenheid, vertrouwen en merkliefde. Je raadt het al: hoe hoger de score, hoe sterker de relatie. Over 2023 was het gemiddelde voor de vier merken 53 van de 100. Ook deze score is gelijk aan het jaar ervoor.

Het aantal actieve multi-klanten

Het aantal klanten dat actief bankiert bij onze merken en daarbij meer dan één product gebruikt, groeide in 2023 van 1.087.000 naar 1.164.000. Een mooie stijging dus.

Van belofte naar impact

Beter voor elkaar is onze belofte aan Nederland. Wij zijn er voor onze klanten en voor de maatschappij. Daarbij kijken we verder dan alleen ons eigen belang. Wij zien en horen mensen. En snappen wat er speelt in de samenleving.

Neem bijvoorbeeld de frustratie van starters op de huizenmarkt. De worsteling van veel gezinnen om de eindjes aan elkaar te knopen. Of de angst van honderdduizenden mensen voor wie het digitale tijdperk te snel gaat. Wij gaan met dit soort pijnpunten aan de slag. Zo zorgen we dat mensen altijd bij onze vestigingen terecht kunnen voor persoonlijk advies of hulp. We dragen bij aan gelijkere kansen op de woningmarkt. En we ondersteunen klanten als het financieel even tegenzit.

Niet voor niets introduceerden we in 2021 onze strategie 'Beter voor elkaar – van belofte naar impact'. Met deze strategie willen we als bank groeien door de relaties met klanten te versterken en door onze maatschappelijke impact te vergroten.

Hoe we dat voor elkaar krijgen? Door onze vier merken verder te laten groeien. Samen maken we, met vestigingen in het hele land en een schat aan kennis, ervaring en daadkracht, immers veel meer impact dan ieder voor zich zou kunnen. We geloven in de kracht van de optelsom; samen willen we Nederland elke dag een stukje beter maken. Duurzamer, leefbaarder, eerlijker en financieel gezonder.

Toch groeit ieder merk op haar eigen manier: SNS richt zich op groei in jonge doelgroepen en haalt meer inkomsten uit terugkerende vergoedingen. ASN Bank versnelt haar groei als

digitale, duurzame bank. RegioBank versterkt haar lokale aanwezigheid nóg meer door haar dienstverlening te verbreden. En BLG Wonen laat de hypotheekproductie verder groeien door het distributiebereik onder intermediairs te vergroten en de service aan adviseurs en klanten te verbeteren. Verder richten SNS, ASN Bank en RegioBank zich op dienstverlening aan kleinzakelijke ondernemers.

Groeien gaat niet vanzelf. Om te beginnen bouw je een sterke klantrelatie op met goed contact. Verder willen we dat je als klant je bankzaken kunt regelen op de manier die bij jou past. Dit betekent voor ons als bank dat we onze processen hierop moeten inrichten. Dat we ervoor moeten zorgen dat je op meerdere manieren digitaal met ons in gesprek kunt. Dat we dát product aanbieden waar jij op het juiste moment iets aan hebt.

Hiervoor zijn we op een slimme manier aan het digitaliseren. We investeren in onze IT en werken tegelijk aan risicomanagement en compliance. Om beter in te springen op wat klanten nodig hebben, zijn we op een andere (agile) manier gaan werken. Door meer samen te werken met partners en werk uit te besteden, worden we veel efficiënter. Al die veranderingen zijn nodig om die klantgerichte, wendbare bank te worden, die jou als klant biedt wat je nodig hebt. Op de manier die jij graag wilt.

MET WIE EN VOOR WIE?

Onze klanten, de maatschappij, onze medewerkers en onze aandeelhouder: ze hebben allemaal op hun eigen manier een belang bij wat wij doen als bank. Daarom betrekken we deze vier groepen steeds bij wat we doen en werken we het liefst samen.



“**WE BOUWEN SAMEN AAN EEN AANTOONBAAR BETERE SAMENLEVING: DUURZAMER, LEEFBAARDER, EERLIJKER EN FINANCIIEEL GEZONDER.**”

“De sterkste relatie met klanten krijg je niet zomaar”

De sterkste relatie met klanten. Die krijg je niet zomaar, daar moet je aan werken - eigenlijk zoals in elke relatie. En dat is precies wat we doen.

ONDERZOEK

OPNIEUW DE KLANT-VRIENDELIJKSTE

Afgelopen jaar bewezen we opnieuw dat we er zijn voor onze klanten: ASN Bank, RegioBank en SNS waren volgens consumenten voor het tweede jaar op rij de klantvriendelijkste banken van Nederland.

Marinka van der Meer, Chief Customer Officer van de Volksbank: “Voor een bank die gaat voor de sterkste klantrelatie en die maatschappelijke impact wil maken, is de mening van klanten heel belangrijk. Dat zoveel mensen onze merken hoge cijfers geven, laat zien dat de dienstverlening bij hen past. En dat ze onze persoonlijke aandacht en betrokkenheid enorm waarderen. Daar kun je alleen maar erg trots op zijn! We blijven ons met liefde en toewijding inzetten voor onze klanten.”



Marinka van der Meer, Chief Customer Officer van de Volksbank



DILEMMA

EEN STERKE EN BETROUWBARE RELATIE

Bouwen aan een sterke relatie gaat niet vanzelf. Soms moeten we keuzes maken die de relatie juist onder druk lijken te zetten. En dat kun je als klant merken. Bijvoorbeeld doordat je bepaalde gegevens moet aanleveren, meer betaalt voor je betaalpakket, of langer moet wachten om klant te worden. Hoe zit dat precies?

Als bank dragen we bij aan een veilige samenleving en een betrouwbaar financieel systeem. Daarom moeten we potentiële risico's goed inschatten. Volgens onder andere de Wet ter voorkoming

van witwassen en financieren van terrorisme (Wwft) zijn we verplicht om een duidelijk beeld te hebben van onze klanten. En dus is het belangrijk dat we hen goed kennen.

Dat gaat verder dan naam en adres; we moeten in beeld hebben wat klanten met onze producten doen. En met welk doel ze bij ons bankieren. Daarom controleren we gegevens en transacties, en checken we je identiteit. Eerlijk is eerlijk; het kost tijd en geld om dat goed te doen. Maar uiteindelijk zorgt die betrouwbaarheid juist voor een goede relatie.

AAN HET WOORD

We vragen klanten van onze merken regelmatig hoe ze onze dienstverlening ervaren:

“VOOR ONZE KINDEREN HEBBEN WE EEN SPAARREKENING GEOPEND. WE WILLEN HEN MEENEMEN IN DE DUURZAME KEUZES DIE WIJ MAKEN.”

Peter (38), klant ASN Bank sinds 2013



“ALS IK 12 BEN, KAN IK ONLINE DINGEN BETALEN MET DE APP.”

Anna (11), klant SNS sinds 2019



“IN VERGELIJKING MET ANDERE BANKEN WAAR HET HEEL STRIKT EN ZAKELIJK GAAT, MERK JE HIER ECHT DE PERSOONLIJKE BENADERING.”

Tim (40), klant BLG Wonen sinds 2016



“VOORDAT JE BIJ EEN ANDERE BANK EENS IEMAND AAN DE TELEFOON HEBT... HIER LOOP JE GEWOON EVEN BINNEN.”

Martine (39), klant RegioBank sinds 2017



Benieuwd hoe we de relatie met onze klanten meten? Kijk nog even op pag. 18 en 19.

BETER VOOR ELKAAR



Beter voor elkaar is onze belofte aan Nederland. Wij zijn er voor onze klanten en voor de maatschappij. Daarbij kijken we verder dan alleen ons eigen belang. Wij zien en horen mensen. En snappen wat er speelt in de samenleving. Om onze maatschappelijke impact nog concreter te maken, werken we vanuit de Volksbank hard aan het klimaatneutraal maken van onze balans. En zoeken we met onze merken naar oplossingen voor het toegankelijker maken van de Nederlandse woningmarkt.

KLIMAAT

Samen, en met ASN Bank als koploper, zetten we ons in voor een beter klimaat. Ons doel? Een klimaatneutrale balans in 2030; met onze financieringen en investeringen vermijden we evenveel emissies als we uitstoten. Dit bereiken we door duurzaam te beleggen en te investeren, in zonne- en wind-energie bijvoorbeeld. En door onze hypotheekklanten te helpen hun huis energiezuiniger te maken. In 2023 zijn we tot 75% gevorderd met onze doelstelling om een klimaatneutrale balans te bereiken in 2030. Hiermee hebben we ons tussentijdse doel voor 2025 nu al behaald. Daarnaast proberen we onze eigen bedrijfsvoering te verduurzamen met de inkoop van groene stroom en verantwoorde producten en diensten.

[Lees meer op pagina 34](#)

WONEN

De Volksbank wil goed en duurzaam wonen mogelijk maken. En bijdragen aan een inclusieve woningmarkt, met voor iedereen eerlijke kansen en toegang tot een passende hypotheekoplossing. We gaan

daarom een doelstelling formuleren waarmee we meer woningen toegankelijk willen maken voor huishoudens met een inkomen tot twee keer modaal. En klanten met een hypotheekachterstand willen helpen om daar duurzaam van te herstellen, zodat zij in hun woning kunnen blijven wonen. Dat doen we door financiële zorg te bieden bij belangrijke momenten in hun leven.

[Lees meer op pagina 35](#)

FINANCIËLE GEZONDHEID

Wij streven naar een Nederland waarin iedereen financieel gezond is. En daardoor comfortabel en plezierig kan leven. Dit betekent dat we mensen helpen als het financieel even tegenzit. Daarbij zetten we in op het voorkomen of verminderen van financiële stress. Dus geen incassobureaus, maar samen kijken naar de beste oplossing. Daarnaast zetten we ons in om de financiële kennis van Nederlanders te verbeteren. Als kinderen leren hoe je slim met geld omgaat, kunnen ze dit als volwassene namelijk ook veel beter. Daarom investeert de Volksbank

in financiële educatie, met gratis lesmateriaal voor alle scholen in Nederland.

[Lees meer op pagina 26](#)

INCLUSIEVE SAMENLEVING

We zetten ons in voor gelijke kansen. Door onze dienstverlening voor iedereen toegankelijk te maken. We vinden het belangrijk dat we toegankelijke en begrijpelijke producten en diensten aanbieden. Met onze vier bankmerken kunnen we verschillende groepen in de samenleving goed bedienen, zowel particulieren als het mkb. Dat doen we online en via onze kantoren. Als werkgever staan we voor diversiteit, inclusiviteit en gelijke beloning. Ook bieden we onze medewerkers ruimte om in hun dagelijkse werk maatschappelijke impact te maken en vrijwilligerswerk te doen.

[Lees meer op pagina 28](#)

[Meer weten over onze maatschappelijke doelen? Kijk in ons Integrated Annual Report](#)

Voor een financieel gezond Nederland

Als bank willen we impact maken door klanten te helpen financieel gezond en zorgeloos door het leven te gaan. Dat begint met het aanbieden van kennis over geld en hoe je daarmee omgaat. En daarnaast door te helpen als het financieel even tegenzit.

FINANCIËEL MEEKOMEN

In 2023 bleek uit [onderzoek](#) van De Nederlandse Bank (DNB) dat één op de zes Nederlanders moeite heeft om zelfstandig bankzaken te regelen. Een grote, diverse groep mensen kan dus financieel minder goed meekomen. Voor ons als bank is het belangrijk dat we dit zien. En ook echt oplossingen bieden. Dat doen we door onze SNS Winkels en de vestigingen van RegioBank open te houden. Zodat mensen met vragen gewoon kunnen binnenlopen. En met een goede klantenservice die op verschillende manieren bereikbaar is. Met voorlichting over financiële onderwerpen. Workshops voor mensen die digitaal minder vaardig zijn. Door zorg te bieden als het financieel tegenzit. En met ons educatieprogramma Eurowijs voor kinderen. Zo helpen we mensen op een manier die bij hen past. En maken we echt het verschil.



“ HET IS BELANGRIJK DAT KINDEREN AL JONG LEREN GOED MET GELD OM TE GAAN. MET DIE FINANCIËLE BASISKENNIS KUNNEN ZE LATER BETERE KEUZES MAKEN EN GELDPROBLEMEN VOORKOMEN. MET EUROWIJS BIEDEN WE GRATIS LESMATERIAAL VOOR ALLE GROEPEN VAN HET BASISONDERWIJS, HET SPECIAAL ONDERWIJS EN DE ONDERBOUW VAN HET VOORTGEZET ONDERWIJS.

Hilde Krens, Manager Financiële Educatie bij de Volksbank

PODCAST: STRESS DOOR GELDZORGEN

Afgelopen jaar spraken we in onze podcast met Henna Kapar, ervaringsdeskundige en klant en Sanne Reijnen, gedragsexpert bij de Volksbank, over financiële stress. Hoe kan het gebeuren dat je in financieel zwaar weer terecht komt en wat zijn de gevolgen, ook op sociaal gebied? En wat kun je doen om het tij te keren?

[Luister naar de podcast op onze website](#)

HULP BIJ FINANCIËLE STRESS

Veel mensen die de vaste lasten normaal gesproken kunnen betalen, hebben onder andere door stijgende prijzen steeds vaker financiële zorgen over de toekomst. Onze merken helpen klanten met (mogelijke) financiële stress.

Rust in geldzaken

Financiële zorgen willen we het liefst voorkomen en waar mogelijk verminderen. Ons team 'Rust in geldzaken' heeft in 2023 klanten proactief benaderd om te vragen of zij financiële zorgen ervaren, en om hulp aan te bieden. Natuurlijk is dit team er ook voor klanten die zelf bij ons aangeven financiële zorgen te hebben. Zo helpen we klanten zoveel mogelijk om goede financiële beslissingen te nemen. Voor nu en voor de toekomst.

Uitgestoken hand

Eén van onze klanten, Eugène, vertelde afgelopen jaar in een video over zijn geldzorgen. En over de uitgestoken hand die hem er uiteindelijk weer bovenop hielp. Door verlies van zijn baan en lichamelijke ongemakken kwamen Eugène en zijn vrouw in een negatieve spiraal terecht. Rekeningen en aanmaningen stapelden zich op. Betalingsregelingen waren niet meer mogelijk, en Eugène liep vast in het 'systeem'. Niet alleen bij de bank, ook bij andere instanties. "Je bent aan de goden overgeleverd. De deurwaarder staat op de stoep en neemt de boel in beslag. En dan is het einde oefening." Een realistisch scenario, maar zo ver kwam het gelukkig niet.

[Benieuwd naar het verhaal van Eugène? Bekijk de video](#)

OUDERWIJS

INFO EN TIPS VOOR OUDERS

In 2023 introduceerden we OuderWijs, het nieuwe platform over financiële opvoeding in de digitale wereld. Met info en tips om je kinderen te leren omgaan met geld én te behoeden voor financiële verleidingen en gevaren. Die liggen immers steeds vaker op de loer in games, apps en social media. En veel ouders maken zich daar zorgen over.

[Kijk op OuderWijs](#)

EUROWIJS

Al sinds de start in 2013 geven medewerkers gastlessen, waarbij we naast Eurowijs ook werken met Bank voor de Klas, een lespakket van de Nederlandse Vereniging van Banken.

300.000

leerlingen ontvingen in 2023 het lesmateriaal.

1.030

gastlessen gegeven door collega's, en 375 Bank voor de Klas gastlessen.

[Bekijk het Eurowijs lesmateriaal op \[www.eurowijs.nl\]\(http://www.eurowijs.nl\)](#)



1,7 mln

kinderen hebben tot nu toe met Eurowijs gewerkt.

8,7

is het cijfer dat scholen ons geven voor het Eurowijs lesmateriaal.

PODCAST: ONLINE VERLEIDINGEN
Over het bespreken van financiële online verleidingen met je kind hebben we in 2023 ook een podcast gemaakt. Daarin hoor je Hilde Krens, Manager Financiële Educatie bij de Volksbank en Camiel Tetteroo, vader van drie puberende zonen. Luister de aflevering via de website van de Volksbank.

[Luister naar de podcast](#)

Een samenleving waarin iedereen kan meedoen

We zetten ons in voor een inclusieve samenleving. Een samenleving waarin iedereen kan meedoen. Mooie woorden, maar wat betekent dit nou concreet? Dat we onze diensten voor iedereen toegankelijk maken. En dat we arbeidskansen vergroten, zodat meer mensen aan het werk kunnen.

TOEGANKELIJK EN BEGRIJPELIJK

PERSOONLIJK EN IN DE BUURT

We vinden het belangrijk dat de producten en diensten die we als bank aanbieden, toegankelijk en begrijpelijk zijn. En dat iedereen bij ons terecht kan om financieel vooruit te komen. We staan voor open en eerlijk contact met klanten. Of dat nu aan de telefoon is of online. Onze vier merken hebben ieder op hun eigen manier contact met hun klanten, zo vullen ze elkaar aan en bedienen ze samen verschillende groepen in de samenleving.

ASN Bank werkt bijvoorbeeld met een internet-only model en communiceert intensief en vooral online. Daarnaast kunnen klanten voor de ASN Hypotheek terecht bij een van de SNS Winkels. BLG Wonen werkt samen met onafhankelijke adviseurs verspreid over heel Nederland en biedt via hen ook de SNS Bedrijfshypotheek aan. SNS en RegioBank zijn laagdrempelig en lokaal aanwezig, met vestigingen in het hele land. Waarbij RegioBank zich specifiek richt op dorpen en steden tot 20.000 inwoners.

Samen hebben onze merken een landelijke dekking. Zo hebben klanten altijd wel een vestiging in de buurt voor hulp en advies. Want soms is het fijn om even persoonlijk met iemand te overleggen. Met een expert die een flinke dosis kennis heeft, en iets in gewone mensentaal aan je uitlegt.

618

vestigingen waar klanten kunnen binnenlopen voor hulp en advies.

MEEDENKEN

PERSOONLIJK CONTACT VOOR JOUW DOELN

Bij SNS heeft elke klant een persoonlijke groeicoach. Jouw groeicoach denkt met je mee op de momenten dat jij dat wilt. Je kunt je groeicoach benaderen om te sparren, jouw mogelijkheden op een rij te zetten, een plan met je uit te stippelen of om gewoon even een vraag te stellen.



“**MIJN GROEICOACH HEEFT MĒ GEHOLPEN OM GELD OPZIJ TE ZETTEN VOOR MIJN EERSTE HUIS.**”



HET GOEDE VOORBEELD GEVEN

EEN WERKGEVER WAAR JE JE THUIS VOELT

Een organisatie die zich sterk maakt voor een inclusieve samenleving, moet ook met die bril naar zichzelf kijken. En dat doen we; de Volksbank wil een bank zijn waar medewerkers zich thuis voelen en zichzelf kunnen zijn. We staan voor diversiteit, inclusiviteit en gelijkwaardigheid. En samen maken we Nederland graag steeds een beetje beter.

VRIJWILLIGERSWERK ‘IN DE BAAS Z’N TIJD’

Als bank moedigen we vrijwilligerswerk aan, ook bij onze eigen collega’s. Dat doen we samen met onze partner NLvoorelkaar, het grootste vrijwilligersplatform van Nederland waar vraag en aanbod van hulp samenkomen. Want een uurtje vrijwilligerswerk is heel veel waard. Daarom hebben alle medewerkers van de bank de ruimte om een aantal uren vrijwilligerswerk te doen ‘in de baas z’n tijd’. Voor hen is er een eigen platform van NLvoorelkaar; in 2023 deden we met z’n allen 8.414 uren vrijwilligerswerk.

TIP

Luister ook eens naar onze podcast over vrijwilligerswerk! Daarin hoor je de directeur van NLvoorelkaar en een collega van de Volksbank die zelf allerlei vrijwilligerswerk doet. Je vindt onze serie ‘Beter voor elkaar’ podcasts op onze website en in je favoriete podcast app.

[Luister naar de podcast](#)

8.414

uren vrijwilligerswerk deden onze medewerkers in 2023.

[Meer over hoe je diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusiviteit terugziet binnen de Volksbank, lees je in het hoofdstuk ‘Onze mensen maken het verschil’.](#)

Onze mensen maken het verschil

Iedereen die bij de Volksbank werkt moet zich thuis kunnen voelen. Juist door alle verschillen in achtergrond, persoonlijkheid, perspectief en kwaliteiten te waarderen, bereiken we de mooiste resultaten.



“**DE VOLKSBANK GEEFT MIJ DE RUIMTE OM OP MIJN EIGEN MANIER MET MIJN DEPRESSIES OM TE GAAN. BIJ EERDERE WERKGEVERS DURFDE IK NOOIT HET GESPREK OVER MENTALE GEZONDHEID AAN TE GAAN. HIER VOEL IK DIE VRIJHEID WEL.**”

Demian Polane,
Corporate Communicatie
de Volksbank

85%

Wist je dat... 85% van onze medewerkers in 2023 aangaf zich thuis te voelen bij de Volksbank?

OP DE WERKVLOER

“Je hele zelf kunnen zijn”

Op 9 oktober 2023 ondertekenden we de Charter Diversiteit van de Sociaal-Economische Raad (SER). Daarmee dragen we als bank uit dat we voor gelijke kansen staan. Iets dat goed bij ons past. Bovendien zijn we hierdoor onderdeel van een netwerk van organisaties binnen én buiten de financiële sector.

Jacqueline Touw, Chief People and Organisation Officer van de Volksbank, vertelt wat het voor haar betekent om je ergens thuis te voelen: “Voor mij houdt het in dat je lekker jezelf kunt zijn. Je héle zelf. En dat daar met respect mee wordt omgegaan. Ik werk inmiddels ruim een jaar bij de Volksbank en dit thuisgevoel had ik meteen te pakken. Hoe sneller je het ‘vreemde eend in de bijt’-gevoel kwijt bent, hoe eerder je jezelf kunt zijn. En dat is het allerbelangrijkste.”

Zo divers is diversiteit

Afgelopen jaar hebben we een aantal persoonlijke verhalen van collega's gedeeld. Daarin vertellen ze zelf wat diversiteit voor hen betekent. Voor de één is het bijvoorbeeld belangrijk dat we als bank aandacht besteden aan evenementen als Pride. En voor de ander maakt het bespreekbaar maken van mentale gezondheid een wereld van verschil. Zo zie je maar, diversiteit kent veel verschillende aspecten. En juist

daarom is het belangrijk dat we daar als maatschappelijke bank én werkgever oog voor hebben.

Een werkplek voor iedereen

De Volksbank verbindt zich met de SER Charter ook aan een specifiek doel: het duurzaam plaatsen van mensen met een arbeidsbeperking. We willen vóór 2025 zesentwintig mensen met verminderd werkvermogen begeleiden naar een vaste werkplek. Denk aan mensen die slechthorend, slechtziend of chronisch ziek zijn. In 2023 verwelkomden we negen nieuwe collega's met een afstand tot de arbeidsmarkt. Onze Desk van Werkvermogen begeleidt en ondersteunt mensen naar een passende werkplek. Daarnaast hebben we een rolstoeltoegankelijk hoofdkantoor, een intern AD(H)D-netwerk, speciale voorleessoftware en autisme-coaches.

Het begint bij jezelf

Veel van onze medewerkers zetten zich ook persoonlijk in voor de maatschappij. Door Eurowijs-gastlessen te geven op scholen, of tijd vrij te maken voor vrijwilligerswerk. Nieuw in 2023 waren speciale OuderWijs-workshops, georganiseerd voor en door collega's. Want eerlijk is eerlijk; we kunnen soms zelf óók wel wat hulp gebruiken om onze kinderen goed te leren omgaan met geld.



“**WE MOETEN ECHT BLIJVEN STAAN VOOR ACCEPTATIE. IK HEB OP VEEL PLEKKEN BINNEN DE VOLKSBANK GEWERKT EN VAN WIE IK HOUD IS NOOIT EEN ‘DING’ GEWEEST. MAAR ZO IS HET NOG LANG NIET VOOR IEDEREEN.**”

Kees Beemer,
Klantenservice
ASN Bank

IMPACT AWARDS

EN DE AWARD GAAT NAAR...

Elk jaar reiken we de Impact Awards uit, voor collega's of teams die de meeste impact hebben gemaakt. Er zijn twee categorieën: ‘Sterke klantrelatie’ en ‘Maatschappelijke impact’. Wie iets bijzonders doet voor klanten of om de maatschappij een stukje beter te maken, kan worden genomineerd. En maakt aan het einde van het jaar kans op de award.

Zo werd in de categorie Maatschappelijke impact het team Analyse & Beleid genomineerd. Dit team is verantwoordelijk voor het ontwikkelen van ons duurzaamheidsbeleid. Hoewel deze collega's vaak op de achtergrond werken, zijn ze heel belangrijk voor de organisatie. Dat blijkt wel uit de Eerlijke Bankwijzer van 2023, waarin de Volksbank de hoogste score behaalde.

En wat dacht je van de SNS-collega's in Drachten en Heerenveen? Hun samenwerking met MBO ‘de Friese Poort’ leverde een nominatie op in de categorie Sterke klantrelatie. Het team organiseerde gastlessen voor studenten, over alles wat er financieel op je af komt als je 18 wordt – en nog veel meer. De lessen waren zo'n succes dat ze nu elk half jaar op de agenda staan.



Team Analyse & Beleid van de Volksbank

Voor iedereen met groene bedoelingen

ASN Bank staat voor duurzaamheid in brede zin, met nadruk op klimaat, biodiversiteit en mensenrechten. De bank wil een duurzame, rechtvaardige samenleving bevorderen. Hoe? Door het voor iedereen mogelijk te maken om met geld goede dingen te doen voor mens, dier en natuur. Om dit te bereiken werkt de bank samen met andere financiële instellingen en met maatschappelijke partners.

MENSENRECHTEN

Op de Europese agenda

Het jaar 2023 stond in het teken van het Europese Burgerinitiatief 'Good Clothes, Fair Pay'. ASN Bank wil Europese wetgeving voor bedrijven die hun kleding laten maken in landen als India en Bangladesh. De wet moet hen verplichten om te zorgen voor een leefbaar loon voor de mensen die onze kleding maken. Samen met partnerorganisaties en burgers uit verschillende EU-landen schreef ASN Bank een wetsvoorstel. In een jaar tijd moesten een miljoen handtekeningen worden ingezameld. Dat is niet gelukt, het werden er 240.000. Toch mochten de initiatiefnemers het wetsvoorstel komen toelichten aan de Europese Commissie.



STARTPUNT VOOR DUURZAMER LEVEN

Met de website Vanaf Hier helpt ASN Bank iedereen om duurzame keuzes te maken. Of je nou al heel groen bent, of nog veel hulp kunt gebruiken. Van inspirerende verhalen tot hulp bij het kiezen van een duurzaam cadeau. Vanaf Hier is hét startpunt voor een duurzamer leven.

→ [Naar vanafhier.nl](https://naarvanafhier.nl)

BIODIVERSITEIT

Kijken naar de economische waarde van natuur

ASN Bank publiceerde in 2023 de Make Nature Count vervolgstudie, samen met de Foundation for Sustainable Development (FSD). Centraal in deze studie staat de economische waarde van de natuur. In hoeverre leveren investeringen in natuurherstel economische winst of juist verlies op? Afgelopen jaar keek ASN Bank met deze bril naar investeringen in natuurherstel die ASN Impact Investors deed in het ASN Biodiversiteitsfonds.

Mieke Siebers, Executive Director FSD: "Met onze onderzoeken helpen we de financiële sector, maar ook andere bedrijven en de overheid om duurzamere beslissingen te nemen. Hiervoor werken we met het concept ecosysteemdiensten; diensten die de natuur aan de mens levert. Zoals bijvoorbeeld opslag van CO₂, bestuiving en luchtzuivering. Wij brengen deze diensten in kaart en drukken de waarde ervan uit in geld. Met die kennis wordt het mogelijk om natuur veel beter te integreren in besluitvorming."

“
VOOR MIJ
IS HET HEEL
BELANGRIJK
OM TE
BANKIEREN
BIJ EEN
BANK DIE
ZICH ACTIEF
INZET VOOR
EEN BETERE
WERELD.”



DILEMMA

BETAALBARE EN TOEGANKELIJKE ENERGIETRANSITIE

“Hoe kunnen we in Nederland tot een rechtvaardige energietransitie komen? En waarom is dit zo belangrijk? Alleen als iedereen mee kan doen, kunnen we het Nederlandse klimaatdoel voor 2030 halen. Met iedereen bedoel ik huurders én kopers van lage tot hoge inkomens. Helaas is dit nu niet zo. De kosten van de energietransitie zijn oneerlijk verdeeld. Huishoudens met een kleine portemonnee worden extra geraakt. Zij zijn vaak kleine gebruikers en betalen te veel. Ook wonen zij vaker in matig tot slecht geïsoleerde huizen.

Uit het onderzoeksrapport over klimaataanpak van het Sociaal Cultureel Planbureau kwam al naar voren dat veel burgers verwachten dat de energietransitie tot groeiende ongelijkheid gaat leiden: 58% denkt dat hierdoor het verschil tussen arm en rijk groter wordt en 48% denkt dat meer mensen in armoede leven als gevolg van de energietransitie. Hiermee wordt de energietransitie ook een armoedevraagstuk.

Volgens het Centraal Plan Bureau leven in Nederland bijna 1 miljoen mensen onder de armoedegrens. Steeds meer Nederlanders hebben moeite om rond te komen. Deels door

de hoge energieprijzen en inflatie. Hoe kom je dan tot een eerlijke energietransitie? Ik denk door klimaatmaatregelen en armoedebestrijding met elkaar te verbinden. Bijvoorbeeld door verhuurders en woningcorporaties te verplichten om hun huurwoningen goed te isoleren. Door de huur van woningen met een hoog warmteverlies te bevrozen of te verlagen. Of door subsidie vooraf te geven, in de vorm van kortingsbonnen op isolatie, waardoor ook lagere middeninkomens kunnen verduurzamen zonder dat het hen veel geld kost.

Hoe mooi zou het zijn als partijen gaan inzien dat het noodzakelijk is om te kiezen voor een groen en sociaal beleid met focus op isolatie, energiebesparing en duurzame energie. Een beleid waaraan iedereen door een eerlijke verdeling van de kosten kan deelnemen. Een naïeve gedachte? Niet als je kijkt naar het [onderzoek](#) van het Sociaal en Cultureel Planbureau. Bovendien is snelheid nodig. In het Klimaatplan staat dat Nederland al in 2030 (dat is al over 6 jaar) 55% minder CO₂ gaat uitstoten dan in 1990. Op dit moment staat de meter op 31%. Hopelijk ziet het nieuwe kabinet ook dat de tijd dringt.”

KLIMAAT

Doorpakken met klimaatbeleid

Direct na de val van het kabinet in juni 2023 heeft ASN Bank het kabinet opgeroepen om de klimaatplannen door te zetten. Dankzij de inzet van de bank sloot ook de Nederlandse Vereniging van Banken zich – namens de sector – bij de oproep aan. Samen met onder andere de Nederlandse Vereniging Duurzame Energie, Natuur & Milieu en Urgenda. Bijna alle onderwerpen zijn begin september door de vaste Kamercommissie van Economische Zaken en Klimaat ‘niet controversieel’ verklaard. De uitvoering van het klimaatbeleid kon dus doorgaan.



64

organisaties deden namens miljoenen Nederlanders een oproep aan het gevallen kabinet.

Wij zien wat jij in huis hebt

Een eigen huis is belangrijk. Het geeft een gevoel van zekerheid en geluk. Sinds 1954 zet de bank zich in om goed wonen voor iedereen mogelijk te maken. Daarom wil BLG Wonen de woningmarkt toegankelijker maken. En komt de bank op voor mensen voor wie een eigen huis niet vanzelfsprekend is. Zoals starters, alleenstaanden en zzp'ers. Voor al deze mensen werkt BLG Wonen aan financiële oplossingen.

HET WOONDEBAT

Om oplossingen voor de woonproblematiek bespreekbaar te maken, organiseert BLG Wonen jaarlijks het WoonDebat. Moeten werkgevers meer doen om het tekort van 390.000 woningen terug te dringen? Tijdens het vijfde WoonDebat van BLG Wonen kwamen deze en andere vragen uitgebreid aan de orde. Ook presenteerde BLG Wonen een nieuw onderzoek over wonen als arbeidsvoorwaarde. Ruim de helft van de bevroegde werkgevers biedt al een vorm van woonhulp. Door financieel bij te springen. Of door te helpen met het vinden van een huis.

5

Afgelopen jaar was de 5e editie van het jaarlijkse WoonDebat.



Opiniesmaker Sander Schimmelpenninck geeft zijn visie op het thema van het vijfde BLG WoonDebat: ‘Wonen als arbeidsvoorwaarde’.



“
ONZE TWEEDE IS OOK
OP ZICHZELF GAAN
WONEN. HIERDOOR
IS ONS EIGEN HUIS NU
EIGENLIJK TE GROOT.”

WOONOPLOSSINGEN

Woningsplitsen

Bij woningsplitsing verdeel je een grote woning in twee (of meer) kleinere woningen. Elke woning heeft een eigen opgang en nutsvoorzieningen. Het splitsen van je huis kan een mooie oplossing zijn. Bijvoorbeeld als je huis te groot wordt, het onderhoud te veel is of om geld vrij te maken.

➔ [BLG Wonen vertelt je graag meer over woningsplitsen. Bekijk de vragen en antwoorden op de website.](#)

Georgette Lageman, Manager
Expertise Centrum Wonen
bij BLG Wonen



“
**DE VERHUURHYPOTHEEK
BIEDT KANSEN
VOOR HUURDERS
ÉN VERHUURDERS.**

“De vrije huursector speelt een belangrijke rol in de toegankelijkheid van de woningmarkt. Veel huurders verdienen namelijk te veel voor sociale huur, en vaak net te weinig om te kopen. Zij zijn dus aangewezen op de vrije huursector, waar de huren de afgelopen jaren steeds hoger worden. Duurhuurders zijn ruim 40% van hun besteedbare inkomen aan woonlasten kwijt. Dat is een probleem, omdat ze daardoor ook niet kunnen sparen om later alsnog te kunnen kopen.

Om iets te doen aan die woekerhuren heeft BLG Wonen een maatschappelijke variant van de verhuurhypothec op de markt gebracht. Daarbij mogen verhuurders hun huis verhuren, maar moeten de huren wel aan het landelijk vastgestelde puntenstelsel voldoen. Verhuurders krijgen daarvoor vanuit BLG Wonen aantrekkelijke voorwaarden. Zoals de mate waarin de woning in verhuurde staat gefinancierd kan worden, de looptijd of de rentevaste periode. Op basis van het taxatierapport en huurcontract controleren we of het puntenstelsel ook echt wordt toegepast.

Zo ontstaan er zowel voor verhuurders als huurders meer kansen. Belangrijk, want niet iedereen wil en kan direct kopen. Op die manier houden we de woningmarkt ook voor deze mensen betaalbaar en toegankelijk.”

DE VERHUURHYPOTHEEK

Om het segment van middenhuur in de vrije sector betaalbaar te houden, heeft BLG Wonen in 2023 de Verhuurhypothec geïntroduceerd. BLG Wonen is met de Verhuurhypothec de eerste bank die inspeelt op de plannen van minister Hugo de Jonge. De minister wil het aandeel van de middenhuur vergroten, door meer huurwoningen uit de vrije sector onder het puntenstelsel te brengen. Tegelijk moet woningverhuur wel interessant blijven. Bij de Verhuurhypothec moeten verhuurders een eerlijke huurprijs vragen, gebaseerd op het puntenstelsel. Daar staan vervolgens gunstige voorwaarden tegenover.



DUURZAAM

**BOUWEN MET
WOL EN GRAS**

BLG Wonen is groot voorstander van biobased bouwen. We hebben het dan over bouwtechnieken als skeletbouw en het gebruik van natuurlijke, snelgroeiende materialen als hout, wol en grassen (hennep, stro en vlas). Een biobased huis is bijzonder duurzaam, omdat de bouwmaterialen CO₂ opslaan. De merken van de Volksbank verstrekken hypotheek voor biobased woningen. Alleen was hier nooit veel aandacht voor. Reden voor BLG Wonen en ASN Bank om hypotheekadviseurs te overtuigen van de financiering van biobased wonen. Samen kwamen zij in 2023 met een campagneweek, een reeks artikelen, webinars en een stand op de HypoVak, een grote beurs voor financieel adviseurs.

Meer weten over de voordelen van biobased bouwen? Bekijk dan dit korte filmpje

“
**ALS
HUURDER
EEN HUIS
KOPEN? DAT
KAN NIET,
DACHT IK.
MAAR HET
IS TOCH
GELUKT.**

Leefbaarheid in de buurt

RegioBank zet zich in voor leefbare dorpen en steden. Voor buurten waar mensen fijn kunnen wonen, werken en leven. De bank snapt dat lokaal ondernemerschap daar een belangrijke rol in speelt. Zowel ondernemers als buurtbewoners kunnen bij hun lokale en zelfstandig adviseur in de buurt aankloppen voor financieel advies. Zo hebben zij een bank in de buurt én alle gemakken van online bankieren.



TOEKOMSTAGENDA

Nationale DorpenTop

In 2023 organiseerde RegioBank de derde Nationale DorpenTop, over de kracht van de regio. Dit keer in het Friese Warten. Zo'n 150 lokale ondernemers, financieel adviseurs, bestuurders, vrijwilligers en experts waren erbij. RegioBank pleit al een tijd voor een minister van Regiozaken. Samen met de aanwezigen maakte de bank hiervoor alvast de Toekomstagenda op. Mét actiepunten om het potentieel van regio's en leefbaarheid in dorpen te vergroten. De Toekomstagenda is overhandigd aan de Tweede Kamercommissie voor Binnenlandse Zaken. Met een vacaturetekst voor een minister voor Regiozaken.

LOKALE ONDERNEMERS

VOOR EEN LEEFBARE BUURT

Voor een leefbare buurt zijn enthousiaste ondernemers nodig. Daarom richt RegioBank zich speciaal op zzp'ers, mkb'ers, verenigingen en stichtingen. Bij de start én de groei van hun onderneming. Want als de bakker blijft doordat de bank zijn pand financiert, blijven de groentewinkel en de doe-het-zelfzaak ook. En zo creëer je samen een levendige buurt die groeit en bloeit.



“ EEN EIGEN PAND NA DRIE JAAR ONDERNEMEN. IK HAD NIET GEDACHT DAT HET KON.

De bank hielp Corné en zijn bedrijf in klimaattechniek in 2023 aan een eigen bedrijfspand.

[Bekijk het verhaal van Corné](#)



“ NU WE WONEN EN WERKEN NAAST ELKAAR HEBBEN, GAAN WE DE TOEKOMST MET VERTROUWEN TEGEMOET.

Voor Peter en zijn gezin met vijf kinderen werd het mogelijk om een werkplaats voor zijn interieurbouwbedrijf naast de woning te realiseren.

[Bekijk het verhaal van Peter](#)

“
GOED OM EEN BANK TE HEBBEN DIE HET DORP KENT. EN WEET WAT IK ALS ONDERNEMER NODIG HEB.

KLANTONDERZOEK

RegioBank hoogst
gewaardeerd
door klanten
Volgens onderzoek
Consumentenbond, 2023

2

Nr. 2 in top drie
'Klantvriendelijkste
banken van
Nederland'
Volgens onderzoek
MarketResponse

“**HET FIJNE AAN
REGIOBANK VIND IK
GEWOON HET HELE
PERSOONLIJKE, DE
KLANTGERICHTHEID
EN JE HOEFT ER GEEN
NUMMERTJE TE TREKKEN.
JE KUNT ER GEWOON ZO
NAAR BINNEN LOPEN.**

Torsten uit Haalen,
zakelijke klant
van RegioBank



165

initiatieven ontvingen
financiële ondersteuning

VOORDEBUURT FONDS

Geld voor lokale initiatieven

Samen met het Oranje Fonds heeft RegioBank het Voordebuurt Fonds opgericht. Met giften uit dit fonds steunt de bank sociale initiatieven die de lokale betrokkenheid vergroten en langdurige relaties stimuleren. In 2023 werd, op basis van voorlopige cijfers, € 434 duizend uit dit fonds uitgekeerd, waarvan afgerond € 141 duizend bijgedragen door RegioBank. Daarnaast hielpen zelfstandig adviseurs initiatiefnemers om met crowdfunding € 346 duizend op te halen via het platform 'Samen voor de buurt'. In totaal kregen zo'n 165 initiatieven financiële ondersteuning. Van een opknapbeurt van het buurthuis tot de aanschaf van duofietsen en de aanleg van een speeltuin. In 2023 konden initiatiefnemers bovendien (extra) vrijwilligers werven via het platform NLvoorelkaar, waarvan de Volksbank partner is.

SAMEN STERK TEGEN EENZAAMHEID

Rein Wispelweij, Directeur
RegioBank: "Nu al zien we dat in veel gemeenten onze lokale adviseurs worden betrokken bij lokale Coalities tegen Eenzaamheid. In deze coalities zijn gemeenten, welzijnsorganisaties en nu dus ook bankkantoren aangesloten om samen eenzaamheid tegen te gaan. Een ontwikkeling die wij als bank graag stimuleren, omdat ontmoetingen in de buurt bijdragen aan een fijnere buurt voor iedereen."

800

wethouders, beleidsmakers en welzijnsorganisaties waren aanwezig bij de landelijke opening van de Week tegen Eenzaamheid. Hier deelde RegioBank wat zij het hele jaar door al doet om ontmoetingen in de buurt te stimuleren.

CERTIFICAAT

MEER BUURTZAME ONDERNEMERS

Een mooiere samenleving begint in de buurt. Lokale ondernemers leveren hieraan een belangrijke bijdrage. Daarom wil de bank ondernemers die iets extra's voor hun buurt doen, extra stimuleren. In 2022 experimenteerde de bank al met een 'Buurtzaamheidstoets', om ondernemers bewust te maken van hun rol in de buurt. Als beloning voor hun inspanningen kregen ze concrete tips en een buurtzaamheidscertificaat. In 2023 heeft RegioBank dit proces geautomatiseerd, om zo nog meer ondernemers te helpen buurtzaam te worden en te blijven.

Gelijke groeikansen voor ieder mens

'Eerst de mens. Dan het geld.' Dat is de belofte van SNS. Wat je daar als klant van merkt? Dat je een eigen adviseur dichtbij hebt bijvoorbeeld, die jou kent. Dat het contact persoonlijk is, ook als je je bankzaken regelt via telefoon, chat of beeldbellen. SNS zet zich in voor gelijke kansen en voor de groei van ieder mens. Geldzaken hebben daar een grote impact op. Daarom wil SNS de toegang tot financiële kennis verbreden, bijdragen aan rechtvaardige waardering en het mentale welzijn van jongvolwassenen helpen verbeteren.

TOEGANG TOT FINANCIËLE KENNIS

HULP BIJ JE BELASTINGAANGIFTE

Kennis van geldzaken is belangrijk om te groeien in het leven. Wist je dat onbegrijpelijke taal zorgt voor financiële ongelijkheid? Dat blijkt uit [onderzoek](#) van SNS. Daarom maakt de bank financiële kennis begrijpelijk en toegankelijk, bijvoorbeeld door moeilijke termen uit te leggen. En door in 2023 ruim 1.000 klanten te helpen met hun belastingaangifte, tegen een vergoeding van € 75.

8,6

cijfer dat klanten
gaven voor hulp bij hun
belastingaangifte.

MENTAAL WELZIJN

MINDER DRUK, MEER GROEI

Wie zich goed voelt, kan zich beter ontwikkelen. En kijkt bovendien met meer vertrouwen naar de toekomst. Ook mentaal welzijn is dus belangrijk voor de groeikansen van mensen. De nieuwe generatie ervaart vaker stress, prestatiedruk en onzekerheid over de toekomst. Ook als het gaat om geldzaken. Daarom is SNS een partnership gestart met stichting MIND Us.



“**ONS DOEL IS OM
JONGEREN INZICHTEN EN
TOOLS TE BIJDEN. ZODAT
ZE MENTAAL STERKER
KUNNEN WORDEN EN MET
VERTROUWEN NAAR DE
TOEKOMST KIJKEN. OOK
QUA GELDZAKEN.**

Frederieke Vriends,
Directeur van MIND Us



NIEUW: Raad van Toekomst

Tien jongvolwassenen tussen de 18 en 35 jaar vormen sinds september 2023 de Raad van Toekomst. Ze adviseren SNS een jaar lang over onderwerpen die hen bezighouden. Denk aan frustraties over de woningmarkt of stress over studiefinanciering. Ook schuift de Raad aan bij bijeenkomsten van het management team van SNS. Zo krijgt de nieuwe generatie een stem in het beleid en de organisatie van de bank.

→ [Benieuwd naar de leden?](#)
[En hoe ze tegen geldzaken aankijken?](#)
[Je leest het op de website van SNS.](#)

FUTURE MONEY TALKS HELPT JE VERDER

Vooruit in het leven. Wie wil dat nu niet?! Een eigen huis, een goede carrière of vermogen opbouwen voor later. Maar voor jongeren wordt het er niet makkelijker op. Daarom heeft SNS speciaal voor hen het online platform Future Money Talks; met concrete plannen, tips en handige video's die laten zien wat er wél kan.

→ [Naar Future Money Talks](#)

GROEIKANSENDEBAT

In november 2023 organiseerde SNS voor de tweede keer het Groeikansen-debat. Inspirerende sprekers, politieke kopstukken, experts, organisaties en studenten spraken met elkaar over gelijke groeikansen. SNS lanceerde tijdens dit debat ook haar **position paper** 'Kansengelijkheid', een krachtig statement over haar eigen maatschappelijke rol én die van de financiële sector.

Bij het debat was nóg een kersverse partner van SNS: stichting Jong Ondernemen. SNS en de stichting verbinden hun netwerken en ontwikkelen kennis over 'de ondernemende generatie'. Daarnaast vragen ze actief aandacht voor de maatschappelijke waarde van lesprogramma's over ondernemerschap.

Jonas de Groot, algemeen directeur van Jong Ondernemen, noemt de samenwerking "te gek, relevant en passend. We doen de nieuwe generatie en de rest van Nederland een groot plezier als we leerlingen en studenten helpen hun ondernemende vaardigheden te ontwikkelen. Met een partner als SNS kunnen we zorgen voor nog meer ondernemerschapsonderwijs op scholen. In combinatie met financiële educatie is dat in onze ogen cruciaal met het oog op de toekomst. Zeker als je bedenkt dat de nieuwe generatie een ondernemende generatie is."

→ [Lees meer over het Groeikansendebat](#)



Jonas de Groot (algemeen directeur Jong Ondernemen), Kelly van den Bosch (Raad van Toekomst SNS) en Angela Eijlander (directeur SNS) tijdens het Groeikansendebat.



“**WIJ STIMULEREN TOEKOMSTIGE PROFESSIONALS OM ZICH BREED TE ONTWIKKELEN.**”

Erik van der Zwan,
Directeur van
WorldSkills Netherlands

RECHTVAARDIGE WAARDERING

NIEUW PARTNERSHIP MET WORLDSKILLS

Metselaar, kok, verpleegkundige, elektrotechnicus – zomaar een paar beroepen die we als samenleving echt nodig hebben, en die vragen om specifiek vakmanschap. Toch voelt deze groep zich ondergewaardeerd en geremd in hun ontwikkeling. Daarom werken WorldSkills Netherlands en SNS sinds kort samen om vakmensen de groeikansen en waardering te geven die ze verdienen.

Erik van der Zwan, directeur van WorldSkills Netherlands, legt uit wat het belang is van goed opgeleide vakmensen: "Wij stimuleren toekomstige professionals om zich breed te ontwikkelen. Met vakwedstrijdprogramma's dagen we tienduizenden (v)mbo-studenten uit om het beste uit zichzelf te halen. Deze mensen hebben talent en dat hebben we nodig om de samenleving en economie draaiend te houden. De vraag om goed geschoolde vakmensen is urgenter dan ooit. Andere belangrijke ingrediënten voor een gezonde carrière zijn goede financiële kennis en vaardigheden. Door de krachten te bundelen met SNS kunnen we ook hier aandacht aan geven. Zo helpen we de jonge vakmensen van de toekomst nog beter op weg."

JONGE SCHOULDERS

Afgelopen jaar publiceerde SNS het boek: 'Jonge schouders', een verkenning van alles wat er in de samenleving speelt op het gebied van gelijke groeikansen voor jongvolwassenen. Het boek is geschreven door drie van onze eigen collega's. Zij noemen het "een uitgestoken hand aan iedereen die zich hier samen met ons voor wil inzetten".



“**WAT IK ZOEK IN EEN BANK? EEN GOEDE FINANCIËLE BASIS OM VERDER TE GROEIEN.**”



Arie Koornneef
(Directeur ASN Bank)




Frank Soede
(Directeur BLG Wonen)




Angela Eijlander
(Directeur SNS)



Apart én samen. Dat is de Volksbank met haar vier merken. En eigenlijk zit de samenleving ook zo in elkaar. We zijn individuen met onze eigen wensen en behoeften, maar kunnen tegelijk niet zonder elkaar; we hebben een samenleving nodig waarin we ons thuis voelen. Waarin we prettig kunnen leven, wonen en werken. En waarin iedereen mee kan doen. Als bank staan wij niet alleen vierkant achter deze visie, we dóen er ook iets mee. Door mensen individueel te helpen bij een financieel gezonde toekomst, maken we heel Nederland steeds een stukje beter. Daar zetten alle medewerkers van onze bank zich elke dag voor in. Dat deden we afgelopen jaar, zoals je in dit mooie magazine hebt kunnen lezen. En dat blijven we doen. Beter voor elkaar. Ook in 2024.




Rein Wispelweij
(Directeur RegioBank)

SAMEN STEEDS EEN STUKJE BETER

Het redactionele concept van het Jaarmagazine is gemaakt in samenwerking met medewerkers van de Volksbank en Wijstudio.

Art direction, ontwerp en infographics
Wijstudio, Amsterdam

Fotografie
Frank van Delft
Femke van den Heuvel
Betsie van Ojik

Illustratie
Aron Vellekoop Léon

Tekst, redactie & coördinatie
Dit Jaarmagazine is samengesteld door een team van medewerkers van de Volksbank van Corporate Communicatie, Integrated External Reporting, Investor Relations, Strategie, Financial Markets, Marketing, Risk, Human Resources en de expertisecentra Duurzaamheid, Gelijke groeikansen, Leefbaarheid en Wonen

Drukwerk
Rijser, Purmerend
Gedrukt met biologische inkt op basis van plantaardige oliën op duurzaam FSC papier.



Contact
Vragen of suggesties? Neem contact met ons op via pers@devolksbank.nl

Onze officiële rapporten lezen?



→ [Integrated Annual Report](#)



→ [Pillar 3 Report](#)

de volksbank



www.devолksbank.nl