



Inclusive Banking

Stakeholders dialoog

Het belang van inclusiviteit bij financiële dienstverlening

Bespreking eerste resultaten onderzoek ABN AMRO en McKinsey & Company

In januari 2022 organiseerde ABN AMRO een ronde tafel gesprek om met belangrijke stakeholders de eerste bevindingen van het door ABN AMRO en McKinsey & Company geïnitieerde Inclusive Banking onderzoek te bespreken. In totaal waren 53 nationale en internationale deelnemers online aanwezig bij dit gesprek waarmee een vertegenwoordiging van investeerders, klanten, toezichhouders, NGO's, consultants, andere banken en belangengroepen aan tafel zaten.

ABN AMRO CEO Robert Swaak opende de online stakeholderdialoog door nadruk te vestigen op hoe belangrijk diversiteit en inclusie. Niet alleen voor ABN AMRO, maar ook voor de hele samenleving. Iedereen heeft er baat bij als wij gezamenlijk dit onderwerp oppakken en ons ervoor inzetten om positieve impact te maken. Dit kan door gezamenlijke kennis en oplossingen te gebruiken en drempels weg te nemen. ABN AMRO doet een oproep om deze uitdaging samen aan te gaan.

Aanleiding ronde tafel | Bespreken eerste resultaten onderzoek en mogelijke vervolgstappen

In 2019 kwam NatWest met 'The Alison Rose Review of Female Entrepreneurship'. Een indrukwekkend rapport over de kloof tussen vrouwelijke en mannelijke ondernemers in het Verenigd Koninkrijk. Dit rapport heeft er onder andere voor gezorgd dat er een 'Investing in women' code kwam. Met deze code worden de kansen voor vrouwen en vrouwelijke ondernemers bij financiële instellingen in het Verenigd Koninkrijk verbeterd.

Uit verder onderzoek blijkt ook dat wereldwijd 67% van de vrouwen het idee heeft ze niet goed worden begrepen door hun financieel adviseurs en er niet aan hun behoeftes wordt voldaan¹. Dit zorgt ervoor dat we vrouwen kunnen zien als de grootste onder bediende groep in de financiële sector.

ABN AMRO Inclusive Banking heeft daarom een onderzoek laten doen naar verschillen in financiën tussen mannen en vrouwen. McKinsey & Company heeft dit uitgevoerd. Een van de uitgangspunten van het onderzoek was om met stakeholders vast te stellen of significante verschillen er ook zijn voor de Nederlandse samenleving.

In de stakeholder dialoog van 27 januari zijn de eerste resultaten van dit onderzoek gepresenteerd door ABN AMRO Inclusive Banking Director Chantal Korteweg en McKinsey & Company Senior Partner Mieke van Oostende. Na het delen van de inzichten gingen de deelnemers in drie groepen uiteen met de volgende thema's:

- ▶ Vrouwen met een beperkt budget & vrouwelijke young professionals
- ▶ Vrouwelijke ondernemers
- ▶ Bouwen van een Ecosysteem

'Vanuit onze purpose van 'Banking for better, for generations to come' is het belangrijk dat wij ons inzetten voor een inclusieve omgeving voor zowel onze werknemers als onze klanten. Een omgeving die de diversiteit van onze samenleving reflecteert. Dit is niet alleen het juiste om te doen, maar ook slim: Diversiteit en inclusie heeft sociale en economische voordelen waar onze hele samenleving iets aan heeft.'

Robert Swaak, CEO ABN AMRO
openings speech stakeholderdialoog

Deze thema's waren gekozen vanwege de inhoud van het rapport, de aanwezige stakeholders en de huidige focus van ABN AMRO. Vrouwen met een beperkt budget, vrouwelijke young professionals en vrouwelijke ondernemers zijn drie van de vijf focusgroepen in het rapport (vermogende vrouwen en vrouwen met een bovengemiddeld inkomen zijn de andere twee focusgroepen).

Bij vrouwen met een beperkt budget en vrouwelijke young professionals blijkt de afstand tot financiële dienstverlening aanzienlijk. Vrouwelijke ondernemers hebben meer behoefte aan herkenbare rolmodellen en persoonlijk financieel advies. Het laatste thema; 'Bouwen van een ecosysteem', was gekozen om een dialoog aan te gaan met de vele aanwezige internationale en nationale stakeholders uit de financiële wereld, over oplossingsrichtingen.

Algemene conclusies van de bijeenkomst | Verkleinen van de afstand en vergroten van de mogelijkheden

In zowel de algemene bijeenkomst als de verschillende rondetafelgesprekken stonden de barrières en inzichten van de verschillende focusgroepen vanuit het onderzoek en vanuit de ervaring en expertise van de deelnemers centraal. De meeste grondoorzaken van deze barrières zitten diep verankerd in onze samenleving en cultuur en worden soms onopgemerkt en onbedoeld als normaal gezien. Hierdoor is een gedegen meerjarenplan en centrale coördinatie nodig om inclusiviteit in financiële dienstverlening te realiseren. Waarbij maatwerk oplossingen worden gecreëerd die aansluiten bij vrouwen in verschillende levensfasen en achtergronden. Door rekening te houden met deze sociaal,

economische en demografische factoren kunnen we tot interventies komen die ook echt aansluiten bij behoeftes.

Binnen de financiële industrie maar ook in andere sectoren, zullen we moeten werken aan het veranderen van een van oudsher mannelijke bedrijfs- en sociale cultuur. Samen moeten we streven naar een cultuur waarin zowel mannen als vrouwen zich niet gedwongen voelen om zich aan te passen. En tegelijkertijd de masculiene gedragsnormen van succes en juist de vrouwelijke waarden en kenmerken gezien en gewaardeerd worden.

Het realiseren van een maatschappij waarin we de kansen ongelijkheid dichtten tussen mannen en vrouwen kan alleen als we ons ten doel stellen dit gezamenlijk te doen. Door samenkomst van partijen die zich committeren op het wegnemen van specifieke drempels die nu kansen ongelijkheid veroorzaken creëren we gezamenlijk het nieuwe normaal. Daarbij is het noodzakelijk dat we op elk niveau van de samenleving, kennis delen, bewustzijn creëren en maatregelen nemen die ervoor zorgen dat de grondoorzaken onder de drempels weggenomen worden.

Naast dit zakelijk cultuuraspect kunnen wij gezamenlijk en ook wij als bank ontzettend veel doen om het onderwerp gendergelijkheid te agenderen in de volle breedte van haar mogelijkheden. Dus niet alleen intern qua werving en selectie, doorstroom en promotie, maar ook richting (vrouwelijke) klanten, in processen, producten, communicatie en dienstverlening.

Op het moment is er een afstand tussen vrouwen en de financiële dienstverlening, welke verschillende oorzaken heeft. We moeten beginnen met het verkleinen van barrières die vrouwen ervaren in het managen en controle krijgen over hun financiën.

Besproken thema's in de verschillende groepen

Vrouwen met een beperkt budget & vrouwelijke young professionals

Als grootste **barrière** identificeren we dat vrouwen zich niet welkom voelen in het financiële domein en het gevoel hebben dat ze niet genoeg kennis hebben om gemakkelijk

ook dat domein in te stappen. Ze vinden het moeilijk om controle over hun financiën te krijgen en mogelijk ook via die weg hun levensstijl te veranderen. Zeker ook omdat gezondere en duurzame producten duurder zijn en daardoor nog moeilijker beschikbaar zijn voor wanneer men moet rondkomen op een krap budget.

Redenen hiervoor zijn bijvoorbeeld dat de manier van communiceren over financiële thema's vrouwen vaak niet aanspreekt; door bijvoorbeeld de focus op de getallen te leggen en niet op de persoonlijke impact. Vooral vrouwen met een beperkt budget geven aan dat ze niet weten waar ze moeten beginnen, en dat het veel moeite kost om alles te organiseren door de bureaucratische stappen die men moet doorlopen, welke vaak ook veel papierwerk met zich meebrengen. Vooral doordat men al veel stress ervaart in het dagelijkse leven zijn de extra stappen en onpersoonlijke brieven vaak net die extra druppel die het voor hen onmogelijk maakt om echt grip op hun financiën te krijgen. Hierbij observeren we ook dat deze groep relatief vaak uit een gezin komt dat zelf moeite had met financiën waardoor er aan geld een negatieve associatie kleeft, wat het extra moeilijk maakt voor hen om hulp te zoeken of om erover te praten.

Via **interventies** kunnen we vrouwen helpen met het creëren van zelfvertrouwen door middel van educatie en coaching. Naast dat het zelfvertrouwen zal toenemen verwachten we ook dat hierdoor vrouwen beter bekend worden met de verschillende financiële oplossingen die beschikbaar zijn. Door daarnaast ook vooroordelen die mogelijk onbedoeld in het systeem en in de processen zijn geslopen weg te nemen voorkomen we bij voorbaat dat zij al op een achterstand staan. Verder kunnen we de drempel tot financiële producten verlagen door de informatie begrijpelijker te maken en overbodige stappen weg te nemen en zelf vanuit de financiële industrie proactief (en persoonlijk) contact op te zoeken. We moeten beide doelgroepen op een meer persoonlijke manier gaan benaderen en ook meer daar waar hun leven zich al voordoet; denk aan buurthuizen en/of andere sociale plekken. We verwachten dat naast een groter zelfvertrouwen dit deze vrouwen ook het gevoel biedt dat ze welkom zijn om meer controle te nemen over hun eigen financiën. Het is goed mogelijk dat vrouwen dan ook gaan inzien dat ze misschien helemaal niet zoveel minder kennis hebben van financiën (tegenoverstaand van hun mannelijke kennissen, collega's, etc.) en dat er dus geen reden voor hen is om niet die eerste stappen te zetten naar meer financiële controle en mogelijk ook een ander leven.

We kunnen versnellen en een goede fundering neerzetten, door te investeren in de vaardigheden van medewerkers en adviseurs binnen organisaties die deze vrouwen kunnen coachen en begeleiden. Daarnaast is het aanpassen van de manier van communiceren en de 'tone of voice' een quick win. Hierbij moeten we ook denken aan modernere manieren van communicatie, zoals de populaire tools tikkie en whatsapp.

Vrouwelijke ondernemers

Ondernemers doorlopen verschillende fasen. Dit start met een 'Intentie' (idee), daarna de 'Opstart', vervolgens het 'In stand houden' en ten slotte het "Schalen". De instandhoudingsfase heeft betrekking op bedrijven die meer dan 3,5 jaar oud zijn. Schalen betekent dat een bedrijf een omzet bereikt van 1-50 miljoen euro, ongeacht leeftijd. In elke fase lopen ondernemers tegen drempels aan. Deelnemers van de ronde tafel gaven aan dat vrouwen de grootste drempels ervaren in de 'Intentie' en 'Schaal' fasen.

Tijdens de intentie- en opstartfase ervaren vrouwelijke ondernemers 2 belangrijke drempels:

1. Lage toegang tot en laag bewustzijn van kapitaal
2. Gebrek aan herkenbare rolmodellen/ sponsors/mentoren en geschikte netwerk mogelijkheden

In de instandhoudingsfase en de opschaaftase zijn er 2 drempels die opvallen:

1. Een gebrek aan zakelijke vaardigheden en capaciteiten als drempels om een bedrijf te leiden
2. Disproportioneel meer zorgtaken

Er zijn verschillende manieren om deze vrouwelijke ondernemers te helpen: Handvatten geven om te starten, vertrouwen geven, inspireren, kennis bieden over kapitaal en tips om een netwerk te bouwen. Diverse initiatieven zoals Raise en Fempower Your Growth dragen daar nu al aan bij.

Een belangrijke basis voor succesvolle ondernemers is het hebben van een goed **netwerk**. Dit bevordert de groei van een onderneming en versterkt o.a. innovatie en kennisoverdracht. Het blijkt dat netwerken en connecties opdoen voor vrouwen vaak moeilijk zijn. Daarbij geven ze vaak aan dat ze het juiste netwerk niet kunnen vinden of netwerken voor hen niet belangrijk is. Dit is deels een verschil in opvatting. De ronde tafel deelnemers geven aan dat het vooral belangrijk is dat vrouwelijke ondernemers het belang van netwerken ook leren snappen. Daarnaast is het noodzakelijk dat netwerken ook toegankelijker worden gemaakt. Een **samenwerkend ecosysteem** van partijen die aandacht hebben voor vrouwelijke ondernemers helpt hierbij heel erg.

Uit de ronde tafel bleek ook dat er meer focus moet komen op het bieden van betere en herkenbare **rolmodellen**. Vrouwen geven vaak aan dat ze zich niet herkennen in powervrouwen zoals Neelie Kroes, maar liever een rolmodel zouden willen zien dat zich beter verhoudt tot hun situatie. Daarbij zouden vrouwelijke ondernemers het fijn vinden om te kunnen sparren en praten met **mentoren**. Ondanks dat er vrij veel mentor organisaties zijn, geven vrouwen aan dat ze de huidige mentoren minder herkenbaar of passend vinden. Ook daar valt dus nog genoeg te verbeteren.

Ten slotte, werd kennis over en toegang tot financiering vaak genoemd als drempel. Deelnemers vinden dat vrouwen meer moeten worden meegenomen in mogelijkheden. Vrouwen kennen nu niet alle mogelijkheden en als ze de mogelijkheden al kennen dan vinden ze het moeilijk om te kiezen. Daarom is het belangrijk dat vrouwelijke ondernemers meer persoonlijk financieel advies kunnen krijgen. Advies dat past bij de levensfase van de onderneming en de wensen van de ondernemer.

ENTREPRENEURIAL LIFE CYCLE*



*Bron: Global Entrepreneurship Monitor (2020/2021)

¹ Note: Conversion is measured at a fixed point in time, therefore delay causes percentage to be higher than 100

Tegelijkertijd willen vrouwen niet anders behandeld worden dan mannelijke ondernemers. Ze willen alleen makkelijker toegang hebben tot bepaalde persoonlijke diensten. Zoals dat voor mannen wellicht ook geldt.

Bouwen van een Ecosysteem

De ecosysteem groep werd gevraagd om vanuit hun eigen ervaring en expertise aan te geven waardoor de grootste barrières worden veroorzaakt. Daarbij kwam naar voren dat het gebrek aan kennis en de 'tone of voice' de toegang tot financiën beperkt, waarbij de kanalen die gebruikt worden vaak niet aansluiten bij de voorkeur van verschillende groepen vrouwen. Het gebrek aan vrouwelijk rolmodellen vinden vrouwen soms lastig om zich voor te stellen hoe ze zelf ervoor kunnen zorgen dat ze financieel onafhankelijk en of succesvol kunnen zijn. Hieronder is een weergave te zien van de steek/kernwoorden die de deelnemers aandroegen tijdens de bijeenkomst.

Op macro meso en miso niveau geeft de groep aan te verwachten dat we regulering nodig hebben op verschillende niveaus. We zouden moeten nastreven om net als in het Verenigd Koninkrijk een financiële code af te spreken zodat vrouwen dezelfde kansen als mannen wordt geboden. Hiervoor is het noodzakelijk dat de partijen die hier relevant voor zijn een samenwerking opzetten om kennis, hulpmiddelen en hun netwerk te delen en dezelfde doelen na te streven. De betrokken personen spreken uit dat dit ondersteund dient te worden door de overheid en de CEO's van alle betrokken partijen en dat deze samenwerking niet alleen op een nationaal niveau maar op een internationaal niveau zou moeten plaatsvinden.

De **samenwerking** die hiervoor nodig is vraagt niet alleen om commitment en gemotiveerde leiders van alle organisaties maar ook om focus op 1 of 2 thema's. Daarbij is het ook essentieel dat kennis en netwerken die nu nog lastig te bereiken zijn voor vrouwen zichtbaar en toegankelijk worden gemaakt. Onderdeel van het toegankelijker maken van deze kennis en netwerken is het gebruik maken van tools die nu de voorkeur genieten van vrouwen maar ook aanwezig en zichtbaar zijn in de gemeenschap waarin deze vrouwen leven. Het ondersteunen en naar voren schuiven van rolmodellen die herkenbaar zijn voor de target group om de discussie aan te gaan om de gender bias te verkleinen is tevens een andere vereiste. Hierdoor kunnen we vrouwen inspireren en verwachten we dat de boodschap ook geloofwaardiger gebracht kan worden.



DISCLAIMER

Wij erkennen dat er meer groepen zijn die onder bediend worden door de financiële sector en aandacht verdienen, de keuze om met het verschil tussen mannen en vrouwen te beginnen is gebaseerd op eerder onderzoek, maar blijft een subjectieve keuze van de onderzoekers. Wij erkennen ook dat gender non-binair is en niet iedereen zich zal herkennen als zijnde man of vrouw. Ook hier is weer de subjectieve keuze gemaakt om voor nu een bepaalde focus te hebben, waar mee gestart kon worden. Wij willen ook zeker niet de suggestie wekken geven dat wij de huidige focus en focusgroepen, zoals hier besproken, zien als de belangrijkste focus. Wij hopen dat dit onderzoek het slechts het begin zal zijn van veel meer onderzoek, interventies en proposities en dat we op die manier inclusie voor iedereen kunnen creëren.

De conclusies in dit document zijn afgeleid van observaties binnen de verschillende dialogen. De uitspraken zijn gedaan onder Chatham House rules'. Wat betekent dat alle deelnemers vrij waren hun mening te delen en gebruik mochten maken van de informatie vergaard tijdens deze dialogen, maar wij deze informatie nooit publiekelijk zullen koppelen aan de identiteit van de deelnemers. De dialogen hadden als doel de activiteiten en het beleid op het gebied van inclusiviteit van ABN AMRO en daarbuiten te versterken en samenwerking bevorderen. Hierin hebben we alle deelnemers de vrijheid willen geven om zich vrij te uiten en deze openheid zijn wij hen zeer dankbaar.

Voor verdere vragen, opmerkingen en suggesties kan u contact opnemen met inclusive_banking@nl.abnamro.com