

Het nieuwe Rabomodel

Meer ledeninvloed, meer samenwerking

Er is een belangrijke verandering op komst bij Rabobank Salland. Met ingang van 1 januari 2012 wordt de bank niet meer bestuurd volgens het directiemodel, maar volgens het Rabomodel. Dat betekent meer inspraak en invloed voor de leden.

LEDEN PRATEN MEE

Er is maar één bank in Nederland waar u als klant lid van kunt worden: de Rabobank. Dat lidmaatschap is geen loze kreet. Als lid kunt u echt invloed uitoefenen op het beleid van de bank. Het orgaan dat de stem van alle leden vertegenwoordigt bij de directie is de ledenraad. Met de invoering van het nieuwe Rabomodel krijgt de ledenraad ook een adviserende functie voor het ledenbeleid. Het concept voor het beleid voor de komende jaren, werd op 11 oktober jl. voorgelegd aan de ledenraad. Directievoorzitter Ed den Besten (rechts) en ledenraadsleden Karel Berghuijs (midden), Jan Klijn Velderman (links) en Joyce Jansen-Pierik (links pag. 18) spraken over het nieuwe ledenbeleid en de veranderingen die het Rabomodel met zich meebrengt.

INTENSIEVER

‘Het wordt allemaal een stuk intensiever’, zegt Karel Berghuijs. ‘In de nieuwe situatie is de dialoog met de ledenraad veel sterker: er wordt meer geluisterd en ook meer geraadpleegd.’ ‘Maar er wordt ook meer inspanning van ons gevraagd,’ vult Joyce Jansen-Pierik aan, ‘bijvoorbeeld om zitting te nemen in kleine commissies over verschillende onderwerpen die spelen. Meedenken over het beleid bijvoorbeeld. Of over de invulling van 2012, het Jaar van de Coöperatie.’ Jan

Klijn Velderman vult aan: ‘We willen er graag zijn voor iedereen in het werkgebied van de bank; jong en oud, ondernemer en particulier.’

LEDENRAAD ALS DRAAISCHIJF

‘Die meedenkende en adviserende functie van de ledenraad was er natuurlijk altijd al’, haakt Ed den Besten aan. ‘In die zin verandert er niets aan de structuur van het bestuur van onze bank. Maar de ledenraad gaat in het Rabomodel wel een actievere en grotere rol spelen, bijvoorbeeld in het advies over het ledenbeleid. De ledenraad is de vertegenwoordiging van het totale ledenbestand en fungeert als een soort ‘draaischijf’ tussen de achterban en de directie. Dat maakt het mogelijk om van buiten naar binnen te denken.’

SPREEKBUIS VAN DE LOKALE SAMENLEVING

Jan Klijn Velderman legt uit hoe dat werkt: ‘Rabobank Salland heeft ongeveer 20.000 leden. Dat is een kwart van het klantenbestand en als het aan ons ligt, wordt dat aandeel alleen maar groter. Voor de directie is het natuurlijk onmogelijk om met al die leden van gedachten te wisselen en daarom fungeren wij, de ledenraad, als ogen en oren voor die klanten en leden.’ Joyce Jansen-Pierik geeft daarvan een mooi voorbeeld: ‘We leven in een tijd waarin dingen snel veranderen,



'ONZE LEDEN ZIJN DE IDEALE SPREEKBUIS'

ook op het gebied van bankieren. Sommige veranderingen roepen weerstand op bij klanten en leden en dus ook bij ons. De bank nodigt ons dan uit om met eigen ogen te komen zien waarom die plannen er zijn. Dat werkt meestal heel verhelderend. Het is een goede manier om elkaar beter te begrijpen en voor ons is het dan makkelijker om zowel leden als klanten te informeren, maar ook om te onderhandelen over alternatieven. We denken bijvoorbeeld veel na over nieuwe manieren om invulling te geven aan de kernwaarde 'dichtbij'. De leden zijn ook betrokken bij de discussie over bancaire dienstverlening in de verschillende kernen. Daarvoor tasten we zorgvuldig af waaraan behoefte is. Met die informatie gaan we naar de bank. Samen kunnen we dan tot een oplossing komen die voor iedereen werkt.' Directievoorzitter Ed den Besten weet die inbreng op waarde te schatten: 'Die feedback, die diep uit de lokale samenleving komt, is voor ons van levensbelang. Onze leden hebben hun wortels in diezelfde lokale samenleving en zijn daardoor de ideale spreekbuis.'



MEEDENKEN, MEE VERANDEREN

Niet alleen de dienstverlening verandert, ook de manier waarop leden kunnen meepraten moet aansluiten bij de doelgroep. 'Jongeren bereik je niet met de traditionele bijeenkomsten die we van de bank gewend zijn', vertelt Jan Klijn Velderman. 'Dat is wel een groep die binnen de bank nog ondervetegenwoordigd is en die we er graag bij hebben. Daarom gaan we ons ook richten op virtuele kanalen en social media zoals Hyves, Facebook en LinkedIn.' Om een groter deel van de achterban bij de bank te betrekken en de betrokkenheid te vergroten, worden ook nieuwe middelen zoals themagroepen ingezet. Leden die zich betrokken voelen bij een bepaald onderwerp, zoals starters in de woningmarkt of agrariërs, kunnen zitting nemen in zo'n themagroep. De samenstelling kan per thema verschillen en ook de bestaansduur kan sterk wisselen, van enkele bijeenkomsten tot bijna structureel. 'De bedoeling is dat wij als ledenraad een zo goed mogelijke afspiegeling zijn van het totale ledenbestand. Daarom willen we graag dat zo veel mogelijk klanten lid worden. Invloed uitoefenen kan in verschillende gradaties en het lidmaatschap is gratis', roepen de ledenraadsleden op.

VAN BUITEN NAAR BINNEN

'Van buiten naar binnen denken' is het belangrijkste speerpunt bij het nieuwe Rabomodel. Waarom? 'Omdat wij er zijn voor onze klanten en door onze klanten', legt Ed den Besten uit. 'Dat onderscheidt ons ook van andere banken. De enige reden dat wij als bank bestaan, is omdat wij de lange termijn financiële ambities van onze klanten, zoals het kopen van een huis of het opstarten van een bedrijf, waar willen maken. Om dat te kunnen blijven doen, moeten we zorgen dat we winst maken en financieel gezond blijven, maar ook dat we goed luisteren naar wat onze klanten en leden willen om met de dienstverlening daar zo goed mogelijk op aan te sluiten. Zo geven wij op een moderne manier invulling aan onze coöperatieve vorm. Want van die samenwerking worden we allemaal beter.'