

# Vrouwen verdienen een meer inclusieve financiële sector



80% van de Nederlandse vrouwen voelt zich niet aangesproken door reclames over financiële producten. Dat blijkt uit onderzoek van Dazure. ABN Amro constateerde eerder al dat veel vrouwen zich onbegrepen voelen door hun financieel adviseur. Terwijl vrouwen niet alleen een gelijke behandeling verdienen, de financiële sector laat ook een enorm potentieel liggen. Het associate lectoraat sustainable finance & tax van de HAN University of Applied Sciences doet daar onderzoek naar.



**Auteurs** Julia Severijns, student Finance & Control en Fred de Jong, associate lector sustainable Finance & Taks, HAN University of Applied Sciences.

Het aandeel hoogopgeleide vrouwen neemt toe. Net als het aantal vrouwelijke ondernemers. Hoewel de loonkloof tussen mannen en vrouwen nog steeds bestaat – het CBS heeft bevestigd dat vrouwen gemiddeld 13% minder verdienen – worden vrouwen steeds vaker kostwinner. Dat raakt de hypotheeksector direct. Banken, en de met hen samenwerkende financieel adviseurs, hebben een toenemende collectieve maatschappelijke verantwoordelijkheid. Die verantwoordelijkheid wordt versterkt door (internationale) wetgeving, druk van NGO's en de publieke opinie. Duurzame ontwikkeling en het bijdragen aan brede welvaart zijn belangrijke uitdagingen voor de bancaire sector. Daaronder valt ook het zorgen voor een inclusieve sector.

Vrouwen ervaren verschillende drempels vanuit de financiële sector. Uit een rapport van Oliver Wyman blijkt dat vrouwen de grootste groep zijn die onvoldoende bediend worden in de financiële dienstverlening. Ongeveer 67% van de vrouwen in de grootste economieën voelt zich niet begrepen of niet serieus genomen door hun financiële adviseurs.

Zo ervaren vrouwen (volgens een onderzoek van ABN Amro) een gebrek aan financiële voorkennis, onduidelijkheid in de processen, is er een gebrek aan herkenbaarheid en gebrek aan persoonlijk advies. Internationaal onderzoek van het World Economic Forum, McKinsey & Company en Oliver Wyman laat ook zien dat onbewuste vooroordelen in de financiële dienstverlening een belangrijke drempel vormen om vrouwen optimaal te bedienen. Dit is een gemiste kans, gezien het feit dat vrouwen over het algemeen verantwoordelijke leners zijn, goed kunnen sparen en loyale klanten zijn.

67% van de vrouwen in de grootste economieën voelt zich niet serieus genomen door hun financiële adviseurs

## Maatschappelijke verantwoordelijkheid

Er zijn verschillende motieven voor banken en financieel adviseurs om beter invulling te geven aan hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. Specifiek voor de doelgroep vrouwen worden de volgende motieven onderscheiden:

### Het hoort

Primair is het nemen van maatschappelijke verantwoordelijkheid een zaak van intrinsieke motivatie. Maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen betekent ook zorgen dat vrouwen niet in een achtergestelde positie geraken. Het dienstverlenend zijn aan een duurzame samenleving met brede welvaart voor iedereen hoort niet alleen bij de nutsfunctie van banken. Het is ook een kwestie van goed fatsoen. De bancaire sector erkent dit. Bij het thema inclusiviteit is echter nog beperkt aandacht voor de positie van de vrouw.

### Het loont

Een derde motief is meer bedrijfseconomisch van aard, hoewel dat niet het belangrijkste motief mag zijn voor de bancaire sector. Steeds meer hoogopgeleiden zijn vrouw, er zijn vaker eensgezinshuishoudens en het aantal vrouwelijke ondernemers neemt toe. De bancaire sector heeft er financieel belang bij om deze groeiende groep klanten goed te bedienen, of in ieder geval ervoor te zorgen dat deze groep niet achtergesteld wordt. In een onderzoek van Oliver Wyman wordt geschat dat als banken betere diensten zouden verlenen aan vrouwen wereldwijd, dit hen jaarlijks maar liefst 611 miljard euro aan extra inkomsten zou kunnen opleveren.

### Reputatierisico

Banken hebben dus belang bij het niet achterstellen van vrouwen aan de dienstverlening en producten van banken. Daarnaast lopen banken een reputatie- en aansprakelijkheidsrisico als vrouwen niet gelijk behandeld worden als mannen. En er kan extra regelgeving en toezicht

### Het verschil tussen inclusiviteit en diversiteit

Naast dat inclusiviteit een steeds belangrijker begrip wordt, is het belangrijk om te weten wat inclusiviteit is en wat het verschil is met diversiteit. Volgens Women Inc. zijn diversiteit en inclusiviteit twee begrippen die vaak in één adem worden genoemd, maar ze zijn niet hetzelfde en beide zijn belangrijk.

Diversiteit verwijst naar het bestaan van verschillen tussen mensen, terwijl inclusiviteit draait om het creëren van een

### Het moet

De Nederlandse overheid heeft zich gecommitteerd aan het halen van de duurzame ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties, de SDG's. Daaronder valt ook gendergelijkheid en het verminderen van ongelijkheid.



De bancaire sector heeft te maken met een veelheid aan regelgeving die is gebaseerd op ESG-principes: Ecologisch, Sociaal en Governance. Banken hebben daarbij vooral aandacht voor de ecologische kant van duurzaamheid (klimaatverandering, energietransitie etc.), maar hebben ook een grote verantwoordelijkheid voor de sociale kant van duurzaamheid. Om die doelen te kunnen behalen wordt er steeds meer wetgeving ingesteld. Bijvoorbeeld de CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Maar ook vanuit de toezichthouders DNB en AFM wordt de druk opgevoerd op de bancaire sector om bij te dragen aan brede welvaartsontwikkeling. Invulling geven aan maatschappelijke verantwoordelijkheid wordt steeds minder vrijblijvend.

komen, met bijbehorende kosten, als banken niet voldoen aan hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. De investeringen van banken om te zorgen voor een inclusieve sector verdienen zich snel terug.

Zo'n extra 611 miljard euro jaarlijks; dat zijn de (extra) inkomsten voor banken als ze betere diensten zouden verlenen aan vrouwen wereldwijd

## Ervaringen van vrouwen

Vrouwen ervaren tot op de dag van de dag verschillen in behandeling in de financiële sector, die sector is nog niet geheel inclusief, vrouwen kunnen nog niet volledig deelnemen. Ervaringsverhalen van vrouwelijke klanten uit de hypothecaire dienstverlening, opgehaald door WOMEN Inc., tonen aan dat er nog vele zaken wat misgaat in onder andere de communicatie. Mannen worden vaak beschouwd als het hoofdaanspreekpunt bij een stel, zowel in een adviesgesprek als bij het verstrekken van informatie via de mail, de vrouw wordt niet altijd overal in meegenomen. Mannen worden ook zonder te vragen als eerste op de koopakte benoemd bij het kopen van een woning, zonder dat daar een duidelijke aanleiding voor is.

Anoniem: "Bij de aankoop van onze eerste woning werd mijn vriend standaard als eerste aanspreekpunt behandeld door makelaar, notaris & financieel adviseur. E-mails

## Tips om inclusiever te worden

Om inclusiviteit te bevorderen en ervoor te zorgen dat alle adviseurs en medewerkers inclusief zijn in de financiële sector richting vrouwelijke klanten, zijn er verschillende stappen die genomen kunnen worden. Het is essentieel om in gesprek te gaan met elkaar over inclusiviteit en dit onderwerp bespreekbaar te maken. Door te luisteren naar de behoeften en perspectieven van alle medewerkers en adviseurs, kan een beter inzicht worden verkregen in hoe iedereen in de financiële sector tegen inclusiviteit aankijkt en kunnen eventuele obstakels of uitdagingen worden geïdentificeerd en met elkaar worden aangepakt.

Daarnaast is het belangrijk als financieel dienstverlener om de standaard communicatie te controleren en te zorgen dat

## Meer onderzoek nodig

Er zijn voldoende indicaties dat de financiële sector niet inclusief is ten aanzien van vrouwen. Maar meer onderzoek is nodig om de concrete knelpunten naar boven te halen en de sector echt inclusiever te kunnen maken. Het associate lectoraat sustainable finance & tax merkt dat de

werden naar hem gestuurd, ondanks uitdrukkelijk verzoek beiden te informeren. Koopakte ontvangen met mijn vriend bovenaan, ondanks uitdrukkelijk verzoek om dit niet te doen. Toen ik de notaris verzocht de naam op de koopakte om te draaien, kreeg ik een mail waarin stond dat hij had gedacht "age before beauty" op te nemen."

Anoniem: "Tijdens een gesprek met de hypotheekadviseur, was het alsof ik er voor speek en bonen bij zat. Als ik een vraag stelde, formuleerde hij zijn antwoord richting mijn vriend."

Dit zijn aannames die in anno 2023 niet meer voor moeten komen. Het kan een onbewuste aanname zijn, maar het zorgt wel voor een drempel waardoor vrouwen niet optimaal worden bediend.

deze voldoet aan de huidige maatschappelijke normen, bijvoorbeeld door gebruik te maken van inclusief taalgebruik. Op die manier wordt een inclusieve boodschap uitgedragen naar vrouwelijke klanten.

Ook is het mooi als er trainingen worden aangeboden gericht op inclusiviteit, bewustwording en het integreren van inclusie in het werk van medewerkers en adviseurs door de werkgever of in het algemeen. Deze trainingen zullen gevolgd worden door financiële dienstverleners. Dit zorgt voor bewustzijn en bevordert een inclusieve mindset.

discussies in de financiële sector wel over duurzaamheid gaan, maar nog te weinig over sociale duurzaamheid. Daarom gaan we daar de komende tijd meer aandacht aan schenken met onderzoek en publicaties.

## Bronnen

- Bron 1: Dazure - Vrouwen voelen zich niet aangesproken door reclames (<https://www.dazure.nl/vrouwen-voelen-zich-niet-aangesproken-door-reclames>)
- Bron 2: ABN AMRO (2022) - Het belang van inclusiviteit in financiële dienstverlening (<https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/klaar-voor-de-toekomst/goed-voor-elkaar/het-belang-van-inclusiviteit-in-financiele-dienstverlening.html>)
- Bron 3: CBS (2023) – al 23 jaar op rij meer mannen dan vrouwen in het hoger onderwijs ([https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2023/10/al-23-jaar-op-rij-meer-mannen-dan-vrouwen-in-hoger-onderwijs#:~:text=In%20het%20studiejaar%202021%2F%2722,beroepsonderwijs%20\(hbo\)%20en%20vrouw.](https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2023/10/al-23-jaar-op-rij-meer-mannen-dan-vrouwen-in-hoger-onderwijs#:~:text=In%20het%20studiejaar%202021%2F%2722,beroepsonderwijs%20(hbo)%20en%20vrouw.))
- Bron 4: Erasmus Centre for Entrepreneurship – She Leads dashboard 2023 (<https://ece.nl/she-leads-dashboard-2023/>)
- Bron 5: WOMEN Inc. (2022) - De loonkloof in Nederland (<https://www.womeninc.nl/knowledge/loonkloof-nederland>)