

Utrecht, 12 februari 2021

De Volksbank investeert in groei met strategie 2021 – 2025 ‘beter voor elkaar - van belofte naar impact’

Groeipijlers: klantrelatie en maatschappelijke impact

- De strategie zet in op groei door het versterken van de klantrelatie en het verder vergroten van de maatschappelijke impact;
- De Volksbank kent in de nieuwe strategie groeiprioriteit toe aan de vier sterke, onderscheidende bankmerken SNS, ASN Bank, RegioBank en BLG Wonen;
- De Volksbank breidt de dienstverlening aan kleinzakelijke ondernemers uit;
- We verbreden ons assortiment aan diensten en producten om relevanter te zijn voor klanten;
- Met digitale dienstverlening en winkels zijn onze diensten via de vier bankmerken altijd persoonlijk en dichtbij.

Organisatorische verandering: sneller, digitaler en wendbaarder

- Met de aangescherpte strategie willen we sneller, digitaler en wendbaarder worden;
- De Volksbank introduceert één uniforme agile organisatiestructuur en werkwijze met zelfstandige, integraal verantwoordelijke (klant)teams;
- Door deze agile organisatiestructuur en werkwijze zijn we in staat om klantgerichter, efficiënter en effectiever te werken, waardoor we naar verwachting het aantal arbeidsplaatsen binnen de Volksbank in de komende 3 jaar met 400-500 kunnen reduceren;
- Parallel zullen de komende jaren, afhankelijk van het groeitempo, als gevolg van de aangescherpte strategie nieuwe arbeidsplaatsen ontstaan. Daarvoor zullen nieuwe medewerkers worden aangetrokken, met voor de strategie benodigde kennis en vaardigheden. Huidige medewerkers krijgen de mogelijkheid om zich hierin te ontwikkelen;
- Er komt een executive committee voor een succesvolle implementatie van de strategie.

Martijn Gribnau, directievoorzitter van de Volksbank: “Met de nieuwe strategie versterken we de relatie met onze klanten, door altijd dichtbij en persoonlijk te zijn, zodat we nog beter aansluiten bij hun behoefte. Natuurlijk voor onze particuliere klanten maar steeds meer ook voor de kleinzakelijke ondernemer. Door verder te groeien kunnen we als bank onze impact voor een beter Nederland vergroten. Zowel bij de duurzaamheidstransitie als bij het vinden van oplossingen voor de actuele maatschappelijke vraagstukken op het gebied van wonen. Hiervoor investeren we in onze merken, in ons assortiment en in het modulair maken van ons IT-platform. Onze gedreven medewerkers spelen hierbij een cruciale rol door nog klantgerichter samen te werken. Dat betekent met elkaar hard en passievol werken aan onze missie, met hart voor de klant en maatschappij en met een passend rendement voor de aandeelhouder.”

Groeiprioriteiten

Het unieke aan de Volksbank is dat we met onze vier bankmerken verschillende klantsegmenten bedienen vanuit één centraal IT-platform. We investeren in IT en in de digitale dienstverlening voor een optimale en gepersonaliseerde klantervaring om onze klantrelatie verder te versterken. Tegelijkertijd werken we aan verdere kostenbeheersing door efficiënter te werken en dankzij partnerships met derden.

Voor de periode 2021-2025 hebben we de volgende groeiprioriteiten voor onze merken:

- ASN Bank versnelt haar groei door als digitale, duurzame bank en aanjager van duurzaamheid meer duurzame producten en proposities aan te bieden, het aantal klanten te vergroten en de klantrelatie uit te bouwen;
- SNS verandert door ook jongeren aan te spreken via persoonlijke, digitale klantbediening naast advies in de winkels en vergroot de terugkerende fee-inkomsten;
- RegioBank versterkt als buurtzame bank haar sterke lokale aanwezigheid met het verbreden van haar proposities, zoals kleinzakelijk en door de samenwerking met de zelfstandig adviseurs te intensiveren;
- BLG Wonen verder uitbouwen door groei van de hypotheekproductie via het vergroten van het distributiebereik in het intermediaire kanaal en door snellere, transparantere dienstverlening aan adviseurs en klanten;
- Met de merken SNS, ASN Bank en RegioBank richten we ons met excellente dienstverlening op de kleinzakelijke ondernemers in Nederland.

Transformatie

Om onze strategische ambities sneller waar te maken, is een veranderbeweging in gang gezet. De organisatie gaat over op één uniforme agile organisatiestructuur en manier van werken. Dat doen we met zelfstandige, integraal verantwoordelijke (klant)teams als kern van de organisatie. Hierdoor komen producten en diensten eerder voor klanten beschikbaar en versterken we de klantrelatie met zowel particuliere als zakelijke klanten.

Deze agile organisatiestructuur en werkwijze leidt tot klantgerichter, efficiënter en effectiever werken, waardoor naar verwachting een reductie van 400-500 arbeidsplaatsen plaatsvindt in de periode 2021- 2023. De Volksbank zal de betreffende medewerkers zorgvuldig begeleiden door middel van (om)scholingstrajecten en zo veel mogelijk mensen van werk naar werk brengen. Hier is een voorziening van € 45 miljoen voor getroffen. Parallel zullen de komende jaren als gevolg van de aangescherpte strategie ook nieuwe medewerkers met voor de strategie benodigde kennis en vaardigheden worden aangetrokken. Hoeveel arbeidsplaatsen dit betreft hangt mede samen met het groeitempo.

Wijzigingen in de topstructuur

In het kader van het nieuwe strategisch plan installeert de Volksbank een executive committee om focus en balans aan brengen in de aansturing van de veranderende organisatie. Dit is van belang voor een succesvolle implementatie. Naast de statutaire directie nemen ook de Chief Information Officer (CIO), Chief Transformation Officer (CTO) en Chief Human Resources Officer (CHRO) hierin zitting. Het werving- en selectieproces voor deze drie functies start binnenkort. In de statutaire directie komt de functie van Chief Operating Officer hierdoor te vervallen. De statutaire directie bestaat uit Martijn Gribnau (CEO en waarnemend CFO), Jeroen Dijst (CRO) en Marinka van der Meer (CCO).

Doelstellingen voor 2025 verbonden aan onze gedeelde waarde ambitie

De strategie voor de komende jaren bouwt voort op de missie van de Volksbank om met bankieren met de menselijke maat een positieve impact te realiseren voor zowel klant, maatschappij, medewerkers als de aandeelhouder. Vanuit onze gedeelde waarde aanpak brengen we doorlopend balans aan tussen deze belanghebbenden. Hiermee dragen we, met de elkaar aanvullende merken SNS, ASN Bank, RegioBank en BLG Wonen, op onderscheidende wijze bij aan de diversiteit in het Nederlandse bankenlandschap. Gebaseerd op onze strategie en de huidige verwachtingen omtrent de economische ontwikkelingen en financiële markten zijn per stakeholder objectief meetbare doelstellingen als kritieke prestatie indicatoren (KPI's) vastgesteld:

Stakeholder	Doelstellingen ultimo 2025
Klant	<ul style="list-style-type: none"> Klantgewogen Net Promoter Score (NPS) verhogen tot +13 (2020: +2) 1,3 miljoen actieve multi-klanten* (2020: 949.000)
Maatschappij**	<ul style="list-style-type: none"> Klimaatneutrale balans van tenminste 75% (2020: 59%), oplopend tot 100% klimaatneutraal in 2030
Medewerker	<ul style="list-style-type: none"> Oprechte aandacht voor de medewerker krijgt een cijfer van tenminste 7,5 (2020: 7,9)
Aandeelhouder	<ul style="list-style-type: none"> Rendement op eigen vermogen (REV) 8% (2020: 5,1%)* Dividenduitkering van 40-60% van het nettoresultaat

* Actieve multi-klant: een klant met een betaalrekening en minstens een product uit een andere productgroep, die minstens tien klantgeïnitieerde transacties voor drie maanden op rij op zijn of haar betaalrekening heeft gedaan.

** Maatschappij: vanuit de Volksbank willen we een positieve bijdrage leveren aan de maatschappij op vier thema's: duurzaamheid, financiële weerbaarheid, leefbaarheid in de regio en goed wonen voor iedereen. Voor al deze thema's worden op termijn KPI's gedefinieerd.

*** Voor de komende jaren verwacht de Volksbank dat op basis van de huidige vooruitzichten, het rendement op eigen vermogen lager dan 8% zal liggen. Om de strategie te realiseren, investeert de Volksbank de komende jaren flink om daarna door te groeien naar een REV van 8% in 2025.

Overige doelstellingen

We hebben onszelf ook doelen gesteld met betrekking tot het optimaliseren van de kapitalisatie en onze balans en een efficiënte bedrijfsvoering. Deze zijn met name gericht op de continuïteit van de bedrijfsvoering, iets wat voor alle stakeholders van essentieel belang is. Vertaald naar meetbare doelstellingen en KPI's betekent dit dat we streven naar:

KPI	Doelstellingen
Tier 1-kernkapitaal ratio	<ul style="list-style-type: none"> doorlopend tenminste 19% gebaseerd op volledige Basel IV infasering (2020: 31,2 %, waarbij we de impact van Basel IV regels inschatten op circa -7%-punt)
Leverage ratio	<ul style="list-style-type: none"> doorlopend tenminste 4,5% (2020: 5,2%)
Efficiency ratio	<ul style="list-style-type: none"> 57 – 59% ultimo 2025* (2020: 70,6%)

* Efficiency ratio: operationele lasten, inclusief wettelijk heffingen, gedeeld door totale baten. We houden er rekening mee dat de efficiency ratio de komende jaren boven deze range zal uitkomen, aangezien de strategische initiatieven in de loop der jaren effect moeten gaan sorteren, zowel op het niveau van de baten als van de operationele lasten.

VOOR MEER INFORMATIE KUNT U CONTACT OPNEMEN MET:

Corporate Communicatie

Harmen van der Schoor

harmen.vanderschoor@devolksbank.nl

Mobiel: 06 – 10 11 73 63

Investor Relations

Jacob Bosscha

jacob.bosscha@devolksbank.nl

Telefoon: 030 - 291 42 46

Daphne Andriesse

daphne.andriesse@devolksbank.nl

Mobiel: 06 – 10 91 87 90

Davey Hak

davey.hak@devolksbank.nl

Telefoon: 030 - 291 48 07

OVER DE VOLKSBANK N.V.

De Volksbank is de organisatie achter ASN Bank, BLG Wonen, RegioBank en SNS en de drijvende kracht op de achtergrond die vanuit menselijke behoeftes bancaire producten, processen en systemen ontwikkelt. Door te bankieren met de menselijke maat dragen wij samen bij aan een financieel gezond leven voor iedereen in Nederland. ASN Bank stimuleert duurzame vooruitgang, BLG Wonen zorgt dat goed wonen voor iedereen mogelijk is, RegioBank zet zich in voor leefbaarheid in de buurt en SNS vergroot de financiële weerbaarheid van mensen in Nederland. De Volksbank is gevestigd in Utrecht. Voor meer informatie: www.devolksbank.nl

DISCLAIMER

Dit persbericht bevat uitsluitend feitelijke informatie en dient niet te worden opgevat als een opinie of aanbeveling met betrekking tot de koop of verkoop van effecten die zijn uitgegeven door de Volksbank N.V. Dit persbericht bevat geen waardeoordeel of voorspelling met betrekking tot de financiële resultaten van de Volksbank N.V. Als u geen persberichten van de Volksbank N.V. wilt ontvangen, dan kunt u een e-mail sturen naar pers@devolksbank.nl.