

De nieuwe naam: de Volksbank

Op 27 september 2016 onthulde minister van Financiën Jeroen Dijsselbloem tijdens een bescheiden maar feestelijke bijeenkomst op het hoofdkantoor in Utrecht van toen nog SNS Bank N.V. de nieuwe naam van onze organisatie: de Volksbank. Even later liepen de minister en directievoorzitter Maurice Oostendorp naar buiten om de zojuist onthulde lichtbak te bewonderen. In luchtblauwe letters hing daar de nieuwe naam. Trots en perfect aansluitend op waar de organisatie voor staat.

De Volksbank richt zich op de Nederlandse retailmarkt. Om goed aan te sluiten op de wensen van al onze klanten voeren wij meerdere merken: ASN Bank, BLG Wonen, RegioBank en SNS. Ieder merk heeft een herkenbare positionering die een passende invulling geeft aan de verschillende klantbehoefte naar eenvoudige financiële producten. Een centrale backoffice en staforganisatie en een krachtige IT-organisatie stellen de Volksbank in staat effectief en efficiënt te werken.

Missie en strategie

De missie van de Volksbank om te bankieren met de menselijke maat sluit aan op de maatschappelijke oproep om invulling te geven aan dienstbaar bankieren. Al tweehonderd jaar hoort het bij ons. Om deze missie waar te maken heeft de Volksbank een ambitie geformuleerd, op basis van het principe van gedeelde waarden.

Deze gedeelde waarden richten zich op zowel maatschappelijke- en economische- als financiële- en niet-financiële aspecten, die hand in hand gaan. De Volksbank streeft naar het optimaliseren van deze gedeelde waarden door het leveren van nut voor klanten, het nemen van verantwoordelijkheid voor de maatschappij, het zorgen voor zingeving voor medewerkers en het behalen van rendement voor de aandeelhouder(s).

Pijlers

Om deze ambitie te vervullen zal de Volksbank een sterkere maatschappelijke lading geven aan haar onderscheidende identiteit. Daarnaast zal zij vanuit de klantbehoefte haar merkpositioneringen aanscherpen en nieuwe klantproposities blijven ontwikkelen. De Volksbank zal haar bedrijfsvoering nog eenvoudiger en efficiënter maken. Maatregelen om processen en producten te vereenvoudigen en te digitaliseren zullen de dienstverlening aan de klant



Minister Dijsselbloem en directievoorzitter Oostendorp bij de onthulling van de nieuwe naam.

eenvoudiger, goedkoper en transparanter maken en er tevens voor zorgen dat de Volksbank een toekomstbestendig en laag kostenniveau kan verwezenlijken. Om aansluiting te houden bij de technologische ontwikkelingen zal de Volksbank zich blijven ontwikkelen tot een wendbare organisatie die op een slimme wijze innoveert. De Volksbank volgt de ontwikkelingen op het gebied van de bancaire kernfuncties op de voet en zal snel en gericht innoveren om klanten steeds beter te bedienen op een manier die past bij hun verwachtingen en behoeften. De Volksbank kiest hierbij voor een open innovatieproces met multidisciplinaire externe samenwerking en partnering. Tijdens de onthulling van de nieuwe naam kreeg de minister een boekje overhandigd met uitspraken en wensen van medewerkers die aantoonde dat de bank de afgelopen tijd intern flinke stappen heeft gezet. Dat het gaat over nut voor individuen, over faire producten en een duurzame wereld naast normale omgangsvormen en persoonlijk contact. Over een dak boven het hoofd, over een oplossing voor een klant in nood. We zullen met elkaar aan de buitenwereld laten zien waar wij voor staan. Een bank van en voor mensen. Onder de nieuwe naam de Volksbank vervolgen we onze reis. Die reis is al lang geleden gestart. Want dit jaar is het twee eeuwen geleden dat onder de vlag van de Maatschappij tot Nut van 't Algemeen de eerste

spaarbanken werden opgericht (in Workum en Haarlem). Een initiatief dat al snel in andere plaatsen navolging vond, waarmee de basis werd gelegd voor een deel van het bedrijf dat na diverse fusies en naamswijzigingen nu de Volksbank is.