

Interview met Vincent Siciliano, President en CEO van de New Resource Bank

(door Stephan Darimont, *Banking Boulevard*, San Francisco, februari 2012)

Stephan Darimont (SD): Goedemorgen, Vincent.

Vincent Siciliano (VS): Goedemorgen, Stephan.

SD: Je bent de president en CEO van de New Resource Bank in San Francisco. Zou je in het kort kunnen vertellen wat de missie is van de New Resource Bank?

VS: Het is onze missie om samen te werken met bedrijven die niet alleen naar financieel rendement streven, maar ook naar maatschappelijk en ecologisch rendement. 'Duurzaam beheer' noemen we dat. Het is dus onze opdracht om bij te dragen aan een duurzamer samenleving, hier in Californië en uiteindelijk in de hele Verenigde Staten. We willen samenwerken met bedrijven die net als wij dit basistriplet voor ogen hebben, onze "triple bottom line". Bedrijven die niet alleen uit zijn op hun rendement op financieel kapitaal, maar ook denken aan het milieu, oftewel het natuurlijk kapitaal, en aan de gemeenschap, het maatschappelijk kapitaal.

SD: Hoe concurreer je als retailbank met de internationale banken?

VS: Wij hebben een heel andere missie dan de internationale banken. Hoewel ze dat waarschijnlijk niet zullen zeggen, willen de internationale banken vooral een maximale aandeelhouderswaarde op grond van financiële voorwaarden. Wij kijken bij onze activiteiten echter naar het totaalbeeld: wat doen we terug voor de gemeenschap en hoe dragen we tegelijkertijd bij aan de stabiliteit en gezondheid van het milieu op lange termijn? Onze merkbelofte is dus heel helder: als je bij de New Resource Bank geld belegt of vastzet, wordt dat geld uitgeleend om bij te dragen aan een duurzamere samenleving. Dat kunnen de grote banken niet zeggen. Als je geld bij een grote bank staat, weet je dan altijd wat ermee gebeurt? Weet je waar het in wordt belegd?

SD: Zijn er mede door de bankencrisis nieuwe klanten naar jullie bank gekomen die bereid zijn anders te beleggen om ethische redenen?

VS: Ja, vorig jaar hebben we ons gericht op 'move your money', een grote campagne over het overboeken van je geld van een grotere bank naar een gemeenschapsbank of kredietvereniging. Natuurlijk hadden we ook Occupy Wall Street, wat naar mijn mening een manier was om aandacht te vragen voor het feit dat de Amerikaanse droom sputtert. Voor hardwerkende mensen is de Amerikaanse droom onbereikbaar door de manier waarop het systeem werkt; zij hebben de grootste moeite om hun doelen te bereiken. Door de nadruk die daarop werd gelegd, zijn mensen wakkergeschud en zich gaan realiseren dat ze via hun bankrekening kunnen kiezen: wat voor soort economie wil ik? Wat voor soort bank wil ik? Waar wil ik dat mijn geld in wordt belegd? Afgelopen herfst kregen we er in de laatste drie maanden van het jaar zo'n 500 nieuwe consumentenrekeningen bij; dat is minstens driemaal zoveel als wat we normaal in die periode zouden hebben gezien.

SD: Hoe groot is bij corporate bankingactiviteiten de uitdaging om te investeren in een aantal veelbelovende sectoren die al een sterke groei vertonen (zoals groene energie, biologische

landbouw en duurzaam bouwen), maar die op korte termijn ook risicovoller kunnen zijn dan conventionele sectoren?

VS: Uiteindelijk nemen we bij onze activiteiten niet meer risico's dan de meeste andere banken. Maar wat voor sommige banken risicovol lijkt, is dat in mindere mate voor ons – en de reden daarvoor is kennis. Neem bijvoorbeeld zonne-energie: door onze kennis van die sector weten we riskante activiteiten te scheiden van activiteiten die tot onze expertise behoren. Omdat we dus over meer expertise beschikken, hebben we denk ik in veel van die nieuwe sectoren een beter inzicht en kunnen we duidelijke risico's beperken tot een verantwoord niveau.

SD: Hoe verenigen jullie je missie met de activiteiten van jullie zakelijke klanten? Bij sommigen van hen komt duurzaamheid wellicht op de tweede of derde plaats. Leent de New Resource Bank alleen aan klanten met een bepaald ethisch profiel?

VS: Dat is een nou echt een goede vraag. Ik zie het altijd zo: er zijn een aantal wegen die naar duurzaamheid leiden. Sommige van onze klanten gaat het puur om kosten besparen. Als zij voor andere verlichting of andere isolatie kiezen, heeft dat echt te maken met de economische waarde, het economisch rendement, en dat is prima. Voor andere klanten is het een kwestie van waarden. Zij hebben waarden met betrekking tot het beschermen van de aarde en het verbeteren van de samenleving. Dat is erg belangrijk en die waarden zijn fantastisch. Er zijn dus verschillende manieren, zoals het werven en vasthouden van werknemers, de waarden van het bedrijf, regelgevingskwesties en economische argumenten. Alle manieren zijn prima, omdat ze mensen op weg helpen naar duurzaamheid.

We hebben een tool om duurzaamheid te beoordelen en geven die aan onze klanten en prospects. Die tool bestaat uit ongeveer 45 vragen, onderverdeeld in vijf tot zes categorieën die betrekking hebben op je energie- en watergebruik, je afvalbeheer, de werkwijze van je personeel en je invloed op de gemeenschap. Het is niet moeilijk. De vragen hebben progressieve antwoorden die bedrijven laten zien hoe ze het kunnen aanpakken. Bij het beoordelen van die bedrijven letten we er vooral op hoe ze zich inzetten voor duurzaamheid en wat ze daarvoor in huis hebben. We hebben onze scores ingedeeld op vier niveaus: een bedrijf kan 'startend', 'goed presterend', 'toonaangevend' of 'uitmuntend' zijn. In het Engels spreken we respectievelijk van *learner*, *achiever*, *leader* en *champion*. Het is geen test waarvoor je kunt slagen of zakken. Het maakt ons niet uit of je als bedrijf startend of toonaangevend bent. Waar het ons om gaat, is dat je op weg bent naar duurzaamheid. Wat je dus ook op weg helpt, het is allemaal prima. Als je uiteindelijk zegt: “Dat interesseert ons allemaal niet,” dan ben je waarschijnlijk niet onze klant. Maar zeg je me: “Nou Vince, ik ben geen milieuactivist, maar ik ben wel overgestapt op andere verlichting omdat dat economisch haalbaar was,” of “Ik heb een ambitieus recyclingprogramma omdat dat bepaalde economische voordelen biedt,” dan ben je op de goede weg. En dat is wat we willen, iemand die op de goede weg is.

SD: Hoe lastig is het om professionals te vinden die jullie waarden delen, die zakelijk zijn ingesteld en die bovendien in staat zijn kredietrisico's te analyseren in de toch nog altijd onconventionele duurzaamheidssector?

VS: Het moeilijkste is het om mensen te vinden met een diepgaande kennis op het gebied van duurzaamheid. We kunnen wel mensen vinden met bank- en kredietexpertise. Maar het is lastiger om mensen te vinden met meer ondernemersmentaliteit. Veel mensen hebben geen gedegen

achtergrond of expertise op het gebied van duurzaamheid. En dat geeft ook niet. Zolang hun persoonlijke waarden verenigbaar zijn met de weg naar duurzaamheid, vinden wij het prima. Je kunt mensen altijd opleiden. Ik heb zelf ook veel moeten leren. Ik had in het begin ook niet de pretentie het allemaal te weten. We kunnen mensen dus training bieden in duurzaamheid; dat behoort ook tot het mandaat van de bank jegens de gemeenschap.

[SD](#): Vincent Siciliano, dank je voor het interview.

[VS](#): Geen dank, Stephan, het was me een genoegen.