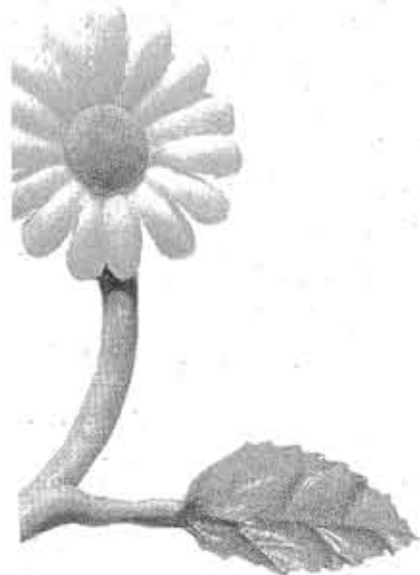


Geld dat niemand kwaad doet



In weerwil van de financiële crisis maken ethische banken als ASN en Triodos een enorme groeispurt door. Bedroeg het aantal klanten van ASN Bank in 2007 nog 350.000, halverwege 2011 waren het er 550.000. Ruud Stevens van ASN Bank: "In absolute aantallen komen de meeste overstappers van ING en Rabobank, maar dat is ook niet zo gek doordat zij de grootste banken met de meeste klanten zijn."

Triodos is met 200.000 rekeninghouders een relatief kleine bank – ING heeft er 9,2 miljoen – maar het bestand telde in 2009 nog maar 100.000 klanten. Een verdubbeling dus en dat in tijden van crisis. Maarten Thijs van Triodos zegt dat de doelgroep van beide ethische banken vooral bestaat uit de zogenaamde *cultural creatives*: "Deze mensen zijn kosmopolitisch en doorgaans hoger opgeleid, ze hechten waarde aan cultuur en hebben oog voor het ecologische evenwicht."

ASN Bank en Triodos laten zich erop voorstaan dat ze zich niet alleen verre houden van investeringen in 'foute' bedrijven zoals wapenfabrikanten, houtkapbedrijven

en tabaksproducenten, maar dat ze daarnaast juist wel geld stoppen in ondernemingen die voor positieve maatschappelijke verandering zorgen. Op de websites staan voorbeelden van bedrijven in duurzame energie en recycling, maar ook veel initiatieven uit de culturele en de sociale sector.

Thijs: "Mensen zoeken naar andere manieren van bankieren, een bankmodel dat niet alleen maar over winstmaximalisatie gaat, maar ook oog heeft voor sociaal, ecologisch en maatschappelijk rendement."

"Er is ook ontzettend veel behoefte aan transparantie. Als mijn zoon van elf mij om vijf euro vraagt, en iedere ouder zal dat herkennen, is het eerste wat ik hem vraag: 'Wat ga je daar dan mee doen?' Aan banken werd die vraag echter bijna door niemand ooit gesteld. Dat verandert nu."

"Gelukkig zien steeds meer mensen geld nu als een middel waarmee ze zelf iets teweeg kunnen brengen. Want wat je er ook mee doet en waar je het ook naartoe brengt: geld leidt altijd ergens in de wereld tot consequenties. Mensen moeten daarom

gefundeerd kunnen kiezen – zoiets als de Eerlijke Bankwijzer helpt daarbij."

Machiel van de Poll van onderzoeksbureau Market Response deed vorig jaar onderzoek naar de opinie over banken in sociale media als Twitter en Facebook. "Hoe groter de bank, hoe meer erover werd gepraat, natuurlijk. Maar wat opviel

komt. "Ze voelen zich echt betrokken, meer alsof ze lid zijn van een maatschappelijke organisatie dan alleen maar klant bij een bank. Ook proberen ze actief anderen aan te zetten hetzelfde te doen. Idealen wil je immers uitdragen."

Uit de Bankenmonitor van de Consumentenbond bleek ook dat Triodos en de ASN de meest tevreden

'De keuze voor zo'n bank is bewust: je komt er niet terecht omdat in het dorp toevallig een vestiging stond'

aan de relatief kleine ASN Bank en Triodos was dat wat er over hen werd gezegd, bijna altijd heel positief was. Klanten van die banken zijn online ook erg actief. De keuze voor zo'n bank maak je bewust: je komt er niet toevallig terecht, zoals je vroeger lid werd van de Rabobank omdat er in het dorp toevallig een vestiging zat."

Deze mensen zijn positiever dan klanten van andere banken, doordat de motivatie vanuit henzelf

klanten hebben. Ze scoren in het panelonderzoek beide een 8,1. De klanten waren niet alleen blij met het duurzame aspect, maar ook met de service en spaarrente, van 2,3 tot 2,7 procent.

Behalve bij dit soort positieve verhalen varen de twee banken ook wel bij negatieve berichten over andere banken. Dan zijn er doorgaans ineens meer overstappers die niet zozeer ergens heen, maar veeleer ergens weg willen.

Thijs van Triodos: "We merken inderdaad dat er ook in periodes van publieke verontwaardiging plotseling veel mensen bijkomen. Na een aflevering van het tv-programma *Zembla* over grootbanken die beleggen in clusterbommen (*Bankgeheimen* uit 2007) hadden we er bijvoorbeeld binnen de kortste keren duizenden nieuwe klanten bij. Voor ons is dat veel, maar voor een grootbank als bijvoorbeeld ING is dat natuurlijk nog steeds *peanuts*."

Ook na gebeurtenissen als de val van DSB, het Icesavedebacle en de bonusdiscussie stegen de inschrijvingen sterker dan gebruikelijk. In tegenstelling tot veel andere banken deden ASN en Triodos beide niet aan financiële derivaten en verpakte hypotheek – en Triodos Bank geeft in het geheel geen bonussen.

Van de Poll: "Er zijn geen exacte cijfers hoe groot die impact precies was, maar bij misstappen van andere banken en bijvoorbeeld de discussie over bonussen zag je wel dat de activiteiten hier omhoog schoten. 'Ik stap nu over, tot hier en niet verder,' werd door veel mensen gezegd."