

LOKAAL EN SOCIAAL BETROKKEN



Onlangs startte de Rabobank een landelijke campagne ter ondersteuning van haar maatschappelijke betrokkenheid, waarbij de onderwerpen zelfredzaamheid, lokale leefomgeving, ondernemerschap en food centraal staan.

Hoewel het op een herpositionering lijkt, is de campagne bedoeld om impliciet het lokale en sociale karakter van de bank veel nadrukkelijker zichtbaar te maken. Els Avontuur, vijf jaar directielid van Rabobank regio Schiphol, vertelt enthousiast over de nieuwe campagne, de lokale betrokkenheid, de sociale inslag van de bank en hoe alle medewerkers bij de nieuwe campagne worden betrokken.

Ambassadeurschap

'De campagne wordt landelijk uitgedragen', licht Els toe. 'Maar regionaal betekent dat voor ons, dat we ook van al onze medewerkers, ledenraad en Raad van Commissarissen verwachten dat ze het bestaande beleid uitdragen en daaraan ook hun bijdrage leveren door middel van een actief ambassadeurschap. We willen sterker naar buiten treden, vaker gezien worden en helpen waar mensen hun kinderen naar school brengen of hun sport bedrijven. Onze lokale en maatschappelijke betrokkenheid vinden we heel belangrijk. We realiseren ons dat door ons op die manier in de markt te bewegen, we dingen mogelijk maken, er motortjes

gaan draaien, mensen in beweging komen en er daardoor nieuwe kansen op economische activiteit ontstaan. Dat werkt versterkend in de lokale markt en leidt tot meer welvaart in geld of gevoel zoals welzijn', aldus Avontuur. 'We ondersteunen op allerlei gebied niet alleen met geld, maar ook met onze faciliteiten, kennis en contacten. Speciaal om die initiatieven te steunen, die iets betekenen voor de samenleving is er ons Coöperatiefonds, waaraan jaarlijks een deel van de winst aan wordt afgedragen.'

Dichtbij en betrokken

'Om onze maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen, is geen cultuuromslag binnen onze bank nodig, voegt ze toe. 'We deden het al veel langer, maar we spraken er nooit zo expliciet over. Er waren al zoveel medewerkers die bijvoorbeeld gingen zwemmen met mindervalide mensen, collega's die op kinderboerderijen hun handen uit de mouwen staken of een dagje hielpen in een kringloopwinkel. Daarnaast doen we ook al jaren geen afdelingsuitjes meer. Als we op pad gaan met de afdeling, doen we dat altijd maatschappelijk verantwoord. We gaan dan naar mensen, verenigingen of stichtingen die dat nodig hebben. We donezen dan geen geld, maar willen ons met onze handen inzetten. We schilderen mee, helpen slopen of weer opbouwen, willen mensen verzorgen met vrijwilligershulp en gaan er met ouderen of gehandicapten op uit; we rijden ze graag naar de markt. We zoeken die mogelijkheden actief op. Soms komen er ook tips via onze Ledenraad binnen. ▶





Met het ambassadeurschap hebben we ogen en oren in de regio, zodat we proactief actie kunnen ondernemen. Dan kruip je nog dichterbij de mensen', vertelt Els met enthousiasme. 'We trekken nu ook nog meer medewerkers aan, die die filosofie willen ondersteunen en uitdragen, medewerkers die het in zich dragen en er het hart voor hebben. We willen graag juist die mensen hebben, die na werktijd ook de ambassadeur van de Rabobank willen zijn; op het schoolplein, in de winkel of bij de sportvereniging. We willen een moedige bank zijn, die opstaat voor maatschappelijke issues en klanten daarbij ondersteunt.'

Missie

'Nationaal willen we een bijdrage leveren aan het verdienvermogen van Nederland, maar ook zorgen dat mensen hun eigen verantwoordelijkheid nemen om hun eigen welzijn te regelen', vervolgt Els Avontuur. 'Dat wordt steeds belangrijker omdat de overheid zich meer en meer terugtrekt. We kunnen daar een bijdrage aan leveren, omdat we een stukje planning met de klant kunnen doen. Als je nu een hypotheek neemt, moet je je realiseren, wat dat over 20 jaar betekent en wat je daarvoor dus moet regelen. Wereldwijd willen we als Rabobank een waardevolle bijdrage leveren aan de oplossing voor de voedselproblematiek. In eerste instantie vanuit maatschappelijk inzicht, maar we willen er ook weer mee bereken, dat er welzijn ontstaat'.

Innovatieve bank

Bij Rabobank wordt sterk gehecht aan innovatie. Niet alleen met vernieuwing binnen de bank, maar ook met het financieren van innovatieve externe projecten. De bank is nauw betrokken bij initiatieven van de circulaire economie in de lokale markt, bijvoorbeeld door het aanleveren van denkkraacht. Maar ook met het inrichten van een fonds, waarbij met het gestorte kapitaal nieuwe circulaire initiatieven worden ontplooid. Maar Rabobank verbetert ook doorlopend haar eigen financiële producten, zoals versnelling van betalingsverkeer (z.g. block-chain), waarmee de bank samen met zeven Europese banken aan de slag is gegaan. Volgens Els Avontuur doet Rabobank er zowel lokaal als Europees en mondiaal alles aan, om bij te blijven in kennis, kunde en omgeving. ◀

“We willen een moedige bank zijn, die opstaat voor maatschappelijke issues en klanten daarbij ondersteunt.”

Organisatie

De Rabobank Groep kent een bijzondere bedrijfsvorm. Sinds kort is de bank één in plaats van de voormalige 104 coöperaties. Statutair is geregeld dat elke lokale bank daarin een eigen zelfstandigheid heeft. Elke Rabobank rekeninghouder kan lid worden van de Rabobank. De regio Schiphol telt 16.000 leden, die met 36 leden vertegenwoordigd zijn in de ledenraad. Elke Rabobank heeft een Raad van Commissarissen, die toezicht houdt op de performance van de bank. De Ledenraad is de daarbij voelspriet van de lokale maatschappij.