

Rabobank Vallei en Rijn 100 jaar stabiele financiële partner

Al 100 jaar: samen bereik je meer

Een nieuw jaar ligt voor u. Waar liggen de kansen en hoe kunt u uw bedrijf succesvol maken? Rabobank Vallei en Rijn helpt ondernemers graag verder. Dat laat de coöperatieve bank al 100 jaar in deze regio zien. In deze periode van reflectie, jaaroverzichten, terug- en vooruitkijken doen we dat ook met Hans de Leeuw en Barry van de Lagemaat van de jubilerende Rabobank.

Lijnenspel

In het prachtige pand aan de Galvanistraat in Ede spreken we Hans de Leeuw (directievoorzitter) en Barry van de Lagemaat (directeur Bedrijven) bij Rabobank Vallei en Rijn. De lichte ruimte in het pand met veel glas en een boeiend lijnenspel van het interieur nodigen uit voor een gesprek over het verleden, heden en toekomst van de Rabobank. De rode draad door het verhaal is toch wel dat de bank nog steeds dezelfde is en altijd meegaat in de beweging die de regio maakt. Juist omdat de bank zo na-drukkelijk verbonden is met de lokale samenleving.

Roots

“Onze roots liggen in Veenendaal. Op 7 november 1911 vestigde daar de eerste Rabobank (toen nog Boerenleenbank) zich daar. Later volgden de plaatsen Bennekom en Wageningen”, aldus Hans. Uiteindelijk kwamen daar ook de kernen Ede, Rhenen en Achterberg bij, waardoor de bank nu in grootte tot de 15 grootste lokale Rabobanken van het land behoort.

Het afgelopen jaar heeft de bank samen met haar leden, klanten en medewerkers het eeuwfeest gevierd. Hans: “Op 1 september was de aftrap van het jubileum met een muziekspektakel in de CineMec. Regionale muzikalenten traden op voor zo’n 1000 leden in de zaal, onder begeleiding

van het orkest van Cor Bakker. Daarnaast deelden ook de vrijwilligersorganisaties uit Ede, Veenendaal, Wageningen en Rhenen mee in de feestvreugde. Als blijk van waardering en om de vele vrijwilligers een keer goed in het zonnetje te zetten, hebben we € 50.000,- beschikbaar gesteld voor vier grote vrijwilligersfeesten. Ook met ondernemers hebben we ons jubileum gevierd. Zo trad Fabian Homburg (16), een van de muzikale talenten, op tijdens de Business Events in Ede en Veenendaal (Verkiezing van de Ondernemer van het Jaar).”

Lijnen met het verleden

Hoewel het bankieren de afgelopen eeuw enorm veranderde, zijn er volgens Hans de Leeuw wel parallellen met 100 jaar geleden te trekken. “Ook toen zaten we midden in een economisch zware periode. Maar juist in zulke momenten laat de Rabobank zien een stabiele en betrouwbare partner te zijn. Onze sterke positie in de markt hebben we mede te danken aan onze coöperatieve organisatiestructuur. Immers, bij Rabobank Vallei en Rijn hebben leden in plaats van door winstgedreven aandeelhouders invloed en zeggenschap. Dat betekent ook dat we niet aan de beurs genoteerd zijn. Winstmaximalisatie is niet ons hoogste doel. Uiteindelijk draait het bij ons om tevreden klanten. En ondernemers verder te helpen. Dat gaat verder dan alleen maar

zorgen voor financiële oplossingen. Een kenmerk van onze coöperatieve structuur is dat we heel dichtbij zijn. Niet alleen fysiek met onze vestigingen, maar ook door aanwezig te zijn in de diverse netwerken. Waar ondernemers zijn, daar wil de Rabobank ook zijn. Dat kunnen we ook, omdat we deskundige en lokale accountmanagers hebben. Zij kennen de markt in deze regio en een groot aantal woont ook in dit gebied. Daar komt bij dat we als lokale Rabobank zelfstandig zijn en snel beslissingen kunnen nemen. Daar onderscheiden we ons mee. Een belangrijk element voor ondernemers.”

‘Gelet op de ontwikkeling die de bank en het gebied de afgelopen 100 jaar doormaakte, zie je een heel gelijkmatige groei’

Spiegel van de FoodValley-regio

Volgens Barry van de Lagemaat is een kenmerk van de FoodValley-regio dat er niet een bepaalde sector heel dominant is. “Dat komt juist nu goed van pas. We zijn als regio dan ook een stuk weerbaarder in economisch lastige tijden. Die diversiteit en dynamiek, gecombineerd met een prima ondernemersmentaliteit, zorgt ervoor dat we als regio een stuk sterker staan dan andere gebieden in het land. Hans ziet daarbij ook een andere lijn. “Gelet op de ontwikkeling die de bank en het gebied de



MT Finance: Rabobank beste zakelijke financiële dienstverlener

De waardering voor het zakelijk bankieren bij de Rabobank blijkt ook uit een recent onderzoek van het magazine Management Team (MT). Barry: "Rabobank kreeg het rapportcijfer 9,4 en is daarmee de beste financiële dienstverlener. Andere banken volgen op afstand met een 7,5. Het magazine voor managers vroeg beslissers uit het bedrijfsleven naar hun mening over en ervaringen met financiële dienstverleners. Met kop en schouders komt de Rabobank als beste uit de bus. De onderzoekers concluderen dat de eerste positie stevig in handen is van de Rabobank, die ook in 2010 op nummer 1 stond. De coöperatieve bank eindigt in zeven categorieën in de top 10 en in zes daarvan vinden de managers de Rabobank zelfs de allerbeste. Een prachtig compliment, omdat juist ondernemers die waardering laat blijken. En tevreden ondernemers, daar doen we het voor."

Hans de Leeuw, directievoorzitter*Barry van de Lagemaat, directeur Bedrijven*

afgelopen 100 jaar doormaakte, zie je een heel gelijkmatige groei. Wat dat betreft is de Rabobank een spiegel van de economische ontwikkelingen. Als het met de Rabobank goed gaat, dan ook met een merendeel van de regionale economie. En omdat we een groot marktaandeel hebben, weten we ook wat er speelt.”

Sponsoring in de breedte

De historie laat zien dat de Rabobank de afgelopen jaren sterk terrein heeft gewonnen. Barry: “In deze regio was Rabobank al marktleider binnen het MKB. De grootste winst zit in het feit dat we nu ook een toonaangevende rol hebben in de grootzakelijke markt. Dat hebben we onlangs nog eens onderstreept tijdens het Business Event in Veenendaal door de Rabo Award Handel & Industrie beschikbaar te stellen. Een jaarlijkse verkiezing van Ondernemer van het Jaar, waarvan de Rabobank al 7 jaar hoofdsponsor is.” Het woord ‘sponsoring’ is gevallen. Een begrip waar de Rabobank vertrouwd mee is. Hoewel veel organisaties sponsoring op een lager pitje hebben gezet, zit Rabobank iets anders ‘in de wedstrijd’. Hans: “De afgelopen jaren hebben we fors ingezet om door via sponsoring te laten zien wie de Rabobank is: een toonaangevende betrokken dichtbijbank. Daarnaast vinden we het belangrijk lokale verenigingen naar een hoger niveau

te brengen. We investeren niet alleen in de top, maar vooral in de breedte van de vereniging. Zo zijn we hoofd- en shirtsponsor van v.v. Bennekom, DOVO en GVVV.

Drie topamateurclubs waarvan het eerste elftal vorig seizoen kampioen werd in hun klasse. Daarnaast zijn we hoofdsponsor van de hockeyclubs VMHC in Veenendaal en MHC Ede. Natuurlijk maken we ook onze keuzes, want sponsoring moet je wel heel gericht doen. Maar juist in deze tijd is het belangrijk om ook maatschappelijk te laten zien waar je staat. In het bijzonder maakt de Rabobank dat zichtbaar via het Coöperatiefonds. Jaarlijks stellen we € 150.000,- beschikbaar zodat bijzondere sociaal-maatschappelijke en culturele initiatieven van de grond komen. Het afgelopen jaar hebben we zo’n 25 projecten mogelijk gemaakt. Verzorgingshuis De Tollenkamp in Rhenen kreeg een piano, de scouting in Ede een nieuw clubhuis en in Wageningen werd een hospice nieuw ingericht met een bijdrage van de bank. De waardering hiervoor is enorm.”

2012 in perspectief

Hans de Leeuw verwacht dat 2012 nauwelijks economische groei met zich meebrengt. Hij maakt daarbij wel een kanttekening. “We moeten cijfers wel in een juist perspectief plaatsen. Want ons land is per hoofd van de bevolking een van de rijkste

van de Europese Unie en zal dat ook na 2012 nog steeds zijn. Wel zal de werkloosheid wat oplopen. Waar we echt naar uitzien is richtinggevend beleid ten aanzien van enkele belangrijke dossiers, zoals de woningmarkt, de gezondheidszorg en de vergrijzing. Waar op Europees niveau de besluitvorming nu in een hogere versnelling lijkt te komen, is daar in ons land nog geen sprake van.” Barry sluit daarbij aan: “Dus zullen consumenten de komende tijd een afwachtende houding blijven aannemen. Het jaar 2012 wordt dus economisch opnieuw lastig met veel uitdagingen. Onze oproep zou zijn om vooral te blijven innoveren. Want dat laten deze turbulente tijden ook zien: bedrijven die vernieuwen, zijn de concurrentie een slag voor. En zoek daarbij vooral de samenwerking met anderen door de netwerken te benutten. Want dat blijkt uit onze historie: Samen bereik je meer.” ■

De geschiedenis van de Rabobank is op een prachtige wijze in beeld gebracht in de jubileumuitgave ‘Samen bereik je meer’. U kunt het boek online inzien op www.rabobank.nl/vr en klik op Rabobank 100 jaar.