



Sociale duurzaamheid versnellen

ABN AMRO Bank N.V.

**Update Social Impact
& Human Rights 2021**



Inhoud

Voorwoord	3	De cijfers vertellen het verhaal	19
Social talks: 5 initiatieven toegelicht	4	Stakeholders	21
Oplossingen voor jongeren	5		
Seksuele uitbuiting	7		
Unbankables	9	Thematische engagement	25
Schuldenproblematiek	11		
Sociale obligaties	13		
5 x impact: initiatieven in het kort	15	Evenementen	26
Transitielening	16	Diversity & Inclusion week	26
De Patta Academy	16	Pride-campagne	26
Het Groningse aardbevingsgebied	17	Dutch Design Week	27
Impact creëren met de nieuwe thuisbasis van ABN AMRO	17	Mensenrechtenconferentie	27
Gelijke kansen in de sport	18	Learning week	27
		Conclusie	28

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



“De sociale kant van duurzaamheid krijgt steeds meer aandacht, maar we moeten ons realiseren dat dit een klus is die nooit klaar is.”

Robert Swaak

Door ontwikkelingen op het gebied van klimaatverandering en Covid-19 is het aantal sociale uitdagingen in 2021 wederom toegenomen. En meer sociale uitdagingen betekent meer kwetsbare mensen. Kwetsbaarheid is een breed begrip, variërend van problematische schulden en uitbuiting van arbeidsmigranten tot de snelle digitalisering die het voor sommige mensen moeilijker maakt om hun financiële zaken te regelen. Iedereen kan in een kwetsbare positie terecht komen. Daarom is het voor ons als financiële instelling belangrijk om onze maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen en kwetsbare groepen in de samenleving te helpen.

Het afgelopen jaar was er meer aandacht voor kwetsbare groepen, zowel binnen ABN AMRO als op de gebieden waar onze bank actief is. We hebben onze medewerkers nog bewuster gemaakt van de urgentie van de ‘S’ in ESG (Environmental, Social & Governance). We hebben veel tijd gestoken in bewustwording en scholing omdat iedereen, ongeacht zijn of haar rol binnen de bank, een bijdrage kan leveren.

Onze eigen organisatie geeft het goede voorbeeld als het gaat om sociale uitdagingen. Wij bevorderen diversiteit en inclusiviteit in ons eigen personeelsbestand en ik ben ervan overtuigd dat ons onlangs geïntroduceerde Inclusive Banking Team ons zal helpen

om ons product- en dienstenaanbod nog inclusiever te maken. En in onze eigen inkoopprocessen screenen wij leveranciers nog zorgvuldiger, zodat wij mogelijke negatieve effecten kunnen voorkomen en aanpakken. Maatschappelijke vraagstukken worden onderdeel van onze transitieplanningen aan klanten. Zo krijgen zakelijke klanten die mensen met een arbeidsbeperking in dienst nemen een korting op de rente van hun lening. Wij verzorgen en adviseren over zowel groene obligaties als sociale obligaties voor klanten. De Nederlandse Vereniging van Banken werkt ook samen met andere partijen aan maatschappelijke vraagstukken, zoals de problematiek van de ‘unbankables’. Hoe meer banken zich inspannen om financiële criminaliteit te voorkomen, des te groter het risico dat we klanten voortijdig uitsluiten. Als laatste wil ik noemen dat we samen met anderen de strijd aangaan tegen uitbuiting van arbeidsmigranten in de Nederlandse economie, een gebied waar kwetsbaarheid toeneemt.

We kunnen dus concluderen dat de sociale kant van duurzaamheid het afgelopen jaar meer aandacht heeft gekregen. Tegelijkertijd moeten we ons realiseren dat dit een klus is die nooit klaar is; we moeten alert blijven om kwetsbare groepen in de samenleving te herkennen en te begrijpen hoe onze bank betrokken kan zijn en wat we kunnen doen om bij te dragen aan een oplossing.

Daarnaast zijn we ons ervan bewust dat er regelgeving in de maak is waarop we onze klanten moeten voorbereiden. Deze regelgeving vereist dat klanten inzicht hebben in milieu- en sociale risico's in hun eigen activiteiten en waardeketens, en dat zij mogelijke negatieve effecten voorkomen, aanpakken en verhelpen.

Deze publicatie laat zien hoe relevant en breed de thema's social impact en mensenrechten zijn, voor welke uitdagingen de maatschappij en onze klanten staan, en hoe een bank een deel van de oplossing kan zijn. Ze laat ook zien hoe we de eerste stappen zetten om deze impact te meten, zodat we daar ook op kunnen sturen.

Ik zie deze publicatie als een stimulans, als een aanjager van samenwerking. We kunnen allemaal onze antenne aanzetten en aandacht vragen voor maatschappelijke vraagstukken. Laten we samen verantwoordelijkheid nemen in situaties waarin we het verschil kunnen en moeten maken.

Robert Swaak
CEO ABN AMRO

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Deze publicatie laat de versnelling zien op het gebied van social impact – naast klimaatverandering en circulaire economie een van de drie duurzame thema's in de strategie van ABN AMRO. Social impact gaat over gelijke kansen, financiële inclusiviteit en financiële weerbaarheid. Het gaat over sociale uitdagingen en kwetsbare mensen. Het gaat erom 'do no harm' (onze inspanningen op het gebied van mensenrechten) en 'do good' om een positieve impact te hebben op de samenleving. In deze publicatie bundelen en tonen we onze inspanningen van beide kanten.

Het doel van deze publicatie is om de lezer diverse voorbeelden te laten zien waarin wij als bank een bijdrage leveren aan de samenleving en aan kwetsbare groepen. In vijf langere interviews en vijf korte verhalen laten we enthousiaste en zeer betrokken medewerkers aan het woord over de initiatieven waarbij ze betrokken zijn, de dilemma's waarvoor ze staan en de oplossingen waaraan ze hebben gewerkt. Wij vertellen over onze ambitie om onze social impact te meten en hebben enkele van onze stakeholders gevraagd hoe zij onze rol zien. Hoewel de hier gepresenteerde selectie slechts een fractie vertegenwoordigt van wat er binnen de bank zoal gebeurt, geeft ze duidelijk de breedte en belang van social impact weer.

Oplossingen voor jongeren



Marisja Heisterkamp en Babet Boswinkel

We helpen jongeren financieel zelfredzaam te worden.

Pagina 5

Seksuele uitbuiting



Joost Leupen

Het bestrijden van seksuele uitbuiting begint bij het herkennen ervan op de werkvloer.

Pagina 7

Unbankables



Nelleke Hoffs en Ruben Zandvliet

Het waarborgen van toegang tot financiële diensten voor iedereen.

Pagina 9

Schuldenproblematiek



Francois van Heugten

Mensen realiseren zich niet hoe financieel kwetsbaar ze zijn.

Pagina 11

Sociale obligaties



Joop Hessels

Sociaal is het nieuwe groen.

Pagina 13

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Oplossingen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



“We helpen jongeren financieel zelfredzaam te worden.”

Marisja
Heisterkamp

Babet
Boswinkel



Social talks → **Oplossingen voor jongeren**

In een wereld die met de dag digitaal wordt, hebben jongeren steeds meer moeite om hun uitgaven onder controle te houden. Een op de vijf mensen tussen de 18 en 26 jaar kan zijn rekeningen niet betalen.¹ Met podcasts, coaching en onlinetools helpt ABN AMRO jongeren om financieel zelfredzaam te worden.

Twee gelukkige jonge mensen stonden op het punt om hun eerste woning te betrekken. Het contract was getekend en er werden volop meubels gekocht. Toen ontdekten ze, als gasten bij de podcast ‘Geldgeheimen’ van ABN AMRO, dat ze ook gemeentelijke belastingen moesten betalen. De meiden hadden die kosten niet in hun budget opgenomen en moesten dat dus aanpassen.

Dit is waarschijnlijk een bekend struikelblok voor duizenden andere jongeren die erachter komen dat geld niet zo makkelijk te krijgen is als de onlinewinkelwereld waarin ze zijn opgegroeid doet voorkomen. “Uit eigen onderzoek onder jongeren blijkt dat zij het lastig vinden om geld in deze digitale tijd op waarde te schatten”, zegt Babet Boswinkel van ABN AMRO’s Centre of Expertise for Customer Centric Design. “Als bank hebben wij de verantwoordelijkheid om kennis over te dragen en financiële voorlichting te bieden.

¹ Nibud Studentenonderzoek 2021, p. 49.

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

Oplossingen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact:
initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie

De maatschappij verwacht dat ook van ons. We willen dat mensen financieel verantwoordelijk en zelfredzaam zijn voordat ze achttien worden.”

Problemen beginnen klein

De urgentie van deze doelstelling is overduidelijk: in Nederland hebben momenteel meer dan een miljoen jongeren ernstige betalingsproblemen. Die problemen beginnen meestal klein. En voor de meeste jongeren lijken ze in eerste instantie onbeduidend. Misschien gaat het alleen maar om het niet kunnen betalen van je telefoonrekening, of dat je dringend geld nodig hebt maar het nog een paar dagen duurt voordat je je salaris van je parttime- of studentenbaantje ontvangt.

Maar in veel gevallen worden de problemen vanaf dat moment alleen maar erger. De belangrijkste reden daarvoor is schaamte, volgens Marisja Heisterkamp, Customer & Digital Experience Specialist bij ABN AMRO.

“Jongeren houden betalingsproblemen en zorgen over schulden vaak voor zich. Het is voor hen niet gemakkelijk om met vrienden of ouders over dit onderwerp te praten; ze vinden dat ze als jongvolwassenen hun problemen zelf moeten kunnen oplossen. En dan is er nog het sociale aspect: het is moeilijk



om ‘nee’ te zeggen als je vrienden je vragen om mee uit te gaan.”

Schulden kunnen in een paar maanden tijd oplopen van tientallen tot honderden of zelfs duizenden euro’s. En voor je het weet vallen de aanmaningen op de deurmat.

ABN AMRO’s schuldhelp en preventie

Om het ontstaan van dit soort problematische schulden te voorkomen, of ze te helpen verminderen, heeft ABN AMRO verschillende initiatieven gelanceerd. Een daarvan is de podcast ‘Geldgeheimen’, een serie van drie afleveringen waarin jongeren vrijuit praten over hun financiën. Er schuift ook een budgetcoach van ABN AMRO aan die de gasten advies geeft over hoe ze hun geldproblemen kunnen aanpakken. De podcast lijkt zijn doel te bereiken. Babet: “Laatst kreeg ik een e-mail van een student die naar de podcast over op jezelf wonen had geluisterd. Hij zei dat hij blij was met de tips en nu al uitkeek naar het nieuwe seizoen van de podcast.”

Die reactie is niet zo verwonderlijk, aangezien de initiatieven van ABN AMRO om geldproblemen tegen te gaan tot stand zijn gekomen in nauwe samenwerking met jongvolwassenen zelf. Zoals het online-initiatief ‘Geldchallenges’, dat jongeren uitdaagt om anders met geld om te gaan en te ontdekken hoeveel ze in één maand kunnen besparen. De snacktest, die ook online beschikbaar is, geeft jongeren inzicht in hoeveel ze uitgeven aan eten en drinken.

Mensen onder de dertig, of ze nu klant van ABN AMRO zijn of niet, kunnen ook een gratis gesprek met een budgetcoach aanvragen. Deze financiële expert geeft professioneel persoonlijk advies over hoe om te gaan met geld en financiën. Momenteel wordt er gewerkt aan een voorlichtingsprogramma over geld voor scholen in het beroepsonderwijs.

“De belangrijkste reden is schaamte.”
Marisja Heisterkamp

Volgens Marisja is het voor jongeren het allerbelangrijkst om het moment te herkennen waarop betalingsproblemen beginnen. “Ga er niet van uit dat het probleem zichzelf wel zal oplossen. Praat erover met mensen die je vertrouwt. En denk niet dat je de enige bent. Het is geen taboe.”

De rol van ouders

Ook ouders spelen een belangrijke rol. Marisja raadt hun aan om thuis open over geld te praten. “En niet alleen reactief, als je zelf tegen problemen aanloopt. Praat met je kinderen over het belang van sparen. Vertel hun over je eigen financiële doelen en wat geld voor je kan betekenen als je er verantwoordelijk mee omgaat.”

De rol van ouders bij het bevorderen van de financiële zelfredzaamheid van kinderen mag niet worden onderschat, bevestigt Babet. “Toen ik student was, hadden een vriendin en ik hetzelfde budget. Maar ik had elke maand nog geld over, terwijl zij steeds blut was. Pas later realiseerde ik me dat ik spaarde omdat mijn ouders tegen me hadden gezegd dat je altijd wat geld achter de hand moet hebben voor onvoorziene gebeurtenissen.”

Babet en Marisja hopen dat de initiatieven van de bank het bewustzijn vergroten en het voor jongeren gemakkelijker maken om over hun financiële problemen te praten. En uiteindelijk moeten de budgetcoaches, podcasts en diverse online tools helpen om het aantal jongeren met betalingsproblemen terug te dringen. “Omdat het bij het helpen van kwetsbare jongeren echt gaat om vorm geven aan de toekomst.”



Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Oplossingen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



Joost
Leupen

“Het bestrijden van seksuele uitbuiting begint bij het herkennen ervan op de werkvloer.”

Social talks →



Seksuele uitbuiting

Seksuele uitbuiting is de meestvoorkomende vorm van mensenhandel. Deze misdrijven vinden vaak plaats in hotels en vakantieparken. Door het bewustzijn te vergroten en kennis te delen zet ABN AMRO zich in om seksuele uitbuiting in de vrijetijdssector aan te pakken en te voorkomen.

Eind 2020 moest een hotel in Amsterdam sluiten omdat de kamers werden gebruikt voor illegale prostitutie. Het hotel was maandenlang gesloten, midden in een pandemie die het hotel al veel geld had gekost. Het voorval tekende niet alleen het leed dat seksuele uitbuiting zowel mensen als bedrijven berokkent, maar liet ook zien dat het overal voorkomt, zelfs in een stad die bekendstaat om zijn legale prostitutie.

Misvattingen over seksuele uitbuiting

“Seksuele uitbuiting is een illegale activiteit waar een groot netwerk van criminele organisaties over de hele wereld aan deelneemt”, zegt Joost Leupen, Relationship Manager Leisure bij ABN AMRO. “Het is een misvatting om te denken dat het alleen in bepaalde landen of in armoedige hotels plaatsvindt. Net zoals het een misvatting is om te denken dat de slachtoffers alleen vrouwen zijn.

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Oplossingen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



Uit onderzoek¹ blijkt dat in 15 procent van de gevallen het slachtoffer een man is, en in bijna de helft van alle gevallen zijn de slachtoffers van seksuele uitbuiting minderjarig.”

Bij seksuele uitbuiting worden mensen uitgebuit doordat ze door middel van chantage, bedreiging en geweld worden gedwongen tot prostitutie. Jaarlijks worden in Nederland zo’n drieduizend mensen het slachtoffer van seksuele uitbuiting, van wie 1300 minderjarigen. Het faciliteren hiervan door kamers te verhuren aan mensenhandelaren is moreel verkeerd, illegaal en brengt enorme financiële en reputatierisico’s met zich mee.



Certificering

ABN AMRO ondersteunt het initiatief ‘No room for sex trafficking’, een certificeringsprogramma voor hotels en vakantieparken dat wordt gesteund door het Nederlandse ministerie van Justitie en Veiligheid. “Als bank verstrekken we financiering aan hotels en vakantieparken, dus dat kunnen we onze invloed gebruiken om positieve verandering

teweeg te brengen en te voorkomen dat mensen het slachtoffer worden van seksuele uitbuiting.”

“Natuurlijk is seksuele uitbuiting, of het bewust faciliteren ervan, ronduit illegaal. Het probleem is dat het meestal onder de radar gebeurt, waardoor het voor hotelpersoneel moeilijk te signaleren kan zijn. Hotels hebben wettelijke verplichtingen, maar wij stimuleren ze om verder te gaan dan alleen het naleven van de regels. Dat betekent dat ze alle mogelijke manieren nagaan waarop mensenhandelaars gebruik kunnen maken van hun faciliteiten, en stappen ondernemen om dat onmogelijk te maken.”

Zowel nieuwe als bestaande klanten van ABN AMRO in de vrijetijdssector moeten een aantal vragen beantwoorden als onderdeel van het onboardingproces of de kredietacceptatie. Het gaat daarbij onder meer om ESG-onderwerpen, variërend van CO₂-uitstoot tot arbeidsuitbuiting en het behoud van biodiversiteit. Ook vragen we bedrijven of hun medewerkers zijn getraind om mensenhandel en seksuele intimidatie te herkennen.

Training

Alle relatiemanagers van ABN AMRO in de vrijetijdssector hebben een training gevolgd over het thema seksuele uitbuiting en manieren om dit met klanten te bespreken. Voor hotels en vakantieparken die bereid zijn een extra stap te zetten, biedt de bank in samenwerking met ketenpartners onlinetrainingsmodules aan voor klanten in de hotel- en logiesector. In deze modules leren medewerkers hoe zij mensenhandel kunnen herkennen.

“Deelnemers krijgen het hotel te zien vanuit het perspectief van de receptionist, de klusjesman en de schoonmaker”, vertelt Joost. “Aanwijzingen voor mensenhandel kunnen zijn: contante betalingen, tekenen van ongemak, vage reserveringen,

enzovoort. Uiteraard hebben mijn collega’s en ik deze training ook gevolgd. Deze vormt de ideale basis voor hotels en vakantieparken die hun personeel bewuster willen maken.”

Levens in gevaar

Ondanks de duidelijke risico’s voor hotels is het belangrijk dat het onderwerp aan de orde blijft, vooral tijdens een pandemie waarbij hotels de inkomsten van elke reiziger goed kunnen gebruiken.

“Onze relatiemanagers hebben een training gevolgd over het thema seksuele uitbuiting.”

“Het is een aanhoudend probleem dat voortdurende aandacht vereist. Bewustwording is een begin, maar het is niet genoeg. Om dit te voorkomen moeten medewerkers de signalen herkennen en weten hoe ze moeten handelen als ze ermee te maken krijgen. Door niet op te treden riskeren hotels financiële- en reputatieschade, en blijven mensenlevens gevaar lopen. Door in gesprek te gaan met onze klanten hopen we bij te dragen aan de strijd tegen seksuele uitbuiting.”

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

O oplossingen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie

¹ Nationaal Rapporteur Mensenhandel.



“Het waarborgen van toegang tot financiële diensten voor iedereen.”

Nelleke Hoffis

Ruben Zandvliet

Social talks → **Unbankables**



Wat hebben goede doelen, sekswerkers en katvangers gemeen? Het is voor allemaal vaak moeilijk om toegang te krijgen tot financiële diensten vanwege de integriteitsrisico's. ABN AMRO houdt zich aan wet- en regelgeving ter voorkoming van witwassen en financieren van terrorisme, maar wil er tegelijkertijd voor zorgen dat kwetsbare mensen en groepen niet worden uitgesloten van financiële basisdiensten. De vraag is hoe deze twee tegenstrijdige belangen kunnen worden verenigd.

Voor financiële instellingen is de wetgeving ter bestrijding van witwaspraktijken en de financiering van terrorisme steeds strenger geworden. En terecht: geen enkele bank wil diensten verlenen aan mensen en organisaties die een directe bedreiging vormen voor de samenleving. Op grond van gefundeerde zorgen over de integriteit kunnen deze mensen worden uitgesloten van financiële diensten.

Deze wetten kunnen echter ook onbedoelde gevolgen hebben. Mensen of bedrijven die actief zijn in sectoren met een hoog risico kunnen ten onrechte worden uitgesloten van toegang tot financiële diensten, waardoor ze 'unbankable' worden. Deze maatschappelijke uitdaging staat steeds vaker op de agenda van stakeholders zoals publieke organisaties, toezichthouders, banken en liefdadigheidsinstellingen.

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Oplossingen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



Nelleke Hoffs

Proportionaliteit afwegen

“Als we als bank social impact serieus nemen, betekent dit dat we actie moeten ondernemen als ons werk ergens een negatieve impact heeft, zeker als het kwetsbare groepen betreft”, zegt Ruben Zandvliet van Group Sustainability bij ABN AMRO. “Integriteitsrisico’s zijn concreet en moeten worden aangepakt. Maar tegelijkertijd moeten we onszelf ook de vraag stellen: zijn de maatregelen om die risico’s te bestrijden altijd proportioneel?”

Sommige mensen vragen zich misschien af waarom liefdadigheidsinstellingen integriteitsrisico’s voor banken met zich zouden meebrengen. Maar Nelleke Hoffs van de afdeling Detecting Financial Crime van ABN AMRO legt uit dat de grens tussen lovenswaardige liefdadigheidsactiviteiten in het buitenland en het – al dan niet bewust – ondersteunen van criminele activiteiten ter plaatse soms kan vervagen.

“Liefdadigheidsinstellingen zijn vaak actief in risicolanden, met weinig juridisch toezicht. Wat als bijvoorbeeld een lid van de plaatselijke raad van toezicht ook lid is van een criminele of terroristische organisatie? Dan bestaat het risico dat criminele organisaties liefdadigheidsinstellingen als dekmantel gebruiken om hun criminele activiteiten te financieren. Dit betekent dat wij deze organisaties altijd grondig moeten doorlichten om na te gaan of ze werkelijk doen wat ze beweren te doen. De gemakkelijkste manier om risico’s met bijvoorbeeld

liefdadigheidsinstellingen te vermijden, is om ze niet aan te nemen als klant. Maar als je geen toegang hebt tot financiële middelen om mensen in nood te helpen, heeft dat natuurlijk een enorm negatief effect op mensenrechten.”

“Een ander voorbeeld zijn medewerkers van liefdadigheidsinstellingen die actief zijn in landen waar ze vervolgd kunnen worden voor hun activisme. In die situaties maken we afspraken met organisaties om bepaalde informatie af te schermen, om zo de risico’s voor hun medewerkers te beperken. Door deze maatregelen kunnen de betreffende personen echter te maken krijgen met witwasvragen van andere banken.”

Checks and balances

De gevolgen voor individuen kunnen ook ernstig zijn. Als personen betrokken zijn bij criminele activiteiten, zijn banken verplicht actie te ondernemen. Als er illegale activiteiten aan het licht komen, kan dit leiden tot uitsluiting van de dienstverlening van ABN AMRO.

Maar als de betrokkene niet in staat is elders een bankrekening te openen, moet de bank een klant soms terugnemen. In Nederland hebben mensen recht op een basisbankrekening. Rechtspersonen genieten een dergelijk recht niet, maar rechtbanken staan doorgaans ook kritisch tegenover het uitsluiten van rechtspersonen.

Nelleke: “Neem een jongere die als geldezel is gebruikt. Als we hem of haar uiteindelijk toch een bankrekening moeten verstrekken, waarom zouden we dan überhaupt het hele exitproces doorlopen? Het sluiten van een bankrekening heeft enorme gevolgen voor het leven van mensen en betekent bovendien een belasting voor onze middelen door het onderzoek naar en de communicatie met de klant. Dan zou je kunnen zeggen dat je de klant beter niet kunt uitsluiten. Maar in het huidige kader is er geen betere optie.”

Een evenwicht vinden

“Natuurlijk moeten we ons klantonderzoek doen, maar zouden we in sommige gevallen niet eerst naar andere opties kunnen kijken?” vraagt Ruben zich af. “In theorie is het sluiten van een bankrekening een snelle en gemakkelijke manier om alle risico’s te vermijden, maar onderschat niet wat voor impact dit heeft voor de betrokken persoon of organisatie.” Zowel uit sociaal als uit economisch oogpunt is dit niet altijd de beste keuze. Er moet een beter evenwicht komen tussen de bescherming van de integriteit en het waarborgen van de toegang van kwetsbare groepen tot financiële basisdiensten.”

De moeilijkheden bij de dienstverlening aan liefdadigheidsinstellingen maken deel uit van een lopend rondetafelgesprek tussen de Nederlandse Vereniging van Banken, de ministeries van Financiën en Buitenlandse Zaken en de liefdadigheidsinstellingen zelf. Ook in Europees verband wordt de impact onderzocht.

“Wat we nu missen is nuance”, zegt Nelleke. “We hebben meer speelruimte nodig om de verstandigste beslissing te nemen voor alle betrokken partijen. Want laten we niet vergeten dat er talloze liefdadigheidsorganisaties zijn die zich in risicolanden inzetten om het leven van mensen te verbeteren. Zij vragen zich af waarom banken, die beweren social impact hoog in het vaandel te hebben, zo wantrouwend tegenover hen staan. ABN AMRO wil ervoor zorgen dat hun activiteiten zonder onnodige inmenging kunnen doorgaan, want door hun onze diensten aan te bieden, geven wij vorm aan een betere toekomst.”



Ruben Zandvliet

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Oplossingen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



Francois van Heugten

“Mensen realiseren zich niet hoe financieel kwetsbaar ze zijn.”

Social talks →



Schuldenproblematiek

De samenleving gaat er vaak al snel van uit dat problematische schulden alleen voorkomen bij mensen met een laag inkomen. Hoewel deze groep inderdaad kwetsbaar is, zijn voor de meeste mensen, ongeacht hun inkomen, een paar tegenslagen genoeg om plotseling in financiële problemen te komen.

De cijfers zijn tamelijk onthutsend: volgens het NIBUD (Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting)¹ hebben 2,6 miljoen huishoudens in Nederland moeite om de eindjes aan elkaar te knopen. Een op de zeven Nederlanders zou een onvoorziene financiële tegenvaller niet aankunnen², en meer dan een miljoen Nederlanders kampen met problematische schulden.

Hoe erg dit ook is voor de mensen die deze problemen ondervinden, de gevolgen blijven niet beperkt tot hen alleen. Problematische schulden kosten de Nederlandse samenleving ongeveer 11 miljard euro per jaar³ – een bedrag dat veel hoger ligt dan de gezamenlijke schuld van de betrokkenen.

¹ movisie.nl/sites/movisie.nl/files/2020-03/Dossier-Wat-werkt-bij-aanpak-armoede-schulden-2020.pdf

² ad.nl/economie/dnb-waarschuwt-1-miljoen-gezinnen-hebben-te-weinig-spaargeld-om-tegenslag-op-te-vangen-adc6e095/

³ vng.nl/artikelen/samen-de-schulden-te-lijf

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Oplossingen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie

Verantwoordelijkheid nemen

De persoonlijke en maatschappelijke gevolgen van problematische schulden zijn voor ABN AMRO aanleiding om verantwoordelijkheid te nemen. “Banken zijn belangrijke spelers in de financiële sector en zijn vaak betrokken bij het verstrekken van leningen en het creëren van schulden”, zegt François van Heugten, directeur Schuldhulpverlening bij ABN AMRO. “Dat brengt een verantwoordelijkheid met zich mee. Wij willen er ook voor mensen zijn wanneer zij in financiële moeilijkheden komen.”

En dat kan mensen uit alle lagen van de bevolking overkomen, benadrukt François. “Ja, mensen met lagere inkomens lopen over het algemeen meer risico op problematische schulden, maar het leven overkomt ons allemaal. Iedereen kan ziek worden en zijn of haar inkomen, partner, baan of bedrijf verliezen. Vergeet niet dat bij mensen met hoge inkomens de uitgaven vaak even hoog zijn als hun inkomen. Als hun iets onverwachts overkomt, zijn ook zij uiterst kwetsbaar.”

“We willen ons bereik uitbreiden naar honderdduizend financieel kwetsbare mensen.”

Problematische schulden voorkomen

Daarom vergroot ABN AMRO het bewustzijn rond het thema financiële kwetsbaarheid. De bank biedt bewustwordings-, voorlichtings- en coachingprogramma's en onlinetools waarmee mensen hun kwetsbaarheid kunnen bepalen, en stelt honderdvijftig budgetcoaches ter beschikking voor

vervolgondersteuning. Het voorkomen van financiële problemen staat daarbij centraal.

ABN AMRO beschikt over bepaalde 'data triggers' die de bank attent maken op mogelijke financiële kwetsbaarheid. Deze triggers variëren van het continu overschrijden van de roodstandlimiet of het ontvangen van aanmaningen van het kredietregistratiebureau, tot emigratie en een naderend pensioen, waardoor het inkomen daalt. In deze gevallen neemt de bank contact op met de betreffende klant om een gesprek aan te gaan.

Verstandige financiële beslissingen

“Tien jaar geleden was ons schuldenbeleid vooral reactief. We kwamen in actie als mensen in gebreke bleven. Natuurlijk is het nog steeds onze plicht om zorg te dragen voor klanten met betalingsproblemen. Maar in de loop der jaren is onze aanpak steeds meer verschoven naar vroegtijdige preventie. Wij willen mensen zo vroeg mogelijk voorlichten en hun de kennis bijbrengen om fouten te herkennen en verstandige financiële beslissingen te nemen.”

ABN AMRO biedt jaarlijks schuldhulp en budgetcoaching aan meer dan zeventigduizend mensen. Door de inspanningen van de bank op dit gebied wordt elk jaar 150 miljoen euro aan wanbetalingen voorkomen. “Mensen in programma's voor schuldhulpverlening krijgen ook altijd een budgetcoach aangeboden. Zodra de schuld weg is, zijn de meest urgente problemen voorbij. De budgetcoaches gaan dan met klanten aan de slag om hun financiën grondig door te nemen en de onderliggende oorzaken aan te pakken.

Financiële besparingen

Budgetcoaches helpen mensen bij het zoeken naar mogelijkheden om geld te besparen. Soms helpen kleine dingen om nieuwe problemen te voorkomen. François:



“We willen er zijn voor mensen met financiële uitdagingen.”

Francois van Heugten

“Elke euro telt en we kijken verder dan de voor de hand liggende mogelijkheden. De Energiebesparingscheck helpt mensen bijvoorbeeld online bij het vinden van mogelijke besparingen.

Met het aanbrengen van een tochtstrip onder de voordeur, wat slechts een paar euro kost, kun je een veelvoud daarvan op de jaarlijkse energierekening besparen. Dat kan net het verschil zijn tussen het wel of niet kunnen betalen van een rekening.”

ABN AMRO wil de komende jaren haar bereik uitbreiden naar honderdduizend financieel kwetsbare mensen per jaar.

“Als het om schuldverlichting gaat, komen ons bedrijfsmodel en onze maatschappelijke verantwoordelijkheid echt samen. Als we deze uitdagingen samen aangaan, kunnen we onze risicokosten verlagen, krediet betaalbaar houden en mensen financieel gezond maken.”



Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Oplösungen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



“Sociaal is het nieuwe groen.”

Joop Hessels

Social talks → Sociale obligaties



Door de impact van Covid-19 en dankzij een zeer populair initiatief van de Europese Commissie zijn sociale obligaties in opmars. Nu groene obligaties al sterk in populariteit toenemen, zorgt de groei van sociale obligaties ervoor dat institutioneel beleggen een duurzame toekomst tegemoet gaat.

Volgens de Social Bond Principles is een sociale obligatie elk type obligatie waarvan de opbrengst uitsluitend wordt gebruikt voor de (her)financiering van projecten met een ‘positieve social impact’. Deze projecten omvatten onder meer betaalbare huisvesting, voedselzekerheid, een betaalbare basisinfrastructuur, toegang tot essentiële diensten en sociaal-economische vooruitgang en *empowerment*.

Snel groeiende markt

De cijfers laten zien dat de belangstelling van institutionele beleggers voor dergelijke obligaties snel groeit. In 2018 was de Europese markt voor sociale obligaties goed voor 12 miljard dollar. De markt groeide naar 133 miljard in 2020 en bereikte in 2021 een omvang van 175 miljard dollar. Hij is (nog) niet zo groot als de markt voor groene obligaties, die wereldwijd 455 miljard dollar vertegenwoordigt.¹

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Oplossingen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie

¹ Milieufinanciering, ABN AMRO



“De trend is duidelijk: sociaal is het nieuwe groen”, zegt Joop Hessels, hoofd Sustainable Markets bij ABN AMRO.

ABN AMRO gaf in 2015 haar eerste groene obligatie uit en in 2017 volgde de eerste sociale obligatie. Sindsdien is de betrokkenheid van de bank bij sociale obligaties gestaag gegroeid; in 2021 gaf de bank vijf nieuwe sociale obligaties voor klanten uit. Een sociale obligatie wordt bepaald door de de partij die de obligatie uitgeeft op basis van zijn primaire doelstellingen met de betrokken projecten. Obligaties waarin groene en sociale projecten worden gecombineerd, worden ‘duurzaamheidsobligaties’ genoemd.

“De groeiende populariteit van sociale obligaties is mede te danken aan de pandemie.”

Joop Hessels



Sociale ongelijkheden

De groeiende populariteit is deels te danken aan de gevolgen van de coronapandemie, waardoor miljoenen Europeanen hun baan verloren en over de hele wereld sociale ongelijkheden aan het licht kwamen.

“Kort na de uitbraak van de pandemie hebben we ideeën uitgewerkt over hoe we deze Covid-19-gerelateerde uitgaven kunnen financieren door middel van een sociale obligatie. In 2020 kregen we een mandaat van Crédit Mutuel Arkéa. Dit jaar hebben wij voor hetzelfde bedrijf een sociale obligatie uitgegeven die gericht was op sociale huisvesting, ziekenhuizen en onderwijsinstellingen.”

Sociale obligaties kregen in 2020 een nieuwe impuls door de uitgifte van een sociale obligatie door de Europese Commissie voor een bedrag van 89,6 miljard euro om banen en werkenden te helpen beschermen.

“De sociale obligatie van de EU heeft echt een impuls gegeven aan sociale obligaties”, aldus Joop. “Agentschappen en financiële instellingen waren getuige van de toegenomen vraag van beleggers en zagen de obligaties als een serieuze optie, naast hun groene obligaties. De meesten van hen waren al betrokken bij sociale projecten en zagen het als een nieuwe kans: een instrument om kapitaal aan te trekken en tegelijkertijd extra social impact te creëren.”

Die social impact moet wel echt zijn. De Social Bond Principles zijn opgesteld om de integriteit op de markt te bevorderen. Ze bieden uitgevers begeleiding bij het lanceren van een geloofwaardige sociale obligatie en bevelen een duidelijk en transparant proces en openbaarmaking aan. Een sociale obligatie heeft vier kerncomponenten: aanwending van de opbrengsten, projectevaluatie, beheer van de opbrengsten en rapportage.

Tastbare resultaten

Voordat een sociale obligatie kan worden uitgegeven, doorloopt deze een grondig beoordelingsproces door beleggers, een onafhankelijke second opinion van een aanbieder en ABN AMRO. “Wij controleren de ESG-strategie van de uitgevende entiteit. Is de transactie in overeenstemming met de strategie? Hoe sociaal is het project daadwerkelijk, en heeft het ook negatieve neveneffecten? En welke criteria worden er gehanteerd? Hoe meet de uitgever de effecten? Een second opinion is altijd onderdeel van het proces.”

“De vraag van institutionele beleggers naar sociale obligaties groeit snel.”

De EU-taxonomie geeft al richtlijnen over wat ‘groen’ is. Een andere taxonomie, specifiek voor social impact, is momenteel in de maak. “Dit kan een verdere drijfveer zijn voor meetbare en duidelijke selectiecriteria, wat in de toekomst een belangrijke groeifactor kan zijn.”

Joop ziet een mooie toekomst voor sociale investeringen. “Naast de aandacht voor het milieu hebben beleggers zich gerealiseerd dat zij een rol kunnen spelen in een sociale transitie. De social impact is direct en voor iedereen duidelijk te zien. Dat vinden beleggers er fijn aan. Voor ABN AMRO is het een mooie manier om ons maatschappelijke doel in de praktijk te brengen. Nu de sociale ongelijkheden als gevolg van corona toenemen, kunnen we via onze kernactiviteit actief bijdragen om die ongelijkheden te verminderen en een rechtvaardigere wereld te creëren voor toekomstige generaties.”

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

Oplösungen voor jongeren

Seksuele uitbuiting

Unbankables

Schuldenproblematiek

Sociale obligaties

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



**Maatschappelijke problemen aanpakken
om kwetsbare groepen te ondersteunen**

5 x impact: initiatieven in het kort

Op de volgende pagina's vindt u vijf korte verhalen over andere sociale initiatieven die wij in 2021 hebben gesteund of waaraan we hebben meegewerkt. We hebben met verschillende organisaties samengewerkt om bij te dragen aan sociale initiatieven, zoals een zomerschool in een achterstandswijk in Amsterdam. Maar we proberen ook impact te creëren met onze eigen producten, zoals een transitieneming om bedrijven aan te moedigen hun positieve invloed op mensen te vergroten.



Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact: initiatieven in het kort

Transitieneming

De Patta Academy

Het Groningse aardbevingsgebied

Impact creëren met de nieuwe thuisbasis van ABN AMRO

Gelijke kansen in de sport

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



1 Transitielening

Ondernemingen spelen een belangrijke rol bij het creëren van een duurzamere wereld, maar de transitie naar een duurzamer inkomstenmodel kan een uitdaging zijn. De Sustainable Finance Desk van ABN AMRO heeft een financieel instrument ontwikkeld om bedrijven te helpen deze omslag te maken: de transitielening.

Een transitielening werkt als volgt: doelstellingen op het gebied van duurzaamheidstransitie zijn gekoppeld aan de rente.

Afhankelijk van de doelstellingen die worden bereikt, krijgt de klant korting op de rente. Momenteel bevindt de transitielening zich nog in een proeffase en is beperkt beschikbaar. In augustus 2021 was supermarktketen Spar de eerste deelnemer aan dit proefproject. Een van de doelstellingen waartoe die zich verbond, was meer mensen in dienst te nemen voor wie het moeilijk kan zijn een baan te vinden, bijvoorbeeld mensen met een beperking. Eigenaar Martijn ten Berge: "De transitielening was voor ons de doorslaggevende factor om voor ABN AMRO te kiezen. De duurzaamheidsaspecten van deze overeenkomst sluiten naadloos aan bij onze eigen ambities en de korting op de rente is een leuke bijkomstigheid."

Hein Brekelmans, hoofd van de Sustainable Finance Desk: "Als bedrijf kies je niet alleen voor een transitielening vanwege de lagere rente, maar omdat wij, de bank en de klant, er samen aan werken duurzaamheid in de bedrijfsvoering te verankeren."



2 De Patta Academy

De coronapandemie heeft het leven van veel mensen negatief beïnvloed, ook dat van jongeren uit achterstandswijken. Tijdens de lockdown konden ze niet naar school en omdat ze weinig mogelijkheden hadden, bleef er in de zomer niet veel anders over dan gamen en op straat rondhangen. B&A Groep, een maatschappelijke organisatie, sloeg de handen ineen met streetwear-merk Patta om in Amsterdam een zomerschool op te zetten.

Gedurende drie weken konden jongeren deelnemen aan workshops over ondernemerschap, creativiteit en persoonlijke ontwikkeling. Fatima Elatik, die betrokken is bij B&A Groep, weet welk verschil zo'n programma kan maken. "Ik heb een vergelijkbare achtergrond, dus ik weet hoe belangrijk het is om toegang te hebben tot kennis, maar ook tot een netwerk."

Wat begon als een zomerschool is nu een jaarprogramma: de Patta Academy. ABN AMRO werd al snel een van de hoofdsponsors en ging samen met de Academy aan de slag om meer social impact te creëren. De eerste ontmoeting met de organisatoren was een schot in de roos voor Daniëlle Notenboom, accountmanager van Patta bij ABN AMRO. "De initiatiefnemers vertelden over de bancaire wereld en hoe ver die verwijderd is van het leven van de deelnemers. Dat is me bijgebleven." De bank besloot daar verandering in te brengen en opende de deuren van haar hoofdkantoor voor de Patta Academy. Medewerkers van ABN AMRO gaven workshops aan de deelnemers over zakendoen, marketing en ondernemerschap. De leerlingen van de Patta Academy leerden onder meer hoe zij een goede presentatie kunnen geven aan potentiële investeerders of hoe zij hun financiën kunnen beheren. Fatima: "De bank opende haar deuren en hielp deze jongeren te beseffen: ik kan hier ook werken, deze wereld ligt niet buiten mijn bereik."

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

[Transitielening](#)

[De Patta Academy](#)

[Het Groningse aardbevingsgebied](#)

[Impact creëren met de nieuwe thuisbasis van ABN AMRO](#)

[Gelijke kansen in de sport](#)

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



3 Het Groningse aardbevingsgebied

Duizenden huishoudens in het aardbevingsgebied in de provincie Groningen wonen in onveilige huizen. ABN AMRO Groningen helpt klanten in deze regio bij het herstellen of herbouwen van hun woning.

In het Groningse aardbevingsgebied inspecteert de Nationaal Coördinator Groningen (NCG) alle beschadigde woningen. Daarna krijgt de klant advies. Hun woning wordt hersteld, of gesloopt en herbouwd. In de praktijk kan dat grote gevolgen hebben, zoals in het geval van het dorp Overschild, dat bijna volledig wordt gesloopt.

ABN AMRO is in gesprek gegaan met klanten in deze gebieden om te zien wat hen in hun moeilijke situatie zou helpen. Zo kunnen zij de subsidie die zij van de NAM ontvangen ter compensatie voor de waardevermindering van hun huis gebruiken om hun hypotheek boetevrij af te lossen. Maar bovenal biedt ABN AMRO deze klanten volledige ondersteuning, door naar hen te luisteren en onder meer notariële documenten te verzamelen en te verstrekken.

Brigitta Gruisinga, Financieel Adviseur Wonen, woont zelf in het Groningse aardbevingsgebied. Over drie jaar krijgt ook zij met de sloop- en herbouwregeling te maken. Brigitta: “Klanten vinden het fijn om iemand te spreken die alles van de situatie weet. Sommige klanten zijn er kapot van en zijn daardoor arbeidsongeschikt geraakt. Deze klanten zijn al jaren in conflict met de NAM over de vergoeding.

In zulke gevallen wordt het zeer gewaardeerd als we op kantoor een luisterend oor bieden en hen ontlasten met betrekking tot hun hypotheek. Soms kunnen we een verhoging en aanpassing van de huidige hypotheek aanbieden, waardoor hun maandlasten zelfs omlaag kunnen gaan.”



4 Impact creëren met de nieuwe thuisbasis van ABN AMRO

Met het kantoor van ABN AMRO aan de Foppingadreef streeft de bank naar social impact op haar directe omgeving.

Het pand ligt in het stadsdeel Amsterdam-Zuidoost, een wijk met veel sociale ongelijkheid. ABN AMRO wil er daarom voor zorgen dat het renovatieproject van het gebouw een positief effect heeft op zowel de lokale gemeenschap als het milieu. De bank heeft een ‘maatschappelijk convenant’ met de gemeente Amsterdam ondertekend om dit commitment vast te leggen. Om het commitment in de praktijk te brengen heeft ABN AMRO een plan ontwikkeld met concrete acties voor de komende jaren. Zo zal de bank cursussen financiële onafhankelijkheid aanbieden en stageplaatsen bieden aan bewoners van de wijk, om hun financiële weerbaarheid te vergroten en de lokale werkgelegenheid te bevorderen.

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

Transitielening

De Patta Academy

[Het Groningse aardbevingsgebied](#)

[Impact creëren met de nieuwe thuisbasis van ABN AMRO](#)

Gelijke kansen in de sport

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



5 Gelijke kansen in de sport

Sport is een belangrijk onderdeel van onze persoonlijke ontwikkeling, maar is ook belangrijk voor de gemeenschapsvorming. Wat gelijke kansen in de sport betreft is er echter nog een lange weg te gaan. Vrouwen krijgen nog steeds niet dezelfde kansen of ondersteuning als mannen; kinderen uit achterstandswijken kunnen het zich vaak niet veroorloven om een teamsport te beoefenen. Door middel van sponsoring wil ABN AMRO bijdragen aan een gelijk spelveld.

De overgrote meerderheid van de sponsorgelden voor sport gaat naar mannen. Juist daarom is ABN AMRO er trots op sponsor te zijn van de vrouwen- en meisjesteams van Ajax. Wij willen hen helpen de beste kansen te krijgen om te presteren en hun weg naar de top te vervolgen, zowel nationaal als in Europa.

Met ons programma 'De Inhaalslag' willen we gelijkere kansen voor mannen en vrouwen in het veldhockey creëren. ABN AMRO sponsort zo'n vijftig hockeyclubs. Een van de elementen van ons programma 'De Inhaalslag' is dat we van de hockeyclubs die we sponsoren eisen dat ze ten minste 30 procent van ons sponsorgeld besteden aan duurzaamheid, waaronder diversiteit. Een ander onderdeel van 'De Inhaalslag' is het gelijktrekken van het internationale speelveld voor mannen en vrouwen. Mede door onze lobbyactiviteiten kunnen nu ook vrouwen deelnemen aan de Euro Hockey League.

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

5 x impact: initiatieven in het kort

Transitielening

De Patta Academy

Het Groningse aardbevingsgebied

Impact creëren met de nieuwe thuisbasis van ABN AMRO

[Gelijke kansen in de sport](#)

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



De cijfers vertellen het verhaal



“Ideeën verkennen voor het rapporteren van social impact.”

Nu rapportage van klimaat en biodiversiteit gemeengoed is geworden, zijn financiële instellingen op zoek naar instrumenten en methoden om ook social impact in cijfers uit te drukken. Reinier de Adelhart Toorop, hoofd Research bij het Impact Institute, vertelt over de uitdagingen en mogelijkheden van het rapporteren van social impact.



Waarom is het belangrijk om social impact te meten?

“Beslissingen die banken nemen, zijn gebaseerd op cijfers. Er zijn cijfers over alle aspecten van bankieren en de meeste zijn eenvoudig te kwantificeren, zoals winsten en rentetarieven. Ze sturen de besluitvorming. Maar een bank als ABN AMRO wil, conform haar doel, meer betekenen. Ze wil ook een positieve bijdrage leveren aan de samenleving. Maar als je cijfers hebt van de financiële kant van zaken, maar niet van de sociale kant, is het moeilijk om beslissingen af te wegen. Je kunt bijvoorbeeld besluiten om kinderen voor te lichten over het omgaan met geld, maar je kunt die tijd en moeite ook in iets anders steken. Als je het effect van verschillende initiatieven kunt vergelijken met objectieve cijfers, maakt

dat de inspanningen van de bank op het gebied van social impact uiteindelijk doeltreffender. ABN AMRO heeft hierin al grote stappen gezet, aangezien de bank sinds 2018 in een jaarlijkse impactpublicatie rapporteert over haar totale impact.”

Wat zijn de uitdagingen bij de rapportage van social impact?

“Het belangrijkste probleem is dat social impact van nature moeilijk in cijfers is uit te drukken. Hiervoor zijn twee redenen. Een daarvan is dat de effecten van dergelijke initiatieven niet altijd tastbaar zijn. Hoe meet je iemands geestelijke gezondheid of welzijn? Als het om klimaatimpact gaat, is het eenvoudig om de CO₂-uitstoot van een bedrijf of de afgelegde zakelijke kilometers per vliegtuig te bepalen. Social impact is een heel

ander verhaal. Het omvat een breed spectrum van effecten die je niet zomaar bij elkaar kunt optellen. Je moet elke activiteit op zichzelf beoordelen.”

“Ten tweede is social impact niet altijd binnen handbereik. Deze kan zich ook voordoen langs de hele waardeketen, zowel in positieve als in negatieve zin. Banken kennen hun klanten redelijk goed. Maar deze klanten doen ook zaken met andere partijen, en daar beginnen de lijnen te vervagen. Hoe meet je het effect van jouw euro's op hun activiteiten? Grip krijgen op deze zogenaamde stroomafwaartse impact is een uitdaging.”

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

**De cijfers vertellen
het verhaal**

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



Kunt u een voorbeeld geven van het meten van social impact?

“Inclusiviteit is een domein van social impact. Op basis van het Europees Sociaal Onderzoek kunnen we stellen dat het welzijn van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt voor een belangrijk deel afhangt van de vraag of hun baan zinvol en plezierig is. Er zijn gegevens beschikbaar over hoe hun welzijn op een schaal van 0 tot 100 verbetert door het hebben van zo’n baan. Als ABN AMRO weet hoeveel medewerkers tot die categorie behoren, kunnen we een berekening maken van het totale welzijn dat de inspanningen op dit vlak opleveren.”

Hoe bepaal je of de social impact van een bank ‘goed’ is?

“Nou, het is niet zomaar een kwestie van een schaal maken en cijfers geven. Als we het hebben over impact op bijvoorbeeld financiële stress dan is er sprake van positieve en negatieve impact. Negatieve impact is altijd slecht. Als de ene activiteit iets minder slecht is dan de andere, is deze nog steeds slecht. Als het je lukt om ze weg te werken, is dat goed. Positieve impact daarentegen kent geen grenzen. Dus het is niet mogelijk om een 10 te scoren. Het is gewoon hoe meer hoe beter. Belangrijk om te beseffen is dat rapporteren over social impact, in dit stadium, gaat om het verschaffen van inzicht, bewustmaking en het aanmoedigen van organisaties om actie te ondernemen.”

“Een tijdje geleden hebben we samen met ABN AMRO de werkelijke kosten van een spijkerbroek berekend. Was de methode die we gebruikten honderd procent waterdicht? Het zou dwaas zijn om dat te denken. Maar de hoeveelheid aandacht die het rapport kreeg was verbluffend. Het zorgde voor heel veel bewustwording. We stelden vast dat de gemiddelde spijkerbroek, als je rekening houdt met de social impact van de productie, 33 euro duurder zou moeten zijn. Daar gaat het bij social impact om: dat je niet alleen naar de financiële kant van beslissingen kijkt, maar ook naar de menselijke en sociale kant.”

“Toch heeft de invloed van een bedrijf zijn grenzen. Als bijvoorbeeld het aantal mannen en vrouwen in het hogere management van een bedrijf onevenwichtig is verdeeld, kan dit een tekortkoming zijn die het bedrijf aan zichzelf te wijten heeft. Maar het kan ook een weerspiegeling zijn van een groter maatschappelijk of politiek probleem. Misschien kan door maatregelen van het bedrijf een beter evenwicht worden bereikt, maar dat is nog niet perfect. In die gevallen kan het een optie zijn om te benchmarken met je concurrenten, om te zien hoe goed je het doet.”

Waar hoopt u dat social impact over vijf jaar is?

“Ik denk dat we tegen die tijd een grote hoeveelheid sociale effecten hebben becijferd. Voor alle duidelijkheid: je kunt social impact nooit berekenen zonder minimaal een paar aannames en beperkingen. Dat is zelfs bij financiële rapportage het geval, ook al hebben de ondernemingen zich op die methoden vastgelegd. Een menselijk oordeel zal altijd een rol spelen, en daarom zullen openbaarmakingen altijd nodig zijn. Ik hoop dat we de rapportage van social impact elk jaar naar een hoger niveau kunnen tillen. En natuurlijk hopen we dat ABN AMRO haar social impact blijft verbeteren en dat de samenleving daarvan profiteert.”



Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



Samenwerken met een groot aantal **stakeholders**

Je kunt de wereld niet in je eentje verbeteren. Bij het vormgeven van onze activiteiten op het gebied van mensenrechten en social impact zijn de inbreng van en gesprekken met onze stakeholders van cruciaal belang. Om impact te creëren is het belangrijk om samen met stakeholders tot de juiste oplossingen te komen. Hier volgen enkele voorbeelden van samenwerkingen tussen de bank en haar stakeholders.

“We kunnen het niet in ons eentje.”

Samenwerken met bedrijven op het gebied van mensenrechten

Hannah Shoosmith
EOS Federated Hermes



Ouderen helpen

Cees van Tiggelen
KBO/PCOB, Koepel
gepensioneerden & NOOM



Partnerschappen om belangrijke veranderingen in de wereld af te dwingen

Sandra Ballij
Ctalents



Kansen grijpen door klantonderzoek te versterken en mensenrechtenkwesties aan te pakken

Christian Smith Fair Wear Foundation



Financial Alliance for Women

Inez Murray
Alliance For Women



Het belang van kleinschalige zorginstellingen

Juliëtte Rühl
Fasor



Lokale alliantie tegen financieel misbruik

Han de Jager
Wethouder Alphen aan den Rijn



Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



Samenwerken met bedrijven op het gebied van mensenrechten

“Als dienstverlener op het gebied van stewardship zijn wij van mening dat de manier waarop een onderneming omgaat met haar mensenrechtenstrategie van cruciaal belang is voor haar ‘licence to operate’, haar impact op het leven van mensen en uiteindelijk haar vermogen om op lange termijn waarde te creëren en te behouden. Wij werken met bedrijven samen op basis van de United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPR). Hierin is de plicht van ondernemingen vastgelegd om mensenrechten te respecteren, en die plicht geldt voor alle ondernemingen, ook voor banken zoals ABN AMRO. Wij zijn van mening dat banken een belangrijke rol kunnen spelen bij het respecteren van mensenrechten in hun eigen bedrijfsvoering en bij het beïnvloeden van veranderingen via hun kredietverlening. Banken moeten hun eigen specifieke risicoanalyses uitvoeren, doorlopend onderzoek doen naar de naleving van mensenrechten om de werkelijke effecten in kaart te brengen. Daarnaast moeten ze zorgen voor een zinvolle betrokkenheid van stakeholders en voldoende rechtsmiddelen. Wij zijn van mening dat banken zoals ABN AMRO door middel van een gedegen en specifieke mensenrechtenstrategie en samenwerking met betrokken stakeholders, collega’s en deskundigen, een aanzienlijke invloed kunnen uitoefenen op de risico’s van moderne slavernij en mensenhandel, de rechten van inheemse volkeren en de rechten van gemeenschappen, en tegelijkertijd de toegang tot financiering kunnen verbeteren.”



Ouderen helpen

“In Nederland is het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer een platform waar stakeholders als consumenten- en ondernemersorganisaties afspraken maken met banken over de toegankelijkheid en beschikbaarheid van betalen voor iedereen. De veiligheid van en het vertrouwen in het betalingsverkeer zijn andere belangrijke doelstellingen.

Het overgrote deel van de betalingen is tegenwoordig digitaal. Dit is echter niet voor iedereen mogelijk; met name kwetsbare groepen worstelen hiermee. Daartoe behoren sommige ouderen, mensen met lichamelijke en/of leermoeilijkheden, laaggeletterden en laaggeschoolden. Velen van hen hebben weinig of geen digitale vaardigheden.

ABN AMRO heeft oog voor de belangen van deze mensen en heeft in de loop der jaren maatregelen getroffen om hen te ondersteunen bij het zelfstandig blijven regelen van hun financiële zaken. Zo heeft de bank de seniorenlijn opgezet om met name ouderen te helpen hun bankzaken digitaal te blijven doen. Mensen in een kwetsbare positie kunnen ook een beroep doen op financiële zorgcoaches, die door de bank zijn aangesteld om extra hulp te bieden, telefonisch of desgewenst bij de mensen thuis.

Deze maatregelen zijn het resultaat van de waardevolle samenwerking van de bank met onder meer organisaties die hulp verlenen aan ouderen en zijn gebaseerd op een goede wederzijdse verstandhouding.”



Partnerschappen om belangrijke veranderingen in de wereld af te dwingen

“Echte partnerschappen tussen bedrijven en sociale ondernemers zijn nodig om samen de wereld te veranderen. Het is niet de vraag of maar wanneer dit op grote schaal zal gebeuren. De missie van Ctalents is de werkloosheid onder blinden, doven, slechthorenden en slechthorenden terug te brengen van ongeveer 70 naar 20 procent door hun talenten af te stemmen op de vraag vanuit de markt. Vóór 2030 willen we vijfduizend gematchte talenten hebben, onder wie één CEO.

ABN AMRO is een van de pioniers; de bank heeft de visie en drive om echt met ons samen te werken om dit doel van inclusie van mensen met een beperking te verwezenlijken. Samen hebben we tientallen blinde, dove, slechthorende en slechthorende talenten geholpen om deel uit te maken van ABN AMRO, in allerlei bedrijfssonderdelen en op verschillende niveaus. 90 procent van hen werkt er na een jaar nog steeds, dus we weten dat het kan. Bovendien inspireren wij andere organisaties om deze stap naar inclusie te zetten en actie te ondernemen. Er zijn nog veel vooroordelen die we samen moeten aanpakken. Maar ook op pragmatisch, technisch vlak is er nog een weg te gaan om organisaties toegankelijk en bereikbaar te maken voor alle talenten. In de wereld van vandaag moeten organisaties hun blikveld met betrekking tot talenten verruimen om ervoor te zorgen dat het in de toekomst nog relevant is. Deze samenwerking zorgt voor een belangrijke verandering in de wereld.”

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie

**Christian Smith**

Partnerships en Stakeholder Engagement Lead bij Fair Wear Foundation



Kansen grijpen door klantonderzoek te versterken en mensenrechtenkwesaties aan te pakken

“Banken zijn belangrijk – ze zeggen niet voor niets dat geld de wereld laat draaien. Maar nu er vragen rijzen over de rol van kapitaal (en kapitalisme) in een wereld waarin de groei van het bbp samengaat met ongelijkheid en een zeer concrete klimaatcrisis, moeten banken de kans grijpen om met een zinvolle aanpak te komen tegen de lage lonen die ongelijkheid binnen en tussen landen veroorzaken, de toenemende uitstoot van broeikasgassen en het toenemende verlies aan biodiversiteit. Allemaal problemen die vrouwen onevenredig hard treffen. Het is niet genoeg om alleen te vragen of er beleidslijnen en procedures zijn.

Banken moeten leren begrijpen hoe bedrijven hun impact vaststellen, voorkomen, beperken, verhelpen en communiceren. De financiële sector moet deze kans aangrijpen om mensenrechten aan de orde te stellen, met oog voor gender, door de basis te leggen voor fatsoenlijke banen die waardigheid bieden aan mensen in de hele waardeketen. Het is cruciaal dat dit wordt gedaan door de juiste stimulansen te creëren, met name voor bedrijven die hun productie hebben uitbesteed aan lagelonenlanden. Dit bevordert zorgvuldig onderzoek naar de naleving van mensenrechten en zorgt ervoor dat de daaruit voortvloeiende activiteiten ertoe leiden dat werknemers hun recht op vrijheid van vereniging uitoefenen, toegang hebben tot functionele klachtenprocedures, in staat zijn een leefbaar loon te verdienen en bijgevolg in staat zijn bloeiende gemeenschappen op te bouwen.”

**Inez Murray**

CEO Financial Alliance For Women



Financial Alliance for Women

“Het is duidelijk dat het loont om betere financiële diensten aan te bieden aan vrouwen. Vrouwen hebben wereldwijd een vermogen van meer dan 216 biljoen dollar, bezitten 34 procent van het mkb en nemen 80 procent van de aankoopbeslissingen van consumenten. Toch worden vrouwen nog steeds onvoldoende of helemaal niet bediend door financiële dienstverleners; 73 procent van de vrouwen geeft aan ontevreden te zijn over hun financiële dienstverlener en er blijft een genderkloof bestaan in zowel de financiering van kleine en middelgrote ondernemingen die eigendom zijn van vrouwen als het bedrag van de activa onder beheer. ABN AMRO werkt aan het dichten van deze en andere genderkloven in Nederland door een strategische benadering op dit gebied. Door het bieden van een alomvattend waardevoorstel om klantinzichten te ontwikkelen, en oplossingen te bieden die vrouwen helpen hun levensdoelen te bereiken, draagt de bank bij aan de duurzaamheid van de Nederlandse economie en de diverse gemeenschappen die daar deel van uitmaken. Wij zijn er trots op dat ABN AMRO zich heeft aangesloten bij onze wereldwijde gemeenschap van vooruitstrevende financiële dienstverleners die zich inzetten voor een inclusievere financiële dienstverleningssector en het bevorderen van de vrouwelijke economie.”

**Juliëtte Rühl**

Accountant bij Fasor



Het belang van kleinschalige zorginstellingen

“Fasor is een bureau dat adviseert over bedrijfsvoering en financiële administratie. Wij bieden onze diensten aan voor het midden- en kleinbedrijf. De Driestroom, een franchise van familiegerichte zorginstellingen, is een van onze klanten. Zij bieden kleinschalige zorg en ondersteuning voor kinderen en jongvolwassenen die dat nodig hebben. Wanneer een ondernemer onderdeel wil worden van de Driestroom-franchise, beoordeel ik het financiële deel van zijn of haar ondernemingsplan.

Voor mij is een belangrijk onderdeel van mijn baan het bezoeken van deze zorginstellingen en kijken wat het werk inhoudt. Door de jaren heen heb ik gezien hoe belangrijk kleinschalige zorg is voor deze kinderen en jongvolwassenen. Door de kleinschaligheid kan een speciaal team van zorgverleners 24 uur per dag zorg bieden, wat een gevoel van stabiliteit en veiligheid geeft.

Als er extra financiering nodig is, werk ik vaak samen met ABN AMRO. Zij hebben een team dat gespecialiseerd is in kleinschalige zorg, dus ze weten precies wat er nodig is om deze kleinschalige zorginstellingen te ondersteunen en hoe belangrijk hun werk is. Dat maakt samenwerken met ABN AMRO makkelijk en plezierig. Het voelt als een echte partner. Een bank is vaak aan bepaalde regels gebonden en kan een kredietaanvraag niet altijd goedkeuren. Maar als dat het geval is, komt het team van ABN AMRO altijd met een alternatieve oplossing.”

Voorwoord

Social talks: 5 initiatieven toegelicht

5 x impact: initiatieven in het kort

De cijfers vertellen het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie

**Han de Jager**

Wethouder in Alphen aan den Rijn



Lokale alliantie tegen financieel misbruik

We leven allemaal langer dan ooit tevoren, en tegen de achtergrond van deze vergrijzing komt financieel misbruik van ouderen steeds vaker voor. Ouderen kunnen geleidelijk afhankelijk worden van zorg, met inbegrip van mantelzorg. Deze afhankelijkheid maakt hen ook bijzonder vatbaar voor financieel misbruik. Om dit probleem te bestrijden is in Alphen aan de Rijn in 2019 een lokale alliantie tegen financieel misbruik gestart door diverse publieke en private deelnemers, waaronder banken als ABN AMRO en de Rabobank, een notariskantoor, verschillende organisaties uit de zorg- en welzijnssector, de politie, een ouderenbond en de gemeente.

“Er zijn veel voorbeelden van financieel misbruik van ouderen,” zegt Han de Jager, wethouder in Alphen aan den Rijn.

“Een kennis je boodschappen laten betalen met je pinpas lijkt misschien onschuldig, en vaak zeg je tegen degene die je helpt dat hij wel wat lekkers voor zichzelf mag kopen. Er is niets mis met een reep chocola, maar het wordt een probleem als die chocola een krat bier wordt, of hapjes en drankjes voor een feestje.”

Banken zijn vaak de eerste die merken dat er iets mis is, en spelen daarom een belangrijke rol in de alliantie. “We moeten als alliantie samenwerken om deze problemen te voorkomen en het misbruik te signaleren en te stoppen,” zegt Han de Jager. “Waar fraude vaak een eenmalige gebeurtenis is en meestal door vreemden wordt gepleegd, wordt financieel misbruik thuis gepleegd door iemand die je kent. Dat is ook de reden waarom het lang kan duren voordat het wordt ontdekt. En gevoelens van schaamte en loyaliteit maken de zaak nog ingewikkelder. De drempel om financieel misbruik te melden is hoog, en daardoor is dit een verborgen probleem,” aldus Han de Jager.

De alliantie wil meer bekendheid geven aan dit probleem dat iedereen kan overkomen, door middel van publiekscampagnes, presentaties voor professionals om hen te helpen financieel misbruik op te sporen en te stoppen, en door bijeenkomsten voor senioren te organiseren om misbruik te voorkomen en hen in staat te stellen in financiële veiligheid oud te worden.

Voorwoord**Social talks:
5 initiatieven toegelicht****5 x impact:
initiatieven in het kort****De cijfers vertellen
het verhaal****Stakeholders****Thematische engagement****Evenementen****Conclusie**

Thematische engagement arbeidsmigranten

De bank kan besluiten om met een klant of een groep klanten over een specifiek onderwerp in gesprek te gaan. Thematische engagement is een perfect voorbeeld van het versnellen van de duurzaamheidsomslag. Het zal klanten helpen om hun duurzaamheidsprestaties te verbeteren. Een thematisch engagementstraject kan bijvoorbeeld worden geïnitieerd in reactie op toegenomen maatschappelijke aandacht voor een bepaalde kwestie of een bankbrede focus op een bepaald onderwerp.

Van verantwoordelijkheid naar impact



ABN AMRO heeft de verantwoordelijkheid om te weten wat er speelt binnen de activiteiten van haar klanten. Op die manier wil de bank de negatieve impact die ze veroorzaakt aanpakken, verhelpen of, beter nog, voorkomen.



Kwetsbare groep

Een thema waarmee ABN AMRO zich momenteel bezig houdt, is de positie van arbeidsmigranten in de Nederlandse economie. Het misbruik van de rechten van arbeidsmigranten is wijdverbreid in Nederland.

Arbeidsmigranten komen vaak uit lagelonenlanden. Ze reizen hierheen om te werken, geld te verdienen en hun verdiensten terug te sturen naar hun familie. Arbeidsmigranten, met name die uit Oost-Europa, vinden in Nederland vaak werk via uitzendbureaus. Tijdelijke uitzendkrachten worden uitgezonden naar zogenaamde inleners, veelal in de land- en tuinbouw, bouwsector, transport en logistiek en horeca. Veel arbeidsmigranten zijn niet bekend met de taal, cultuur en arbeidsomstandigheden. Ze hebben moeite om goed te communiceren, zich duidelijk uit te drukken en contracten goed te lezen.

ABN AMRO levert financiële producten en diensten aan al deze sectoren waarin arbeidsmigranten actief zijn, wat arbeidsuitbuiting tot een van de belangrijkste mensenrechtenkwesties van de bank maakt.

Sectoren



Uitzendbureaus

Hotels



Land- en tuinbouw

Retail



De bouw

Industrie



Transport & Logistiek

Samenwerking



Waar ABN AMRO haar verantwoordelijkheid kan nemen



1. Datamodel om uitbuiting op te sporen aan de hand van transactiegegevens

Samen met de Inspectie SZW en de Universiteit van Amsterdam ontwikkelde ABN AMRO enkele jaren geleden een datamodel om arbeidsuitbuiting op te sporen met behulp van financiële data. Dit heeft geleid tot meerdere meldingen van ongebruikelijke activiteiten aan de Financial Intelligence Unit.



2. Richtlijnen voor klantonderzoek

ABN AMRO hanteert strengere klant-acceptatiecriteria voor uitzendbureaus.

Wij verwachten nu dat bedrijven minimaal gecertificeerd zijn door de Stichting Normering Arbeid (SNA) en door de Stichting Normering Flexwonen (SNF) als zij huisvesting bieden aan arbeidsmigranten.

In het rapport 'Geen tweederangsburgers' van het 'Aanjaagteam bescherming arbeidsmigranten' onder leiding van Emile Roemer wordt erop gewezen dat SNA en SNF weliswaar geldige certificaten zijn, maar dat ze niet het hele spectrum bestrijken van de vraagstukken die in dit verband relevant zijn. Daarom hebben wij, op basis van

het verslag van Roemer, onze procedures voor klantonderzoek en kredietacceptatie aangescherpt.

Hieronder staan enkele voorbeelden:

- ▶ *Betaalt de klant de arbeidsmigrant een fulltime minimumloon?*
- ▶ *Zijn de arbeidsovereenkomsten van de arbeidsmigrant gekoppeld aan huurovereenkomsten?*
- ▶ *Sluit de klant een ziektekostenverzekering voor arbeidsmigranten af en wordt ziekte van de werknemers gemeld bij het UWV?*

- ▶ *Maakt de klant gebruik van de A1- en/of ET-regeling?*
- ▶ *Heeft de klant een klachtenprocedure voor werknemers die een klacht willen indienen?*

Als klanten de risico's van uitbuiting van arbeidsmigranten voldoende beperken, zijn er geen verdere stappen nodig in het klantonderzoek. Als klanten niet kunnen aantonen dat zij deze uitbuitingsrisico's onder controle hebben, gaan wij het gesprek aan en helpen wij hen om dit te verbeteren.

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie



Evenementen →

In deze publicatie over social impact en human rights heeft u gelezen over de manieren waarop ABN AMRO ernaar streeft een positieve impact te creëren en negatieve impact te voorkomen en aan te pakken. Om een verschil te maken moeten we onze klanten en onze medewerkers bewust maken van de problematiek en hun de kennis geven om actie te ondernemen. Het helpt om ruimte te creëren om activiteiten met social impact te bespreken. Daarom organiseert ABN AMRO evenementen en stakeholder-dialogen om deze belangrijke gesprekken met onze medewerkers, klanten en andere stakeholders te faciliteren. Hier zijn enkele van de evenementen die het afgelopen jaar zijn gehouden.



Diversity & Inclusion week

Jezelf kunnen zijn is van essentieel belang. Daarom stond de ABN AMRO Diversity & Inclusion Week in het teken van #beyourself.

Tijdens deze week organiseerden we sessies met onze medewerkers over de hele wereld rond thema's als onbewuste vooroordelen, racisme en privileges, en gedragsverandering.



Pride-campagne

Als bank creëren we een cultuur waarin iedereen zichzelf kan zijn en zich veilig genoeg voelt om uit te komen voor zijn eigen identiteit of seksuele geaardheid. Zowel binnen de bank als in de maatschappij in het algemeen.

Om onze diversiteit te vieren en voor iedereen ruimte te creëren om zichzelf te zijn, organiseerden we een Pride-campagne. Er waren verschillende collega's die hun persoonlijke verhaal deelden. Allan bijvoorbeeld. Thuiswerken heeft hem aangemoedigd om nog meer zichzelf te zijn en daarover te praten. "Proberen iemand te zijn die je niet bent, leidt tot onzekerheid. Zelfverzekerd zijn betekent voor mij dat ik honderd procent mezelf kan zijn."

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Diversity & Inclusion week

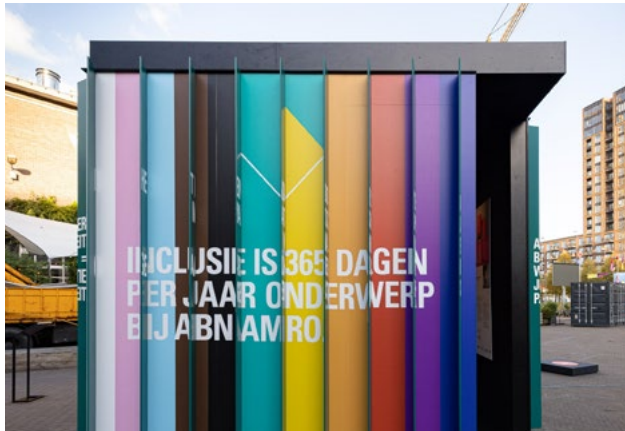
Pride-campagne

Dutch Design Week

Mensenrechtenconferentie

Learning week-sessie

Conclusie



Dutch Design Week

Dutch Design Week is een evenement waarbij jonge ontwerpers hun werk kunnen tonen.

Elk jaar staat er een ander thema centraal. Het thema van dit jaar was maatschappelijke betrokkenheid. ABN AMRO richtte als een van de deelnemers een paviljoen op rond het thema gelijke kansen. Samen met ABN AMRO ontwikkelden vier jonge ontwerpers creatieve oplossingen voor ongelijkheid. Zo ontwierp ontwerper Mies Loogman het kaartspel 'Ons ABN AMRO' om het gesprek over dit thema aan te wakkeren en onbewuste uitsluiting binnen de onderneming zichtbaarder te maken.



Mensenrechtenconferentie

10 december is de Dag van de Mensenrechten. Voor de zevende keer organiseerde ABN AMRO een mensenrechtenconferentie voor medewerkers, klanten, ngo's en andere financiële organisaties.

De mensenrechtenconferentie van dit jaar stond in het teken van onderzoek naar de naleving van vrouwenrechten in wereldwijde toeleveringsketens. Mensenrechtenschendingen zijn niet genderneutraal. Als het gaat om de impact van slechte arbeidsomstandigheden, worden vrouwelijke werknemers beschouwd als een bijzonder kwetsbare groep. Inkomensongelijkheid, lichamelijke mishandeling en onvoldoende toegang tot efficiënte medische hulp tasten hun welzijn, waardigheid en economische positie in de samenleving aan.



Learning week-sessie

Wat is het belang van klantonderzoek als het gaat om mensenrechten?

Dit was het centrale onderwerp van een livesessie waarin Adam Hochschild (docent aan Berkeley University) en panelleden Maryse Hazelzet (Senior Duurzaamheidsadviseur NVB) en Arnoud van Vliet (Manager CSR & Kwaliteit Zeeman) hun visie gaven op het belang van klantonderzoek in de wereld van vandaag.

Tegenwoordig worden ondernemingen verantwoordelijk gehouden voor de manier waarop ze hun producten en diensten inkopen, zowel door de samenleving als door wetgeving. In deze livesessie ging ABN AMRO in op het belang van klantonderzoek in de wereld van vandaag en wat dit betekent voor bankieren in de 21ste eeuw.

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Diversity & Inclusion week

Pride-campagne

[Dutch Design Week](#)

[Mensenrechtenconferentie](#)

[Learning week-sessie](#)

Conclusie



Yuri Herder Business & Human Rights Advisor

“Alles wat we doen of laten heeft invloed op de wereld waarin we leven. Daarom laten wij ons leiden door twee hoofdbeginselen: ‘do no harm’ en ‘do good’. Het eerste gaat over onze verantwoordelijkheid om de mensenrechten te respecteren en nadelige gevolgen te voorkomen, aan te pakken en te verhelpen. ‘Goed doen’ betekent een positieve impact hebben op het leven van mensen. Maar echt positieve impact kan alleen bereikt worden als we onze eigen zaak op orde hebben.”

Tjeerd Krumpelman Global Head of Advisory, Reporting & Engagement

“ABN AMRO loopt al enige tijd voorop als het gaat om niet-financiële rapportage. Wij publiceren jaarlijkse of tweejaarlijkse rapporten over duurzaamheid, mensenrechten en social impact, in overeenstemming met het UNGP Reporting Framework. In 2016 publiceerden we een uitgebreid mensenrechtenrapport, het eerste in zijn soort in het bankwezen. En in 2021 ontvingen we voor het eerst een betrouwbaarheidsverklaring voor ons mensenrechtenrapport, een teken van onze voortdurende inspanningen om onze niet-financiële openbaarmakingen naar een hoger niveau te tillen en dat op een betrouwbare en transparante manier te doen.”



Tot slot **nog een paar woorden**

Gitte Wouters Social Impact Lead

“De sociale uitdagingen waarvoor de wereld staat, zijn dringend. Miljoenen mensen over de hele wereld hebben hun baan verloren als gevolg van de coronapandemie. Vele anderen moeten dwangarbeid verrichten, worden seksueel uitgebuit of kampen met verpletterende schuldenproblemen. We hebben geen tijd en geen reden om te treuzelen. Als bank hebben we de mensen, de kennis en de middelen in huis om direct impact te maken op het leven van mensen. Onze purpose – Banking for better, for generations to come – verplicht ons dan ook om nu te handelen.”

Ruben Zandvliet Business & Human Rights Advisor

“Er vinden belangrijke ontwikkelingen plaats in wet- en regelgeving. De Europese Commissie werkt momenteel aan een voorstel om bedrijven te verplichten onderzoek te doen naar de naleving van mensenrechten. Er wordt ook gewerkt aan een sociale taxonomie van de EU die normen moet vaststellen voor sociale effecten, net zoals de klimaattaxonomie van de EU dat heeft gedaan voor groene activiteiten.”

Voorwoord

Social talks:
5 initiatieven toegelicht

5 x impact:
initiatieven in het kort

De cijfers vertellen
het verhaal

Stakeholders

Thematische engagement

Evenementen

Conclusie

**Met dank aan**

Babet Boswinkel, Marisja Heisterkamp, Ruben Zandvliet, Nelleke Hoffs, Joost Leupen, Francois van Heugten, Joop Hessels, Hein Brekelmans, Martijn ten Berge (SPAR), Fatima Elatik (B&A Group), Daniëlle Notenboom (Patta Academy), Brigitta Gruisinga, Robert Swaak, Reinier de Adelhart Toorop (Impact Institute), Gitte Wouters, Yuri Herder, Beryl van Wilgen, Review Team Group Sustainability

Inhoud

LVB, Amersfoort

Vormgeving

DartGroup, Amsterdam

Meer informatie

[Klik hier](#)



abnamro.com