

Persbericht

Amsterdam/Overveen,
30 oktober 2013

Eerste investering van Social Impact Fonds ABN AMRO in Nudge

Nudge, een online consumentenplatform op het gebied van duurzaamheid, ontvangt als eerste onderneming een investering van het Social Impact Fonds van ABN AMRO. Voor Nudge betekent de participatie door het fonds een belangrijke steun in de rug. Het maakt een verdere groei van het consumentenplatform en een uitbreiding van de activiteiten mogelijk.

Jan van Betten, founder Nudge: 'In onze contacten met consumenten, bedrijven en overheden komen we veel duurzame initiatieven tegen. We willen ze graag allemaal een flinke 'nudge' (zetje) geven. Het ABN AMRO Social Impact Fonds geeft Nudge de mogelijkheid om het platform en de organisatie verder uit te bouwen. Zo kunnen we meer mensen verbinden, meer initiatieven versterken en versnellen en samen meer impact bereiken'.

Nudge is een online platform waarbij zich inmiddels meer dan 30,000 mensen en organisaties hebben aangesloten. Zij wisselen ideeën, ervaring en kennis uit op het gebied van duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Nudge zet deze ideeën en initiatieven om in duurzame, sociale en zichtbare activiteiten.

Eric Buckens, manager van het Social Impact Fonds: 'Nudge is een van de beste voorbeelden van veelbelovende sociale ondernemingen in Nederland. Ik ben er dan ook trots op dat we juist in Nudge de eerste investering doen uit het Social Impact Fonds'.

De bank richtte het fonds in maart 2013 op om zelf te kunnen investeren in sociale en duurzame ondernemingen. De komende jaren is een budget van 10 miljoen euro beschikbaar. Met het fonds wil de bank niet alleen zelf actief zijn in de jonge en innovatieve social impact markt, maar ook een actieve bijdrage leveren aan de ontwikkeling ervan. Criterium voor ondernemingen om in aanmerking te komen voor het fonds is dat, naast financiële doelstellingen, een maatschappelijk doel wordt nagestreefd en dat het bedrijfsmodel een vernieuwend karakter heeft.