

Onderzoekverslag

Informatievoorziening van banken over hun duurzaamheidsbeleid

*Een praktijkonderzoek naar de informatievoorziening
van banken over hun duurzaamheidsbeleid aan
(potentiële) klanten*

In opdracht van Projectgroep Eerlijke Bankwijzer

Consumentenbond

Dan weet je het.

Copyright: © Content Unit Financiën, Consumentenbond, 2011

Dit onderzoekverslag is opgesteld door de Content Unit Financiën van de Consumentenbond. Het auteursrecht op dit onderzoekverslag berust bij de Content Unit Financiën. Overname van (delen van) dit onderzoekverslag door derden is alleen toegestaan na schriftelijke toestemming van de Content Unit Financiën, onverminderd de rechten van de opdrachtgever.

Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE	2
1 SAMENVATTING	3
1.1 Inleiding.....	3
1.2 Resultaten	3
1.3 Conclusies en aanbevelingen.....	4
2 METHODE.....	4
3 RESULTATEN PRAKTIJKPROEF	5
3.1 Algemene resultaten	5
3.2 Resultaten per bank.....	6
3.3 Opmerkelijke uitspraken.....	9

1 Samenvatting

1.1 Inleiding

De projectgroep Eerlijke Bankwijzer doet in 2011 ieder kwartaal onderzoek naar het beleid van banken over onder andere wapen-, klimaat- en bonusbeleid. In het laatste aandachtsgebied is met name van belang of en hoe de bonussen aan bankbestuurders en zakenbankiers afhankelijk zijn van duurzaamheidscriteria. Deze zomer zal de Projectgroep ook een praktijkonderzoek gaan doen naar transparantie bij banken over deze onderwerpen. De Projectgroep Eerlijke Bankwijzer zal hierbij onder meer jaarverslagen en publicaties over investeringsbeleid van banken in de bovengenoemde aandachtsgebieden onderzoeken. Dit praktijkonderzoek zal in september 2011 worden gepubliceerd.

De Projectgroep Eerlijke Bankwijzer heeft de Consumentenbond gevraagd te onderzoeken in hoeverre deze informatie ook aan particuliere klanten van banken wordt verstrekt, indien zij hierom vragen.

De Consumentenbond heeft dit onderzoek in april en mei van dit jaar uitgevoerd. In totaal zijn twaalf verschillende banken elk vier maal gebeld door een 'mystery caller'. Dit zijn dezelfde banken die Eerlijke Bankwijzer onderzoekt. De gegevens van die onderzoeken worden op de website van Eerlijke Bankwijzer gepubliceerd.

In dit onderzoek hebben we gebruik gemaakt van zogenoemde 'mystery calls'. Een consument belt de bank met een vraag over de voorwaarden voor het openen van een betaal- of spaarrekening. Daarnaast vraagt de 'mystery caller' ook om (schriftelijke) informatie over het klimaat-, bonus- en wapenbeleid van de betreffende bank. De beller probeert zoveel mogelijk door te vragen, maar blijft wel in de rol van een 'gewone' consument. Ze bellen, indien mogelijk, naar het algemene informatienummer van de bank. De in dit onderzoek verkregen informatie heeft de Consumentenbond niet inhoudelijk beoordeeld.

1.2 Resultaten

Uit het onderzoek van de Consumentenbond blijkt dat de meeste van de gesproken medewerkers geen antwoord kunnen geven op vragen over het klimaat-, bonus- en wapenbeleid van hun werkgever. Schriftelijke informatie wordt ook nauwelijks gegeven. In de meeste gevallen verwijzen de bankmedewerkers naar de website. Ze weten echter niet precies waar de informatie dan te vinden is. Opvallend is dat bij bijna alle onderzochte banken vier maal zeer verschillend gereageerd wordt op de vragen. De vier medewerkers van Triodos Bank waren de enigen die inhoudelijk iets konden vertellen.

Mag je van een bankmedewerker verwachten dat hij op de hoogte is van het beleid van zijn werkgever in de bovengenoemde gebieden? Een consument mag er wel van uitgaan dat de medewerkers wel weten waar deze informatie precies te vinden is. Bovendien zou je verwachten dat er gewerkt wordt met standaardteksten en/of een standaardprocedure (bijvoorbeeld doorverwijzen naar een bepaalde afdeling). Bij de meeste banken is hiervan echter geen sprake. Een aantal van de medewerkers gaf spontaan aan dat dit soort vragen tegenwoordig vaker gesteld worden. Dat maakt een goede informatievoorziening over deze aandachtsgebieden juist noodzakelijk.

1.3 Conclusies en aanbevelingen

Uit onze steekproef blijkt dat de meeste banken geen stand beleid hebben voor het beantwoorden van vragen van consumenten over hun klimaat-, wapen- en bonusbeleid. De meeste medewerkers zijn inhoudelijk niet op de hoogte van het beleid op deze terreinen, en weten bovendien vaak niet waar ze de gevraagde informatie kunnen vinden. Meestal wordt doorverwezen naar de website van de bank, een enkele keer wordt schriftelijke informatie verstuurd. Meerdere keren geven de bankmedewerkers aan dat vragen van deze aard de laatste tijd vaker worden gesteld door (potentiële) klanten. Het is daarom aan te bevelen dat banken, voor zover deze er niet zijn, richtlijnen ontwikkelen voor beantwoording van dit soort vragen. Dit hoeft niet te betekenen dat alle medewerkers inhoudelijk op de hoogte moeten zijn van het beleid, maar wel dat ze weten waar ze de informatie kunnen vinden. Dan kunnen ze meer gericht verwijzen bij wie (bijvoorbeeld één loket) of waar (op de website) de consument terecht kan voor een antwoord op zijn vragen.

2 Methode

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van 'mystery calls'. De Consumentenbond inventariseert in deze praktijkproef de informatie die consumenten krijgen (telefonisch, schriftelijk of per e-mail) bij twaalf banken. Dit zijn de banken die ook worden vermeld op de website van de Eerlijke Bankwijzer. De informatie die uit deze steekproef komt, zal door de Consumentenbond genoemd maar niet inhoudelijk beoordeeld worden. Aangezien het hier een steekproef betreft (vier waarnemingen per bank) kunnen er geen algemene uitspraken over de betreffende banken worden gedaan. De proef is uitgevoerd in mei 2011.

De volgende banken zijn benaderd:

- 1 ABN Amro
- 2 Aegon
- 3 ASN Bank
- 4 Delta Lloyd
- 5 Friesland Bank
- 6 ING
- 7 NIBC
- 8 Rabobank
- 9 SNS Bank
- 10 Regio Bank
- 11 Triodos Bank
- 12 Van Lanschot Bankiers

De beller, een particulier, meldt dat hij/zij (verder hij) wil overstappen naar de betreffende bank, en geeft aan dat hij het belangrijk vindt dat de bank een goed beleid voert op het gebied van wapens, klimaat en bonussen. De onderzoeker vraagt om (schriftelijke) informatie van deze bank met betrekking tot:

- wapenbeleid
- klimaatbeleid
- bonusbeleid (matiging van bonussen en in hoeverre zijn bonussen afhankelijk van prestaties op gebied van duurzaamheid).

De onderzoeker belt hiervoor (indien mogelijk) naar het algemene informatienummer van de bank, dus niet naar een specifiek bankkantoor. Hij gaat in op eventuele doorverwijzingen, om bijvoorbeeld de desbetreffende informatie toegestuurd te krijgen.

De beller zal doorvragen wanneer hij bijvoorbeeld naar de website wordt verwezen of wanneer wordt gezegd dat hij een jaarverslag krijgt toegestuurd (kan ik die informatie wel in het jaarverslag of op de website vinden, etc.). Indien nodig of mogelijk zal de beller ook inhoudelijk doorvragen. Na twee weken wordt geïnventariseerd welke informatie de onderzoeker daadwerkelijk heeft ontvangen. Indien de banken informatie geven, wordt gekeken of ze standaardantwoorden geven of dat ze doorverwijzen naar standaardinformatie op de site.

Als achtergrondinformatie hebben de bellers van tevoren inzicht gekregen in de scores van de banken op de genoemde onderwerpen op de site van Eerlijke Bankwijzer. Bovendien zijn de onderzoekers geïnstrueerd over de mogelijke standaardinformatie die ze kunnen verwachten en op de onderwerpen waarop ze door kunnen vragen. Deze informatie is beschikbaar gesteld door de Projectgroep Eerlijke Bankwijzer. Per onderwerp gaat het om de volgende punten:

- Klimaatverandering
Klimaatbeleid is vaak alleen gericht op het kantoren- en/of wagenpark van de bank. Maar niet op bijvoorbeeld de CO2-uitstoot van de bedrijven die zij financieren.
- Wapens
Vaak melden banken dat ze niet in wapens investeren. De vraag is dan echter of ze ook niet investeren in bedrijven die wapens maken of die leveren aan omstreden regimes.
- Bonussen
Banken zullen in deze tijden vaak aangeven dat de bonussen gematigd zijn. De vraag is dan of dit voor alle medewerkers geldt, want vaak geldt het niet voor zakenbankiers en/of beurshandelaars. Daarnaast is ook van belang of bestaande bonussen op prestaties op de *lange* termijn zijn gebaseerd en of de mate van duurzaamheid van de activiteiten een rol speelt bij het toekennen van bonussen.

De Consumentenbond beoordeelt de informatie die ontvangen is niet inhoudelijk. Omdat elke bank maar vier keer is gebeld, kunnen er geen algemene uitspraken op bankniveau gedaan worden.

3 Resultaten praktijkproef

Naast de algemene resultaten van de steekproef, zullen we ook de resultaten per bank beschrijven. Als bijlage is een beschrijving per gesprek toegevoegd. Deze uitgebreide beschrijvingen kunnen door Projectgroep Eerlijke Bankwijzer, indien gewenst, gebruikt worden voor het beoordelen van de inhoud van de doorverwijzingen naar de website, mails, jaarverslagen en eventuele andere documenten.

3.1 Algemene resultaten

Bij de meeste banken is direct te merken dat de vraag van onze 'mystery callers' geen alledaagse is. De meeste medewerkers kunnen zelf geen inhoudelijke reactie geven op de vragen en moeten het navragen, uitzoeken of verwijzen naar de website. Wanneer dan aangegeven wordt dat de beller zelf ook al op de website heeft gekeken, maar daar niet heeft gevonden wat hij zoekt, blijkt vaak dat de medewerkers zelf ook moeten gaan zoeken. De indruk bestaat dat de meeste medewerkers naar de site verwijzen zonder te weten of daar echt alle gevraagde informatie te vinden is. De Consumentenbond heeft niet onderzocht in hoeverre de informatie ook daadwerkelijk op de sites van de banken staat. We raden de Projectgroep Eerlijke Bankwijzer aan, naast de jaarverslagen en de

publicaties die zij gaan onderzoeken, ook de teksten op de site onder het kopje 'over ons/de naam van de bank' te onderzoeken. Naar deze rubrieken op de websites wordt door de bankmedewerkers het meest doorverwezen.

Over het bonusbeleid weten de meeste medewerkers wel iets te melden. Dit komt waarschijnlijk door de grote aandacht die dit onderwerp de laatste tijd in de media krijgt. Ze geven aan dat er geen bonussen meer gegeven worden of dat ze gematigd zijn. De meeste medewerkers kunnen niet aangeven of de bestaande bonussen afhankelijk zijn van prestaties op de lange termijn of dat de bestaande bonussen voor iedereen in de bankorganisatie gematigd zijn.

Wat betreft het wapenbeleid van hun bank kunnen de meeste medewerkers geen informatie geven. Als ze dat toch doen, geven meerdere medewerkers aan 'zeker te weten dat de bank niet in wapens belegt.

Over het klimaatbeleid kunnen de meeste medewerkers alleen aangeven wat de bank zelf doet, bijvoorbeeld zo min mogelijk papier gebruiken. Opvallend is dat bankmedewerkers in dit onderzoek juist het klimaat regelmatig als 'excuus' gebruiken om geen brochures op te sturen.

De vraag is in hoeverre je van medewerkers mag verwachten dat ze inhoudelijk op de hoogte zijn van het klimaat-, wapen- en bonusbeleid van hun werkgever. Opvallend is echter dat bij bijna alle banken de vier reacties verschillend zijn. Er lijkt geen standaardreactie afgesproken te zijn. Zo zou je verwachten dat wanneer een medewerker doorverwijst naar een speciale afdeling voor de beantwoording van dit soort vragen, ook zijn collega's bij dezelfde bank op dezelfde wijze zouden doorverwijzen. Uit ons onderzoek blijkt dat dit niet het geval is.

De gebelde bankmedewerkers geven wel diverse keren aan dat dit soort vragen de laatste tijd vaker wordt gesteld door (potentiële) klanten. Dat zou een aanleiding kunnen zijn voor banken om de informatievoorziening te verbeteren. Door bijvoorbeeld hun medewerkers in te lichten over de vindplaats van de benodigde informatie. Zodat ze een eensluidend antwoord kunnen geven, of doeltreffend kunnen doorverwijzen naar een andere functionaris of een specifieke plek op de website van de bank.

3.2 Resultaten per bank

De onderzochte banken worden in alfabetische volgorde besproken.

1. ABN AMRO

In geen van de vier gevallen is schriftelijk informatie ontvangen. Alle vier gesproken medewerkers kan zelf geen uitgebreide informatie verschaffen. Het is bij die medewerkers ook niet duidelijk waar zij zelf de informatie kunnen vinden of met wie zij kunnen doorverbinden. Er wordt twee keer in algemene zin naar de website doorverwezen, waar alles op zou moeten staan.

2. Aegon

Ook bij de Aegon wordt na de vier gesprekken geen schriftelijke informatie toegestuurd. Ook hier konden de medewerkers mondeling niet voldoende informatie geven en de medewerkers weten ook niet bij wie de beller wel terecht kan. Er wordt doorverwezen naar de site (Aegon.nl, Aegonbank.nl en een jaarrapport op Aegon.com). In de helft van de gevallen wordt de beller verzocht om de informatie per e-mail op te vragen. Hierop ontvangt de onderzoeker beide keren wel informatie die ingaat op de genoemde punten.

3. ASN Bank

De medewerkers van de ASN Bank verwijzen alle vier door naar de website. Ze zijn er van overtuigd dat alle informatie die de onderzoeker zoekt, daar te vinden is. Dit wijkt af van de waarnemingen bij de meeste andere banken. Er is geen schriftelijke informatie beschikbaar en de medewerkers kunnen zelf niet tot nauwelijks inhoudelijk reageren op de gestelde vragen.

4. Delta Lloyd

Ook bij Delta Lloyd wordt na geen van de vier gesprekken informatie toegestuurd, of telefonisch antwoord gegeven op de gestelde vragen. Eén van de reacties van de Delta Lloyd-medewerker is opmerkelijk. De onderzoeker wordt geadviseerd naar de ASN-bank te gaan. Alleen als de onderzoeker op verzoek zijn vragen mailt, wordt een inhoudelijke reactie gegeven. Ook Delta Lloyd lijkt, op basis van deze vier waarnemingen, geen standaardreactie en/of vaste doorverwijzingsprocedure te hebben.

5. Friesland Bank

Bij de Friesland Bank wordt in één geval een opvallende reactie gegeven. Er wordt doorverwezen naar een manager die speciaal voor dit soort onderwerpen is vrijgemaakt. De toenemende interesse van (potentiële) klanten in de prestaties van banken op dit vlak was daarvoor de aanleiding. De manager meldt dat de Friesland Bank nog bezig is met ontwikkelen van een duidelijke visie en dat de beller hier de komende tijd meer duidelijkheid over kan krijgen. De drie andere onderzoekers worden echter niet doorverwezen naar deze persoon. Zij worden in twee gevallen doorverwezen naar de website van de bank. De ander wordt aanvankelijk verwezen naar de site van de Eerlijke Bankwijzer en vervolgens gevraagd een e-mail met het verzoek te sturen. Het antwoord op deze e-mail komt redelijk overeen met het antwoord van de manager.

6. ING

Drie van de vier onderzoekers worden doorverwezen naar de site. In het vierde geval wordt informatie per post toegestuurd. Dit blijkt echter een kostenoverzicht ING betaalproducten particulieren te zijn. Geen van de vier medewerkers hebben een inhoudelijke reactie gegeven op de gestelde vragen.

7. NIBC

In alle vier de telefoongesprekken wordt aangegeven dat de informatie niet voorhanden is. De medewerker belooft de informatie te verzamelen en per e-mail toe te sturen, hetgeen ook in alle vier de gevallen nog dezelfde dag gebeurde. De informatie in de mail was in alle gevallen exact dezelfde. Er lijkt hier, op basis van deze vier waarnemingen, een consequente reactie gegeven te worden. Hoewel de medewerkers het antwoord zelf telefonisch niet kunnen geven, weten ze wel waar ze informatie moeten vinden.

8. Rabobank

Rabobank heeft geen centraal nummer. Daarom is er gekozen om de steekproeven uit te voeren bij vier verschillende regiokantoren. Ook hier wordt drie keer doorverwezen naar de website van de bank, maar niet consequent naar dezelfde plek op de site. Eenmaal wordt schriftelijke informatie toegestuurd, maar dit blijken links naar webpagina's te zijn. Eenmaal mailt een medewerker de informatie. Dit is echter geen standaardantwoord, maar een mail met informatie die deze medewerker zelf heeft verzameld. In dit schrijven wordt wel redelijk uitgebreid op het bonusbeleid ingegaan, de informatie over het

wapenbeleid is oppervlakkig en met betrekking tot het klimaatbeleid wordt doorverwezen naar de website.

9. SNS Bank

Ook bij de SNS bank ontvangen de bellers in geen van de vier gevallen schriftelijke informatie. De antwoorden van de medewerkers zijn ook weer divers. Twee keer wordt een mail ontvangen, maar deze verwijzen weer naar informatie op de site van de bank en die van de Eerlijke Bankwijzer. Een keer wordt aangegeven dat er helemaal geen informatie gegeven kan worden er wordt aangedrongen om een afspraak op kantoor te maken.

10. Regio Bank

In drie van de vier telefoongesprekken geeft de medewerker aan dat er geen informatie beschikbaar is, noch op de website noch schriftelijke informatie. De andere medewerker verwijst wel naar de site, maar kan niet precies aangeven waar. Al is de informatie volgens hem makkelijk te vinden. Alle medewerkers kunnen alleen wat algemene informatie geven, maar die is erg oppervlakkig.

11. Triodos Bank

In twee van de vier gesprekken krijgt de onderzoeker de belofte dat schriftelijke informatie wordt toegestuurd. In één van die gevallen gaat het daarbij wel om algemene informatie. Het is, zoals de medewerker zelf ook aangeeft, dezelfde informatie als op de website van de bank staat. Alle vier medewerkers reageren enthousiast en kunnen ook inhoudelijk iets vertellen, maar ze verwijzen ook door naar de website, waarvan zij zeker weten dat er alle informatie te vinden is.

12. Van Lanschot Bankiers

Van Lanschot heeft geen centraal nummer, er zijn verschillende regiokantoren gebeld. Na drie van de vier gesprekken wordt het MVO-jaarverslag (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen) toegestuurd. In 3 van 4 gevallen ontvangt de beller een mail met bijgevoegde informatie (MVO jaarverslag). Eén medewerker verwijst naar de website en zegt niets te kunnen toesturen.

Van de 3 bellers die het MVO-verslag toegestuurd krijgen, krijgt één beller het telefoonnummer van de MVO-manager. Er volgt een uitgebreid gesprek met deze manager en zij ontvangt daarna nog een uitgebreide mail van hem. Een andere beller ontvangt na de toegestuurde informatie door een accountmanager nog een mail met toelichting van de MVO-manager.

Samenvattend:

	Schriftelijke informatie ontvangen	Verwijzing naar de website	Inhoudelijke reactie per e-mail	Inhoudelijke reactie telefonisch	Helemaal geen of weinig informatie/niet ontvangen
1. ABN AMRO	-	2	1	-	1
2. Aegon	-	2	2	-	-
3. ASN Bank	-	4	-	-	-
4. Delta Lloyd	-	2	1	-	1
5. Friesland Bank	-	2	1	1	-
6. ING	1	3	-	-	-
7. NIBC	-	-	4	-	-
8. Rabobank	1	2	1	-	-
9. SNS	-	1	2	-	1
10. Regio Bank	-	1	-	-	3
11. Triodos Bank	1	3	-	-	-
12. Van Lanschot Bankiers	-	1	2	1*	-

Tabel 1: overzicht reacties van banken op vragen over klimaat-, wapen- en bonusbeleid per bank.

*een beller eerst telefonische informatie, daarna nog per mail

Bron: Content Unit Financiën, Consumentenbond, 2011

3.3 Opmerkelijke uitspraken

Hieronder volgen nog een aantal opmerkelijk uitspraken van bankmedewerkers tijdens ons onderzoek:

"Heeft u misschien zelf een idee welke afdeling u daarvoor moet hebben binnen onze bank?"

Over wapenbeleid; "Volgens mij wordt daar bij alle banken altijd naar gekeken, ja het klinkt zo logisch, ik kan me niet voorstellen dat banken dat niet doen".

"Oh ja, nou, goeie vraag, ik moet even iemand opsnoeren die daar meer over weet".

"Ja, dat staat ergens op de site, ik ken de site niet uit mijn hoofd".

"Ik hoop niet dat wij terroristen financieren".

"Er is vast wel een bonusbeleid, maar ik ken het niet".

"We financieren geen bommenmakers in Zuid Afrika".

"Het feit dat ik u al aangeef liever niet iets op te willen sturen omdat het niet goed is voor het milieu, zegt al iets