

Meerwaarde sociaal bankieren

*Bij sociaal krediet staan de behoeften van de klant voorop, niet de belangen van de bank.
Dit is de essentie van sociaal bankieren.*

Voor meer informatie surf naar www.sbn.nl.

sbn
sociale banken nederland

Sociale Banken Nederland is een initiatief van de NVVK, vereniging voor schuldhulpverlening en sociaal bankieren.

www.nvkk.eu

nvvk

Vereniging voor schuldhulpverlening en sociaal bankieren



Inhoud

Inleiding	2
Wensen voor de toekomst	3
Imago & identiteit	3
Communicatie	3
Het werkveld	4
Meerwaarde Sociaal Krediet	4
Onderzoek klantpopulatie	4
Vindbaarheid	5
Keuze kredietbank	5
Reden aanvraag	5
Enkele good practices	6
Kredietbank Salland	6
Kredietbank Nederland	6
Kredietbank Limburg	6
Gemeentelijke Kredietbank Den Haag	7
Gemeentelijke Kredietbank Amsterdam	7
Bijlage 1	8
Interview met Sjoerd van Gorp	8
Bijlage 2	10
Historische terugblik	10

Inleiding

Bij sociaal bankieren gaat het om kredietverlening. Kredietbanken doen dit op een manier die zich onderscheidt van commerciële kredietverstrekkers. **Bij sociaal krediet staan de behoeften van de klant voorop, niet de belangen van de bank. Dit is de essentie van sociaal bankieren.**

Sociaal bankieren kent een bewogen geschiedenis. In de jaren '50 van de twintigste eeuw waren gemeentelijke kredietbanken de grootste aanbieder van kredieten. In 2014 zijn de gemeentelijke kredietbanken slechts een kleine speler op de kredietmarkt. Kredietbanken en gemeentebesturen krijgen in dit document antwoord op vragen als: wat kan sociaal bankieren in de 21e eeuw voor een samenleving betekenen? Hoe geef je dat beleidsmatig en praktisch vorm?

Deze notitie is een aanzet voor discussie, wil de kredietverlennende leden van de NVVK stimuleren en inspireren en beoogt een bijdrage te leveren aan beleidsvorming in de gemeenten en regio's waar de kredietbanken actief zijn.

Wensen voor de toekomst

Verschillende kredietbanken zijn door de Commissie Sociaal Bankieren van de NVVK benaderd met de vraag hoe zij aankijken tegen sociaal bankieren en naar hun toekomstbeeld. Uit deze inventarisatie is een helder beeld voortgekomen.

Leden zijn van mening dat sociaal bankieren aan een maatschappelijke behoefte tegemoet komt en een duidelijke meerwaarde heeft. Voor de toekomst wenst men de kredietbanken beter “op de kaart” te zetten.

Daartoe is het wenselijk om:

- weer meer en breder inzet te doen op sociale kredietverlening;
- aanvragen voor consumptieve kredieten weer ruimhartiger toe te kennen;
- weer steviger te pionieren op het aanbieden van nieuwe producten;
- te werken aan een vooruitstrevend en professioneel imago voor kredietbanken;
- potentiële klanten actiever te benaderen.

Imago & identiteit

Hoe kijken sociale banken aan tegen zichzelf? Wat is het wezen en de identiteit van een kredietbank? Hoe moet een kredietbank dit uitdragen?

Deze vragen hebben te maken met het zelfbeeld van sociale banken en de wijze waarop dit naar stakeholders én (potentiële) klanten wordt gecommuniceerd.

Onze sociale banken streven naar een positief en levendig imago, ze staan immers ook midden in de samenleving. Om een beeld van de eigen identiteit te schetsen is aansluiting gezocht bij de ingrediënten die een moderne visie op sociaal bankieren vormen.

- De kredietbank is een volksbank voor mensen die financiële steun echt nodig hebben: **hét sociale alternatief**.

- De kredietbank verzorgt ook **kleinere leningen voor mensen met een kleine beurs**.
- De kredietbank heeft binding met de stad of regio, ‘**de bank van hier**’.
- De kredietbank is **persoonlijk, zorgvuldig en betrouwbaar**.

Communicatie

De NVVK beoogt te bevorderen dat potentiële klanten “hun” kredietbank kennen en er een betrouwbaar gevoel bij krijgen. Door goede communicatie met de stad of regio kan ervoor worden gezorgd dat van de financiële producten die een kredietbank beschikbaar heeft goed gebruik wordt gemaakt. Het hebben van een communicatieplan kan richting en structuur geven aan deze wensen.

Bekendheid met en een duidelijk beeld van waar de kredietbank voor staat, zijn ook van groot belang bij beleidsbepalers én bij medewerkers van sociale diensten of maatschappelijk werk.

Beleidsbepalers zijn diegenen die het beleid op gemeentelijk of regionaal niveau vorm geven, zoals wethouders en gemeenteraden. Het is belangrijk dat zij een positief beeld hebben van de taken en mogelijkheden van kredietbanken. Dit veronderstelt dat kredietbanken ook zelf het initiatief nemen om zichzelf op een positieve manier te presenteren.

Voor medewerkers van sociale diensten of van maatschappelijk werk geldt dat zij de voornaamste doorverwijzer zijn naar de kredietbank. Om die reden is het van belang dat zij ook goed bekend zijn met de producten die door een kredietbank worden geboden en daar ‘een positief gevoel bij hebben’.

In een communicatieplan kunnen kredietbanken ook aandacht geven aan communicatie via het internet en sociale media. Een eigen website helpt bij het uitdragen van de identiteit en het presenteren van de dienstverlening die de kredietbank te bieden heeft.

Samenvattend: een kredietbank heeft baat bij een helder geformuleerd imago en baat bij een duidelijke communicatiestrategie. Enerzijds om nut en noodzaak van sociaal krediet te benadrukken, maar anderzijds ook om klanten en andere betrokkenen goed te informeren. In een communicatieplan wordt antwoord gegeven op vragen als:

- waar staan wij voor?
- wat levert dit op voor de klant en voor de stad/regio?
- hoe willen wij dit verbeelden?
- op welke wijze moet er naar de verschillende doelgroepen worden gecommuniceerd?

Het werkveld

MEERWAARDE SOCIAAL KREDIET

Economische meerwaarde wordt niet uitsluitend berekend als het financieel-technische resultaat van de rekensom netto opbrengst minus netto investering. Meerwaarde heeft ook alles te maken met de doeltreffendheid en doelmatigheid van de verleende kredieten. Daarbij staat de vraag voorop: hebben de verleende sociale kredieten bijgedragen aan de gestelde maatschappelijke doelen?

Vanuit deze optiek kunnen sociale banken een positieve bijdrage leveren aan verschillende terreinen waarin gemeenten een rol hebben: armoedebestrijding, wonen, werken, gezondheid, sociale participatie, onderwijs, et cetera.

Klanten van sociale banken hebben vaak een hoger risicoprofiel dan de meeste klanten van commerciële banken. Dat ligt besloten in de doelgroep van sociale banken. Daardoor is sociaal bankieren niet of maar beperkt winstgevend.

Winst maken is ook niet het uitgangspunt van sociaal bankieren. Dat laat onverlet dat risico's kunnen worden beperkt wanneer de kredietbank ook actief toeziet op terugbetaling van een lening.

De maatschappelijke meerwaarde van sociaal bankieren ligt in het:

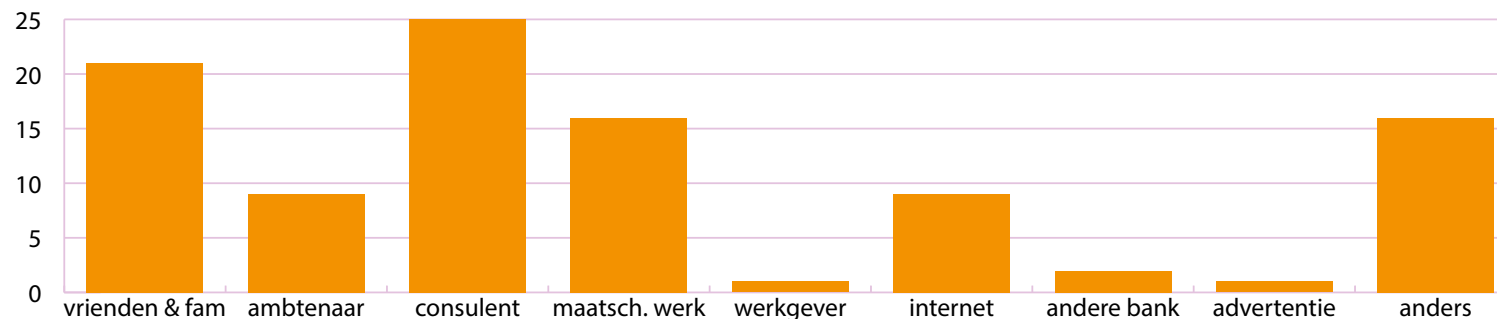
1. Bevorderen van financiële participatie van álle burgers in een gemeente of regio door het beschikbaar stellen van de noodzakelijke financiële ruimte.
2. Bijdragen aan de financiële gezondheid van huishoudens in het werkgebied onder andere door het voorkomen of oplossen van schulden.
3. Bieden van instrumenten bij het realiseren van lokale beleidsspeerpunten op terreinen als huisvesting, armoedebeleid, welzijn of economie.

Met andere woorden, kredietbanken “doen het niet” voor de commerciële winst. Wat kredietbanken investeren betaalt zich in maatschappelijke winst terug.

ONDERZOEK KLANTPOPULATIE

De NVVK, in het bijzonder de Commissie Sociaal Bankieren van de NVVK, wilde meer weten over de populatie klanten die aankloppen bij de kredietbanken. In opdracht van de Commissie en van de GKB Den Haag is daarom gekeken naar de klanten van de kredietbanken. Hoe hebben zij de kredietbank gevonden? Waarom hebben zij juist de kredietbank benaderd? Waartoe heeft zij krediet aangevraagd?

De weg naar de GKB

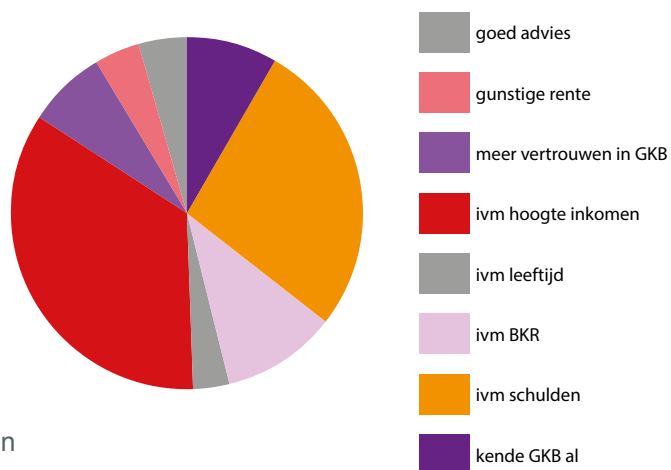


VINDBAARHEID

De resultaten laten zien dat ongeveer de helft van de klanten bij de kredietbank aanklopt omdat zij zijn doorverwezen door een gemeente-ambtenaar of door een medewerker van maatschappelijk werk. Zo'n 20 procent is door vrienden of familie op de kredietbank geweest. Ook het internet is een belangrijke informatiebron.

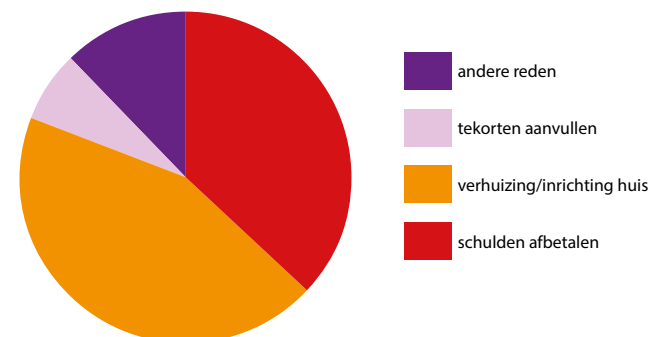
KEUZE KREDIETBANK

Op de vraag waarom klanten juist de kredietbank hebben benaderd antwoordt één derde van de respondenten dat de hoogte van het inkomen bepalend was. Ongeveer een kwart geeft aan dat het hebben van schulden reden was. Bij 10% was een BKR-notering reden om een lening bij de kredietbank aan te vragen.



REDEN AANVRAAG

In antwoord op de vraag naar de reden waartoe het krediet is aangevraagd wordt verhuizing/inrichting huis (44%) als belangrijkste bestemming opgevoerd, gevolgd door het afbetalen van schulden (37%). Andere redenen voor het aanvragen van een krediet waren: het aanvullen van tekorten, volgen van een opleiding, helpen van vrienden of familie en aanschaffen van een auto.



Enkele good practices

Hieronder worden good practices, initiatieven die nieuwe paden verkennen of anderszins in het oog springende zaken gepresenteerd. Hiermee kan het eigen beleid worden versterkt, aangevuld of vernieuwd.

GOOD PRACTICE

KREDIETBANK SALLAND

De Kredietbank Salland voert het project 'Statushouders' uit. Statushouders zijn mensen die vanuit een asielzoekerscentrum een verblijfsstatus krijgen toegekend en een woning kunnen betrekken in de gemeente Deventer. Het project beoogt deze nieuwe inwoners van de stad goed van start te laten gaan in hun 'nieuwe leven', maar ook om financiële problemen te voorkomen. Wanneer zij een woning kunnen betrekken is er vaak nog geen huisraad, het inkomen is nog niet stabiel, et cetera. Maar de vaste lasten moeten wel al direct worden voldaan.

De Kredietbank Salland verstrekt aan deze mensen een krediet met maximale leenbedragen: maximaal € 3.648 voor alleenstaanden, een echtpaar met twee kinderen maximaal € 5.349.

Het krediet wordt gebruikt voor de inrichting van de woning maar ook voor de eerste twee maanden huur. Dit laatste mede ook omdat de huurtoeslag nog in aanvraag is, maar al wel de volledige huur voldaan moet worden. Met de woningbouwvereniging en Vluchtelingenwerk zijn samenwerkingsafspraken gemaakt om er voor te zorgen dat het krediet goed wordt besteed.

GOOD PRACTICE

KREDIETBANK NEDERLAND

Onder de naam Ondernemersimpuls Fryslân stelt Provincie Fryslân een fors bedrag beschikbaar om Friese ondernemers meer financiële ruimte te bieden. Het bedrag van € 5 miljoen wordt ingezet in de vorm van geldleningen. Kredietbank Nederland krijgt het geld van de Provincie in beheer en verstrekt hiermee kredieten aan bedrijven die daarvoor in aanmerking komen. Welke bedrijven dat zijn, wordt beoordeeld door het Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf (IMK). IMK neemt de ontvangen kredietaanvragen snel in behandeling. In de regel weet een aanvrager binnen drie weken of hij wel of niet in aanmerking komt voor een krediet. Is de beoordeling positief, dan wikkelt Kredietbank Nederland het krediet verder af. De lening heeft een looptijd van maximaal vijf jaar.

GOOD PRACTICE

KREDIETBANK LIMBURG

Een gezin voor wie Kredietbank Limburg een overbruggingskrediet heeft gerealiseerd: de hoofdkostwinner werd als gevolg van een reorganisatie geconfronteerd met ontslag waarbij hij een te verwaarlozen afkoopsom ontving. De inkomensterugval in de WW en de maximale looptijd hiervan plaatsten het gezin voor een financieel probleem totdat meneer aanspraak zou kunnen gaan maken op zijn pensioen. De som van de lopende kredietverplichtingen konden tijdelijk niet meer gedragen worden. De kredietbank heeft in deze gezorgd voor een maatwerkoplossing door, rekening houdende met de inkomensterugval, een herfinanciering aan te bieden die recht doet aan de financiële situatie van betrokkenen tot aan datum ingang pensioen.

GOOD PRACTICE

GEMEENTELIJKE KREDIETBANK DEN HAAG

Aanvraag voor een bedrag van € 10.000,00.

Aanvraag wordt gedaan omdat de klant haar dochter (22 jaar oud), wegens een ernstig ongeval, momenteel in het ziekenhuis verblijft.

De klant is recent verhuisd waardoor zij op dit moment gewoonweg het geld niet heeft om e.e.a. te bekostigen. De klant gaat er van uit dat haar dochter blijvend invalide/verlamd zal zijn. Hierdoor is zij genoodzaakt om een aantal aanpassingen in haar woning te doen. Ook wil zij een auto aanschaffen, zodat zij haar dochter kan vervoeren. Haar dochter en zoon (19, studeert) staan bij haar ingeschreven. De klant houdt rekening met het ergste. Zij is bang dat zij misschien binnenkort de begrafenis van haar dochter moet gaan regelen. De GKB gaat ervan uit dat het zover niet hoeft te komen. Indien dit wel gebeurt, dan moeten zij op dat moment kijken wat er met spoed geregeld kan worden.

Eén dag na verstrekking van het krediet blijkt dat de dochter van de klant komt te overlijden en heeft ze met het geld de begrafenis geregeld.

GOOD PRACTICE

GEMEENTELIJKE KREDIETBANK AMSTERDAM

De GKA streeft er in Amsterdam naar het beroep op leenbijstand en bijzondere bijstand zo veel mogelijk te beperken. De (uitvoerings-) kosten die hiermee gemoeid zijn belasten de beschikbare budgetten enorm. Het idee is om kredietaanvragen snel en ruim toe te kennen. Daarmee willen zij op een snelle en efficiënte manier ervoor zorgen dat aan een financiële behoefte bij klanten wordt voldaan en voorkomen zij dat klanten een beroep moeten doen op andere, voor de gemeente dure, vormen van ondersteuning.

Zij zetten in op volledige terugbetaling van deze rentedragende leningen maar weten ook dat zij meer financiële risico's nemen waardoor sommige van de leningen onder druk zullen komen te staan. Desalniettemin is de inschatting dat het zich voor de gemeente rekent. Zij verwachten grofweg 10 tot 12% meer leningen te kunnen toekennen. Voorop blijft echter staan dat zij de burgers hiermee de mogelijkheid bieden hun leven ook op financieel gebied zelfstandig vorm te geven en dit gaat hand in hand met de sociale beleid van de gemeente.

Interview met Sjoerd van Gurp



Sjoerd is hoofd van de Kredietbank West-Brabant, tot medio 2014 voorzitter van de Commissie Sociaal Bankieren van de NVVK en sindsdien bestuurslid van de NVVK.

Sjoerd, sociaal én bankieren, hoe gaat dit samen?

Dit gaat samen omdat sociaal bankieren twee zaken met elkaar combineert: een verant-

woorde lening én een reële maatschappelijke behoefte.

Feit is dat krediet in de samenleving breed wordt geaccepteerd. Veel Nederlanders hebben een lening die nuttig en noodzakelijk is. Voor een auto, voor een verbouwing, een koelkast, et cetera.

We moeten ons er in ieder geval van bewust zijn dat er een steeds grotere groep mensen is die niet meer terecht kan bij een commerciële bank. Banken nemen minder risico dan een aantal jaren geleden. Voor die klanten, klanten die een lening nodig hebben en niet terecht kunnen bij een commerciële partij, kunnen wij voorzien in verantwoorde consumptieve kredieten.

Sociaal bankieren betekent dus dat je een kredietfaciliteit aanbiedt voor alle groepen in de samenleving die geen toegang hebben tot een commercieel krediet.

En hier zijn geen kanttekeningen bij te plaatsen?

Mij wordt soms gevraagd: moeten we kredietverlening als (semi-)overheid wel willen doen? Als jij mij vraagt moeten we dit zeker. We verstrekken

immers alleen leningen die mensen terug kunnen betalen én binnen een redelijke termijn, we kijken zelfs naar het bredere financiële plaatje en kunnen de klant breder adviseren bijvoorbeeld over zijn budget of inkomensvoorzieningen. Daar moeten we als kredietbanken van willen zijn. We moeten zeker nog actiever worden in het voorkomen van problematische schulden met behulp van leningen. Een lening om even een financieel probleem op te vangen of om wat kleinere schulden te herfinancieren kan voorkomen dat er een beroep gedaan wordt op de (dure) schuldhulpverlening. Voor de klant veel beter en voor de maatschappij veel beter.

Sommige mensen zeggen, je kunt beter ouderwets sparen dan meteen een consumptief krediet te nemen. Hebben die mensen gelijk?

Natuurlijk is sparen de veiligste weg om in een behoefte te voorzien. Maar laten we reëel wezen, dat kan niet altijd. Er kunnen onverwachte uitgaven zijn. Een auto die je plots nodig hebt omdat je een baan hebt gevonden die niet op fietsafstand ligt, je koelkast die kapot gaat of een tegenvallende eindafrekening van je energieleverancier terwijl je ook al moest terugbetalen omdat je een negatieve aanslag van de inkomstenbelasting had. Soms is sparen simpelweg geen optie. Dan is een verantwoorde lening een goed alternatief.

En hoe verhoudt sociaal bankieren zich tot de commerciële kredietverleners? Waar positioneert sociaal bankieren zich?

In principe geldt, sociale banken leveren diensten en producten waar de commerciële partijen dit niet willen of niet kunnen. Dat is ook prima zo.

Maar sociale banken hebben nog een tweede rol, een rol die commerciële kredietverleners niet hebben: zij zijn een instrument dat door een lokale overheid kan worden ingezet voor haar beleidsdoeleinden. Kredietbanken kunnen een wezenlijke rol spelen in de invulling van het lokale armoedebeleid.

Maar ook binnen de NVVK is gesproken over de identiteit en positionering van sociaal bankieren. Ik hoop dat onze visie bijdraagt aan een realistisch en positief beeld op ons vak. Sociaal bankieren kost geld maar levert ook iets op. Naar gemeentebesturen toe is dit een eerlijk en helder verhaal.

Voor wie is deze visie eigenlijk bedoeld?

Voor kredietbanken zodat zij de blik naar voren kunnen richten, voor beleidsmedewerkers zodat zij de kansen erkennen en herkennen die sociale kredietverlening biedt, voor bestuurders zodat ze weten dat sociaal bankieren een duidelijke meerwaarde heeft en voor andere partijen die een rol kunnen hebben in het doorverwijzen van hun klanten of cliënten naar een kredietbank. We zullen deze boodschap moeten herhalen en moeten blijven uitdragen. Het is goed om dit met zelfvertrouwen te doen.

*“Soms is sparen simpelweg geen optie.
Dan is een verantwoorde lening een
goed alternatief.”*

BIJLAGE 2

Historische terugblik

De NVVK is in 1932 opgericht als de Nederlandsche Vereniging voor Volkskredietwezen en Woekerbestrijding. Haar doel was het bestrijden van de woeker. In de crisisjaren '30 konden veel mensen niet aan krediet komen, was de nood hoog en kwamen mensen vaak terecht bij dubieuze



kredietverleners die enorme renten rekenden. De NVVK wilde aanvankelijk vooral door middel van informatie klanten ervan weerhouden in zee te gaan met dit soort kredietverleners.

Al snel ontwikkelden zich de kredietbanken die anno 2014 lid zijn van de NVVK. Uitgangspunt was dat er in de samenleving een 'gerechtvaardigde volkskredietbehoefte' bestaat en dat men daar op een verantwoorde manier aan tegemoet moet komen. Hier lag een taak voor de nieuw opgerichte kredietbanken. Krediet zou niet worden gegeven voor 'luxe en vermaak' en nooit boven de draagkracht van de kredietnemer.

De naoorlogse jaren vormden de hoogtijdagen van sociale kredietverlening. Nederland bevond zich in opbouw en de kredietbanken namen hun verantwoordelijkheid door aan de kredietbehoefte in de samenleving tegemoet te komen. In 1955 verstrekten de kredietbanken gezamenlijk 125.000 kredieten ten opzichte van de 22.500 kredieten die door commerciële kredietverleners werden verstrekt.

Vanaf medio jaren '60 maakten de commerciële kredietverleners een inhaalslag. Nieuwe kredietvormen werden mogelijk, de stijgende welvaart leidde tot steeds meer vraag naar snel en makkelijk geld. In toenemende mate domineerden commerciële kredietverleners de markt.

De introductie van enkele nieuwe wetten vanaf de jaren '80 leidde ook tot een andere houding jegens de kredietbanken. Wat commercieel kon, moest commercieel worden of blijven. Kredietbanken werden vooral een rol toegekend als er voor consumenten echt geen andere mogelijkheden waren om aan noodzakelijk geacht krediet te komen. De Wet financiering decentrale overheden (Fido) stelde hiertoe enkele regels vast. Veel kredietbanken trokken zich in de navolgende jaren steeds meer terug tot het uitsluitend verlenen van saneringskredieten. Uit de gegevens van het CBS over het jaar 2012 bleek dat de sociale banken nog maar 0,5% marktaandeel hadden bij de verleende persoonlijke kredieten.