

# ESG-initiatieven in 2025: de essentie.



be**o**bank  
U bent goed omringd

# INHOUD:

<b>Inleiding</b>	<b>3.</b>
<b>Kerncijfers voor 2025</b>	<b>4.</b>
<b>Markante feiten in 2025</b>	<b>5.</b>
<b>Pijler 1 - Zorg dragen voor onze medewerkers</b>	<b>7.</b>
• ESG-opleiding op maat	8.
• Alan Play	9.
• Leadership-programma: reverse mentoring	10.
• Zenergy by Beobank	11.
<b>Pijler 2 - Zorg dragen voor onze klanten</b>	<b>12.</b>
• Marketingcampagne 'Elke vraag telt'	13.
• Het Energy Efficient Mortgage-label	14.
• De European Accessibility Act	15.
<b>Pijler 3 - Zorg dragen voor ons ecosysteem</b>	<b>16.</b>
• Energiezuinigere kantoren	17.
• Projectoproep With You Fund voor medewerkers	18.
• Vrijwilligersdag	19.
• De medewerkers van Beobank hebben een 'superkracht'	20.

# INLEIDING:

Sinds 2023 voert Beobank haar ESG-strategie 'Zorg dragen' uit, met de ambitie om haar engagementen duurzaam te verankeren in de kern van haar activiteiten, nieuwe initiatieven te ontplooiën en de gemaakte vooruitgang concreet te meten.

Die strategie is gebaseerd op drie complementaire pijlers die de leidraad vormen voor wat we dag in dag uit doen en structuur geven aan de initiatieven die we in dit document voorstellen:

- **ZORG DRAGEN VOOR ONZE MEDEWERKERS,**
- **ZORG DRAGEN VOOR ONZE KLANTEN,**
- **ZORG DRAGEN VOOR ONS ECOSYSTEEM.**

In het verlengde van de publicatie van **ons duurzaamheidsrapport 2023** biedt dit jaarlijks verspreide document een samenvattend en toegankelijk overzicht van wat we op dit vlak gerealiseerd hebben en hoe Beobank haar ESG-strategie in de praktijk brengt. Ook de medewerkers die aan die acties deelgenomen hebben, komen er uitgebreid aan bod. Veel leesplezier!

# KERNCIJFERS VOOR 2025

Beobank is een Belgische retailbank die het dagelijkse leven van haar klanten gemakkelijker maakt door gepersonaliseerde oplossingen aan te bieden voor particulieren, zelfstandigen, vrije beroepen en kmo's. We willen met onze klanten een duurzame relatie aangaan, zodat we ze optimaal kunnen ondersteunen in elke fase van hun leven. Beobank is een dochteronderneming van Crédit Mutuel Alliance Fédérale (CMAF), een toonaangevende coöperatieve bankgroep in Frankrijk.



## EEN NETWERK OP MENSENMAAT

**1 540** Beobank-medewerkers

**821 733** klanten



## EEN MULTICHANNEL- NETWERK

- **Beobank Service Center**,
- **Beobank Online** en **Beobank Mobile** met virtuele assistent,
- **www.beobank.be** met online chatfunctie.



## EEN NETWERK DICHT BIJ DE KLANT

**177** retailverkooppunten, waaronder

- 59 kantoren met eigen medewerkers
- 10 PRO Centers
- 118 zelfstandige agenten

**152** bankautomaten



## FINANCIËLE SOLIDITEIT

- Solvabiliteitsratio CET1 **11,4 %.**
- Globale solvabiliteitsratio **17,7 %.**
- Liquiditeitsratio op korte termijn (LCR) **263 %.**
- Liquiditeitsratio op lange termijn (NSFR) **147 %.**
- Reglementair eigen vermogen **1 153 M€.**

# MARKANTE FEITEN

## JANUARI

- Voor de **6<sup>de</sup> keer** erkend als **Top Employer**.
- Lancering van de **mobilitéitscampagne** op het Autosalon, met de nadruk op duurzame mobiliteitsoplossingen.
- Eerste **bloedinzameling** op de hoofdzetel in Brussel ten voordele van het Rode Kruis.

## FEBRUARI

- Lancering van de wooncampagne en deelname van **Elisabeth Minjauw** (lid van het Directiecomité) aan een **panel** rond het thema **'Van duurzaam bouwen tot betaalbaar wonen'** om uit te leggen hoe de financiële sector de energietransitie van woningen ondersteunt.
- **Keynote over 'Generatie Z'** en hoe ze aankijkt tegen werk.
- **Financiële ondersteuning**, via Crédit Mutuel Impact en het maatschappelijk dividend, van de start-up Fytekko, een Belgisch bedrijf dat innovatieve bio-oplossingen ontwikkelt en op de markt brengt.
- Lancering van een **programma om rugpijn te verlichten** door onze gezondheidspartner Alan.
- Lancering van het **duurzame investeringskrediet voor professionele klanten**.

## MAART

- Oprichting van een **Middle Office Clients** om klanten een naadloze en kwaliteitsvolle ervaring te bieden en er tegelijk op toe te zien dat de regelgeving nageleefd wordt.
- Lancering van een **nieuw partnership met Brussels Airlines en Mastercard**. Dankzij die samenwerking is ons gamma uitgebreid met 3 nieuwe kredietkaarten voor uiteenlopende reizigersprofielen.
- Lancering van een **nieuwe versie van de employer branding-campagne 'Breng gewoon jezelf mee'** met getuigenissen van medewerkers.
- Organisatie van de **Digital Cleanup Week** om mailboxen op te ruimen en onnodige mappen te verwijderen.
- Lancering van het **pilootprogramma voor reverse mentoring**, waarbij een junior medewerker gekoppeld wordt aan een ervaren medewerker om de kennisoverdracht te verbeteren.

## APRIL

- Lancering van de **verzekering voor tweewielers**: elektrische stadsfietsen en racefietsen, mountainbikes, speedpedelecs, hoverboards, elektrische rolstoelen, enz.
- Publicatie van het **verslag over de ESG-initiatieven in 2024** en van het **diversiteits- en inclusiebeleid (D&I)**.

## MEI

- Lancering van de **ESG-opleiding** voor alle medewerkers.
- Deelname aan de **20 kilometer door Brussel** ten voordele van de vzw Escalpade en aan de **1000 km fietsen** voor Kom op tegen Kanker.
- Lancering van de **marketingcampagne 'Elke vraag telt'** die illustreert hoe Beobank openstaat voor alle klantprofielen en haar klanten ondersteunt in elke levensfase.
- Lancering van de **eerste Soft Skills-opleidingscampagne** rond het thema 'feedback en communicatie'.

## JUNI

- Tweede **bloedinzameling** op de hoofdzetel in Brussel ten voordele van het Rode Kruis.
- Deelname aan een **Hockey Corporate**-toernooi met andere Belgische banken.
- Implementatie van de European Accessibility Act met de **publicatie van de 'toegankelijkheidsverklaring'** op de website en de **aanpassing van de website, de Beobank Mobile-app en de bankautomaten voor mensen met een visuele beperking**.
- **Ondersteuning door het With You Fund van 2 nieuwe vzw's** die zich inzetten voor digitale inclusie: Hack Your Future en Link in de Kabel.

# MARKANTE FEITEN (VERVOLG)

- Organisatie van een **vrijwilligersdag** bij de Aquascope van Virelles, een vzw die ondersteund wordt door de With You Fund-stichting.
- Lancering van de **tweede Soft Skills-opleidingscampagne** met als thema 'efficiënt omgaan met e-mails'.



## SEPTEMBER

- Ontvangst van het **Energy Efficient Mortgage-label** voor hypothecaire kredieten.
- Lancering van de tweede **projectoproep van de With You Fund-stichting voor medewerkers**.
- Organisatie van een **Cleanup** in de straten van Brussel.
- Deelname aan de **Europese Week van de Mobiliteit** met de publicatie van een video waarin de beste praktijken van medewerkers op het gebied van duurzame mobiliteit belicht worden.

## OKTOBER

- **Nieuwe employer branding-campagne 'Breng gewoon jezelf mee'** die authenticiteit en talenten waardeert.
- **Beobank Mobile in de top 5 van Belgische mobiele apps** volgens Sia Partners.
- **Griepvaccinatiecampagne**.
- Lancering van de **derde Soft Skills-opleidingscampagne** rond de thema's persoonlijke ontwikkeling en veerkracht.
- Invoering van het regelgevingskader **'Verificatie van de naam van de begunstigde'** om de veiligheid van financiële transacties te waarborgen.

## NOVEMBER

- Derde **bloedinzameling** op de hoofdzetel in Brussel ten voordele van het Rode Kruis.
- Verkoop van chocolade ten voordele van het onderzoek naar **multiple sclerose**.
- **Lancering van de Billtobox-tool** om professionele klanten te helpen met elektronische facturatie.
- **Ondersteuning door de With You Fund-stichting van twee nieuwe vzw's** die zich inzetten voor de opleiding van kwetsbare jongeren: APEDA en Synergie14.

## DECEMBER

- Twee keer een derde plaats behaald bij de **Bank Awards van Spaargids.be / Guide-épargne.be**: derde plaats in de algemene tevredenheidsranking en derde beste kantorennetwerk in België.
- **Inzameling van 200 geschenkbboxen** ten voordele van kansarme kinderen, in samenwerking met de vzw Vincent de Paul.
- **7 vzw's ondersteund** na de projectoproep van de With You Fund-stichting voor medewerkers.
- **Solidariteitsactie** ten voordele van vzw's die steun krijgen van de With You Fund-stichting.



# Zorg dragen voor onze medewerkers

## ENGAGEMENTEN

Onze **energie** ten dienste stellen van het **welzijn** van onze medewerkers door rekening te houden met maatschappelijke ontwikkelingen (4 generaties onder één dak, behoefte aan zingeving op het werk, war for talent, enz.).

## PRIORITEITEN

- 1 – **Talenten aantrekken, laten groeien en behouden.**
- 2 – Managers **ondersteunen** in hun leiderschapsrol om de juiste werkomgeving te creëren.
- 3 – **Een dynamische, aantrekkelijke en inclusieve werkgever zijn.**

## AMBITIE

*Ervoor zorgen dat iedereen kan werken in een menselijke, stimulerende, positieve en efficiënte omgeving, met een harmonieus evenwicht tussen professioneel en privéleven. Zo kunnen we samen verder blijven groeien en een merk zijn waar onze medewerkers trots op zijn.*

**Tegen 2027 zullen 100% van de medewerkers trots zijn om voor Beobank te werken.**



## Actie 1 - ESG-opleiding op maat.



In het kader van onze ESG-strategie 'Zorg dragen' en met het oog op onze doelstelling om tegen 2027 al onze medewerkers bewust te maken van wat ESG inhoudt, hebben we een specifieke ESG-opleiding voor Beobank ontwikkeld. Die opleiding op maat maakt het mogelijk om de kennis te standaardiseren, een beter begrip te krijgen van het concept ESG, onze ESG-strategie 'Zorg dragen' uit te leggen aan alle belanghebbenden en klanten te helpen bij hun keuze voor duurzame producten. De opleiding bestaat uit 4 modules en is gespreid over verschillende maanden, zodat iedereen de kans en tijd krijgt om ze te volgen. De verschillende thema's worden op een leuke en leerzame manier behandeld met video's, quizzen en aangepast materiaal.

## Maar ook...

Om de medewerkers te ondersteunen in hun verdere ontwikkeling binnen de bank, bieden de opleidingsteams een brede waaier van product- en soft skills-opleidingen aan. Voortdurend zoeken ze naar manieren om het aanbod uit te breiden en in te spelen op de verwachtingen van de medewerkers. In 2025 werd een seizoenscampagne gelanceerd. Elk nieuw seizoen worden er e-learningssessies aangeboden over onderwerpen zoals veerkracht op het werk, hoe omgaan met e-mails, authenticiteit en de kunst om medewerkers te waarderen.

### GETUIGENIS



*"We hebben deze opleiding op maat ontwikkeld in samenwerking met een lokale start-up en klant van Beobank. De ESG-thema's zijn met veel zorg uitgewerkt om content te creëren die voor zoveel mogelijk mensen toegankelijk is. Ik ben trots op dit project, want als je iets niet begrijpt, kan je ook niets doen."*

**Christine Rauwel,**  
ESG Project Manager.



## Actie 2 - Alan Play.



In mei 2025 heeft onze partner Alan een nieuw onderdeel gelanceerd van de Alan app: "Alan Play". Het principe is eenvoudig: hoe meer stappen je zet, hoe meer punten je kan verzamelen die omgezet worden in geld en gedoneerd worden aan partnerverenigingen. In oktober organiseerde Alan een uitdaging ten behoeve van de Liga tegen Kanker. Beobank bundelde daarnaast ook de krachten om het extra doel te bereiken van drie keer rond de wereld te stappen ter ondersteuning van de Belgische vzw Pink Ribbon. Missie volbracht!

## Maar ook...

Als werkgever doen we er alles aan om onze organisatie en het welzijn van onze medewerkers voortdurend te optimaliseren. In september 2025 werd in samenwerking met CESI (externe dienst voor preventie en bescherming op het werk en voor de preventie van psychosociale risico's op het werk) een enquête uitgevoerd om een beter zicht te krijgen op de werkomstandigheden, eventuele problemen van medewerkers in kaart te brengen en oplossingen te vinden. 47% van de medewerkers nam eraan deel en de antwoorden hebben een goed beeld opgeleverd van het algemene welzijn binnen Beobank en de mate waarin medewerkers zich betrokken voelen bij het bedrijf.

## GETUIGENIS



*"Deze fysieke en mentale uitdaging stelde ons in staat om gezamenlijk voor onze gezondheid te zorgen en tegelijkertijd een goed doel te steunen. Medewerkers van Beobank wandelden, renden en mediteerden om zoveel mogelijk punten te verzamelen en te doneren aan het Belgische goede doel Pink Ribbon. Het was een groot succes, waardoor we € 7.500 konden doneren."*

**Hanne Bouvin,**  
Compensation & Benefits Officer.



## Actie 3 - Reverse mentoring-programma.



De medewerkers van Beobank behoren tot verschillende generaties. Om de band tussen die generaties te versterken, willen we nieuwe leermethodes introduceren. Een van de manieren om dat te doen, is het reverse mentoringprogramma, waarbij een junior medewerker aan een ervaren collega gekoppeld wordt om de overdracht van kennis te verbeteren. Die duo's kunnen zo hun vaardigheden delen en elkaar inspireren. Meer ervaren medewerkers kunnen jongere collega's bijvoorbeeld leren hoe ze hun netwerk kunnen uitbouwen of uitleggen hoe de bank precies functioneert. Omgekeerd kunnen jongeren hun visie delen over wat de huidige generatie van een manager verwacht, hoe je sociale netwerken en artificiële intelligentie kan gebruiken, of hoe je jong talent het best aantrekt én behoudt. Een echte win-wininteractie waar beide partijen heel

wat van kunnen opsteken. Dit reverse mentoring-programma is een van de onderdelen van het Leadership-programma dat in 2024 gelanceerd is om managers te ondersteunen in hun rol als leidinggevende en voor elke medewerker een motiverende en prestatiegerichte werkomgeving te creëren.

## Maar ook...

Medewerkers goed omringen, hun vaardigheden en competenties gedurende hun hele loopbaan op peil helpen houden en hun persoonlijke ontwikkeling ondersteunen: dat zijn de prioriteiten van ons Talent Acquisition & Development-team. Regelmatig worden er opleidings- en informatiesessies voorzien voor teamleaders, zodat ze onze medewerkers beter kunnen ondersteunen en kunnen garanderen dat iedereen kan werken in een gezonde en productieve omgeving. Zo werd onder andere een opleidingsprogramma rond ziekteverzuim uitgewerkt om onze medewerkers 'goed te omringen' en goed te leren omgaan met zowel korte als langdurige afwezigheden.

### GETUIGENIS



*"Dit initiatief heeft me echt een boost gegeven. Het is bijzonder verrijkend om in een open en ongedwongen sfeer ideeën te kunnen uitwisselen met iemand die tonnen ervaring heeft.*

*Vanaf de allereerste contacten was ik gemotiveerd en nieuwsgierig om bij te leren, maar ik wilde ook graag mijn eigen ideeën delen. Dit programma helpt me om van alles een goed begrip te krijgen, mezelf uit te dagen en mijn leiderschapsvaardigheden geleidelijk uit te breiden. Ik heb nu al het gevoel dat dit me zowel professioneel als persoonlijk enorm veel zal opleveren."*

**Tanzila Barkhamatova,**  
Sales Talent Trainee.



## Actie 4 - Zenergy by Beobank.



In het kader van ons engagement rond welzijn en persoonlijke ontwikkeling hebben de HR-teams een specifiek programma opgezet voor medewerkers die ouder zijn dan 55 jaar.

Het doel: zowel op het werk als thuis de nodige energie en balans terugvinden. In samenwerking met Golazo Energy werd aan deze groep medewerkers vrijblijvend het gezondheidsprogramma 'Zenergy by Beobank' aangeboden. Via een holistische benadering konden deelnemers nagaan hoe het gesteld is met hun fysieke, mentale en emotionele gezondheid en kregen ze praktische en concrete tips om hun mentale veerkracht te versterken en een gezondere levensstijl aan te nemen.

## Maar ook...

Er wordt bijzondere aandacht besteed aan thema's zoals inzetbaarheid, flexibele verloning en het creëren van een motiverende werkomgeving. De medewerkers van Beobank kunnen gebruikmaken van verschillende initiatieven, zoals de mogelijkheid om in te tekenen op warrants, een nieuw voordeel om de verloning te optimaliseren. Vorig jaar hebben we ook voor het eerst een CAO 90-bonus uitgekeerd als beloning voor de collectieve inspanningen om onze gemeenschappelijke doelen te bereiken.

### GETUIGENIS



*"Ik nam deel aan het Zenergy-programma, een initiatief van Beobank om haar medewerkers meer energie, welzijn en balans in hun dagelijks leven te helpen vinden. Acht weken lang gaf het programma ons de kans om even stil te staan bij en op een andere manier te kijken naar onze fysieke en mentale gezondheid. Vroeg of laat ontwikkelen we allemaal wel gewoontes die deel gaan uitmaken van ons dagelijkse leven. Vaak beseffen we niet wat de impact daarvan is op ons welzijn. Met dit programma word je je bewust van die mechanismen en ontdek je concrete manieren om beter voor jezelf te zorgen. De verschillende workshops zijn zowel inspirerend als bijzonder leerzaam: een workshop over veerkracht onder begeleiding van een voormalige topsportster, een sessie over 'Healthy Living' rond de vier pijlers van een gezond leven (beweging, slaap, voeding en mentale gezondheid), een biologische leeftijdstest met lichaams oefeningen en een moment van individuele coaching. Enerzijds heb ik heel wat geleerd en anderzijds was ik ook heel blij met deze kans om beter voor mezelf te leren zorgen en ideeën en ervaringen uit te wisselen met collega's. Zo konden we elkaar eens op een andere manier leren kennen en de onderlinge banden aanhalen. Hartelijk dank aan Beobank voor dit inspirerende initiatief, dat aantoont hoeveel belang gehecht wordt aan het welzijn van de medewerkers. Ik zou deze ervaring aan iedereen aanbevelen."*

**Caroline Vandeveld**, Local Communication Specialist in het team Marketing – Brand & Activation.



# Zorg dragen voor onze klanten

## ENGAGEMENTEN

Onze klanten **begeleiden** tijdens al hun **levensfases** en een **kwaliteitsvolle** en **nabije dienstverlening** waarborgen, ongeacht het communicatiekanaal. Onze rol bestaat er ook in onze klanten te **ondersteunen** bij hun transitie naar **meer verantwoorde consumptiepatronen**.

## PRIORITEITEN

- 1 – **Al onze diensten toegankelijk maken** voor iedereen ongeacht het gebruikte kanaal.
- 2 – Op transparante wijze **communiceren** over onze producten en in het bijzonder over de producten die duurzaam zijn.
- 3 – De Belgische markt **ondersteunen in de energietransitie**
- 4 – Een **kwaliteitsvolle dienstverlening** waarborgen en onze **klanten beschermen**.

## AMBITIE

*Een bank zijn die voor iedereen openstaat en haar klanten duurzaam ondersteunt bij al hun projecten.*

**Tegen 2027 zullen 100% van de adviseurs volledig vertrouwd zijn met duurzaamheid, zodat ze onze klanten efficiënt kunnen begeleiden.**



## Actie 1 - 'Elke vraag telt' voor Beobank.



Recent marktonderzoek toont aan dat bijna één op de vijf Belgen, over alle generaties heen, geen gevoelige financiële vragen durft te stellen aan zijn of haar financieel adviseur. Bij Beobank willen we die schroom wegnemen. We hebben twee marktonderzoeken uitgevoerd om een beter begrip te krijgen van de verwachtingen van de Belgen. Zo lanceerden we in 2025 de marketingcampagne 'Elke vraag telt'. Die campagne benadrukt onze bereikbaarheid en onze wens om aan elke klant de nodige tijd te besteden, ongeacht hoe belangrijk die is. 'Elke vraag telt' is veel meer dan alleen een slogan. Het is een echte engagementsverklaring die laat zien dat we onze bestaande en toekomstige klanten zo goed mogelijk willen ondersteunen. Met deze campagne herbevestigen we onze belofte: 'Bij Beobank worden onze klanten goed omringd!'.

## Maar ook...

Beobank past een strategie toe van nabijheid en toegankelijkheid, en integreert diverse contactkanalen voor haar bestaande en toekomstige klanten. Door de combinatie van die strategie en de voortdurende verbetering van de digitale diensten kan Beobank zich positioneren als een betrouwbare speler in de banksector. Beobank behaalde twee keer de 3<sup>de</sup> plaats bij de Bank Awards van Spaargids.be / Guide-épargne.be: in de categorie algemene tevredenheid en in de categorie 'beste kantorennetwerk'.

### GETUIGENIS



*"Aandacht en engagement staan centraal in mijn werk. De redenen waarom ik bij Beobank aan de slag ben gegaan en daar nog steeds werk, zijn het menselijke aspect en de aandacht voor de klant. Die aspecten zijn voor mij van essentieel belang. We nemen de tijd om naar de klant te luisteren en ik heb echt het gevoel dat ik mensen help en hun mentale en financiële zorgen help verlichten. Bij Beobank is het nog mogelijk om een kantoor binnen te lopen en een vraag te stellen. Onze klanten waarderen die grote toegankelijkheid. Digitale toepassingen zijn er om de klant te helpen, maar het menselijke aspect blijft de kern van alles."*

**Caroline Jorssen**, adviseur particuliere klanten in het kantoor van Mortsel.

Lees [hier](#) haar volledige getuigenis.



## Actie 2 - Energy Efficient Mortgage-label.



In België zijn heel wat gebouwen nog steeds allesbehalve energiezuinig. De uitdaging voor Beobank is om haar klanten ondersteuning op maat te bieden, zodat die situatie verbetert. Beobank voldoet aan de specifieke kwaliteitsvereisten van de Nationale Bank van België en is daardoor een van de weinige Belgische banken die voor haar hypothecaire kredieten het 'Energy Efficient Mortgage'-label (EEML) ontvangen heeft. Dat Europese label identificeert hypothecaire kredieten die bedoeld zijn om energiezuinige woningen en gebouwen te financieren: nieuwbouw, aankoop van een energiezuinige woning (EPB-score A) of renovatie waarbij de energie-efficiëntie van de woning met minstens 30% verbeterd wordt. Met dat label helpt Beobank actief bij de energietransitie van haar klanten en de Europese doelstellingen voor duurzaam wonen.

## Maar ook...

Om klanten te stimuleren en te ondersteunen bij hun duurzame mobiliteit, biedt Beobank nu verzekeringen aan voor tweewielers in de breedste zin van het woord: al dan niet elektrische stadfietsen, (elektrische) mountainbikes en racefietsen, speedpedelecs, hoverboards, elektrische rolstoelen en zelfs eenwielers.

Bij problemen kan de klant 24/7 rekenen op bijstand in België en tot 50 km buiten de grenzen.

### GETUIGENIS



*"Bij Beobank zien we dat de aankoop van een woning steeds vaker gepaard gaat met een renovatiebudget. Het aantal kredieten voor de financiering van energetische en ecologische renovaties is de afgelopen maanden gestaag toegenomen. We bespreken dit onderwerp systematisch met klanten in het kader van hun bouw- of verbouwplannen. Om onze klanten bij die plannen te helpen, maken we bij Beobank gebruik van een gratis simulatietool van onze partner Rock.estate om een gedetailleerd renovatierapport op te stellen. Dat rapport geeft aan welke renovatiewerkzaamheden het meest aangewezen zijn om de EPB-score van een woning te verbeteren en biedt een schatting van de kosten van die werkzaamheden en de mogelijke energiebesparingen die de klant daarmee kan realiseren. Op die manier kunnen we tijdens een gesprek met de klant de renovatieprioriteiten vaststellen en de haalbaarheid van het project analyseren. Een ander voordeel bij Beobank voor klanten die in een energiezuinige woning investeren, is dat ze kunnen profiteren van een extra renteverlaging op hun hypothecair krediet, wat een aanzienlijk voordeel oplevert. Bovendien heeft Beobank voor haar aanbod hypothecaire kredieten het 'Energy Efficient Mortgage'-label behaald, dat onze klanten extra vertrouwen geeft."*

**Nadia Van Maldeghem**, Directeur van het kantoor Rogier.



## Actie 3 - De European Accessibility Act.



Een van de prioriteiten van Beobank in haar ESG-strategie 'Zorg dragen' is dat we al onze diensten voor iedereen toegankelijk maken, ongeacht het gebruikte kanaal. De inwerkingtreding van de European Accessibility Act (Europese toegankelijkheidswet) in juni 2025 heeft ervoor gezorgd dat Beobank verder kan gaan met haar actieplan om al haar diensten toegankelijk te maken en aan deze regelgeving te voldoen. De bedoeling is dat mensen met een beperking zonder belemmeringen de website, de mobiele app en de geldautomaten kunnen gebruiken en documenten kunnen raadplegen. Daartoe werd een multidisciplinaire taskforce opgericht met leden uit de verschillende departementen van de bank om de nodige ontwikkelingen en te gebruiken

hulpmiddelen in kaart te brengen. Voor klanten die daarover meer willen weten, is er een toegankelijkheidsverklaring beschikbaar op de website [www.beobank.be](http://www.beobank.be).

### GETUIGENIS



*"Toegankelijkheid maakt nu integraal deel uit van de verdere ontwikkeling van onze digitale diensten. Los van de vereisten van de European Accessibility Act (EAA) ijvert Beobank ervoor dat elke klant zelfstandig, eenvoudig en veilig toegang heeft tot haar diensten. Het is een werk van lange adem dat constante aandacht vereist. We vergroten het bewustzijn binnen onze teams rond goede toegankelijkheidspraktijken en verbeteren voortdurend onze digitale content en trajecten. We houden ook rekening met de feedback van klanten om, indien nodig, binnen een redelijke termijn een passende oplossing aan te reiken. Een betere toegankelijkheid komt iedereen ten goede, niet alleen mensen met een beperking. Het maakt onze interfaces overzichtelijker, onze content begrijpelijker en de ervaring eenvoudiger voor al onze klanten. Het is ook een manier om onze bank inclusiever te maken."*

**Thomas Van Eijnde**, UX/UI-designer.

## Maar ook...

De ervaring en tevredenheid van de klant staan centraal bij alles wat Beobank doet. Zo zijn de publieke website en de transactionele website van Beobank vernieuwd met het oog op een vlottere, toegankelijker en nog veiligere navigatie. De Beobank Mobile-app blijft zich handhaven op 5<sup>de</sup> plaats in de ranking van SIA Partners, wat getuigt van een voortdurende inzet voor klanttevredenheid.

Wat de cognitieve tools betreft, heeft de continue verbetering van de virtuele klantenassistent, met de implementatie op de publieke website en de toevoeging van nieuwe intenties, de doeltreffendheid en reactiesnelheid van de klantenservice verhoogd. Dat resulteert in een vlottere en meer gepersonaliseerde gebruikerservaring.



# Zorg dragen voor ons ecosysteem

## ENGAGEMENTEN

**Onze positieve impact vergroten**, vooral op gebieden waar we echt het verschil kunnen maken, en **bewustwording creëren bij alle medewerkers**.

## PRIORITEITEN

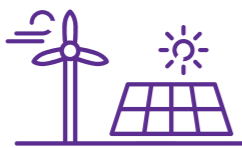
- 1 – **Onze ecologische voetafdruk beperken.**
- 2 – De **maatschappelijke rol van Beobank** in onze gemeenschappen **vergroten** door inclusie en sociale verbondenheid te bevorderen.
- 3 – **Meewerken aan regelgevende oefeningen** met het oog op transparantie.

## AMBITIE

*Onze negatieve impact beperken, verantwoord gedrag aanmoedigen bij al onze medewerkers en een nog zichtbaardere rol spelen in de samenleving door initiatieven te ondersteunen die inclusie en verbondenheid bevorderen.*

***Tegen 2027 zullen 100% van de afgelegde kilometers met het wagenpark worden gecompenseerd door projecten gerelateerd aan het behoud en herstel van biodiversiteit.***

Quatuor Building - SA M. & J.M. Jaspers  
en J. Eyers & Partners, architecten.



## Actie 1 - Energiezuinigere Beobank-kantoren.



Beobank heeft een plan voor 2024-2027 gelanceerd om de energieprestaties van haar verkooppunten te verbeteren. Het doel: energieverspilling voorkomen en geld besparen. Door middel van een energieaudit bepalen de teams welke werkzaamheden nodig zijn om de energieprestatie van het gebouw te verbeteren en geven ze een score op basis van de strengere Vlaamse regelgeving. Zo zijn er in de kantoren bijvoorbeeld digitale meters geïnstalleerd om overmatig energieverbruik beter te kunnen opsporen. Als de installatie van zonnepanelen gecompliceerd of niet rendabel is, geven de teams de voorkeur aan de installatie van een warmtepomp. Eind 2025 was meer dan 80% van de projecten binnen het plan al voltooid.

## Maar ook...

Om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te beperken, verantwoord gedrag bij alle medewerkers te stimuleren en een aangename werkomgeving te bevorderen, biedt Beobank haar medewerkers sinds 2024 een carpoolplatform aan.

### GETUIGENIS



*"Al meer dan een jaar monitoren we het energieverbruik in alle kantoren waarvan we eigenaar zijn. In samenwerking met een externe partner brengen we het energieverbruik in kaart en nemen we concrete maatregelen om het probleem van overmatig energieverbruik aan te pakken. We hebben ook een project voor zonnepanelen opgestart. De oefening is niet eenvoudig, omdat we met verschillende zaken rekening moeten houden: zijn we de enige eigenaar? Als we het gebouw huren, beschikken we dan over toestemming van de verhuurder? Voldoet de dakconstructie aan de vereisten? Wat is de oriëntatie van het dak? Waar dat mogelijk was, hebben we zonnepanelen geïnstalleerd."*

**Ivan Jans,**

Immo- & Beveiligingsprojecten.



## Actie 2 - Medewerkers mobiliseren rond mecenaatacties.



Sinds de lancering eind 2023 heeft de With You Fund-stichting al verschillende projecten ondersteund rond de thema's onderwijs voor kwetsbare jongeren, sensibilisering en bescherming van de biodiversiteit, en digitale inclusie. Beobank betreft haar medewerkers bij dit filantropische initiatief en lanceerde onlangs een tweede projectoproep waarbij medewerkers projecten kunnen indienen van verenigingen die hen na aan het hart liggen. In totaal werden 14 projecten geselecteerd en kregen 14 vzw's een financieel duwtje in de rug.

## Maar ook...

De medewerkers van Beobank nemen in teamverband regelmatig deel aan sportieve uitdagingen, zeker als die een goed doel steunen. Zoals elk jaar liepen ze de 20 km door Brussel om geld in te zamelen voor de **vzw Escalpade** ter ondersteuning van kinderen met een beperking, en fietsten ze 1000 km voor Kom op tegen Kanker.

### GETUIGENIS



*"Toen ik naar het nieuws op RTBF keek, zag ik een reportage over de Kuregemwijk in Anderlecht en de vzw FEFA. Ik was meteen onder de indruk van de energie van de vrijwilligers en de overtuiging waarmee ze proberen om via voetbal jongeren te integreren in de samenleving en hun gezin te ondersteunen. Kort daarna lanceerde Beobank de projectoproep van de With You Fund-stichting. Het moment kon niet beter zijn. Ik nam meteen contact op met de vzw FEFA, die met een dringende behoefte kampte: de renovatie van hun lokalen om medewerkers, vrijwilligers, kinderen en gezinnen beter te kunnen verwelkomen. Het project werd geselecteerd en de vzw kreeg een bijdrage van 9.000 euro. Ik ben bijzonder trots dat Beobank zich inzet voor lokale initiatieven en meehelpt aan de ontwikkeling van organisaties die een echte impact hebben op het terrein."*

**Anne-Sophie Tandell**, Commercieel Directeur Invest.



## Actie 3 - Vrijwilligersdag bij Beobank.



De Voluntary Day is veel meer dan zomaar een dagje vrijwilligerswerk. Dit initiatief belichaamt perfect de ESG-strategie 'Zorg dragen' van Beobank. We geven onze medewerkers tijdens de Voluntary Day de mogelijkheid om eens een dag iets anders te doen. Zo kunnen ze zich tijdens de werkuren inzetten voor een goed doel in België dat ze een warm hart toedragen. Een ideale gelegenheid om mee te werken aan een lokaal project en een unieke ervaring te beleven, alleen of samen met collega's van andere departementen. In 2025 werden er meerdere dagen georganiseerd om zoveel mogelijk medewerkers de kans te geven om deel te nemen en de impact op het terrein te maximaliseren.

## Maar ook...

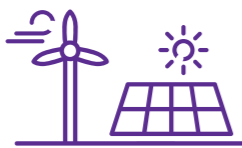
De medewerkers van Beobank zitten niet graag stil en zetten zich met veel enthousiasme in voor solidariteitsacties, zoals de Cleanup Day in het centrum van Brussel, de bloedinzameling of de inzameling van solidariteitsboxen voor kansarme kinderen in samenwerking met de vzw Vincent de Paul, waardoor 200 kinderen een fijnere kerst konden beleven.

### GETUIGENIS



*"De hulp van vrijwilligers is voor ons heel belangrijk. Zo kunnen we meer afval opruimen en grote stappen vooruit zetten naar ons doel. Tijdens een vrijwilligersdag ontmoeten we altijd een heleboel toffe mensen en het is ook een gelegenheid om onze acties verder te verbeteren. Vrijwilligers hoeven niet naar de andere kant van de wereld te reizen om iets concreets te doen voor onze planeet."*

**Anne-Laure Furnelle,**  
vzw Aer Aqua Terra.



## Actie 4 - De medewerkers van Beobank hebben een superkracht.



Beobank is een solidariteitsactie gestart om nog meer hulp te bieden aan de verenigingen die door het With You Fund gesteund worden. De actie kreeg de naam 'Je hebt een superkracht'. Alle medewerkers kregen 15 euro ter beschikking in de vorm van een cadeaubon waarmee ze via het platform voor solidariteitsgiften Better een project konden steunen dat hen na aan het hart ligt. Deze actie versterkte het gevoel van trots om bij Beobank te werken, een organisatie die mensgerichte en concrete acties ondersteunt.

## Maar ook...

Beobank is al jarenlang sponsor van KRC Genk. Het was dus niet meer dan vanzelfsprekend dat Beobank ook De Warmste Week ondersteunde. We deden dat tijdens de wedstrijd tussen KRC Genk en Westerlo. Voor elke supporter op de tribunes doneerde Beobank 10 euro aan De Warmste Week ten voordele van jongeren met mentale problemen.

## GETUIGENIS



*"Ik vind het initiatief echt geweldig en ook heel innovatief. Dankzij deze campagne kunnen we onze eigen bescheiden bijdrage leveren aan een vzw die het With You Fund steunt en ontdekken hoe Beobank het verschil maakt."*

**Quentin Delattre,**

adviseur particuliere klanten in het kantoor van Binche.

# OPVOLGINGSINDICATOREN

## COMPLEET OVERZICHT

Pijler	Prioriteiten	Naam van de parameter	Cijfers 2024	Cijfers 2025
Zorg dragen voor onze medewerkers	Talenten aantrekken, laten groeien en behouden	Bedrag dat besteed wordt aan opleiding	€ 4 597 374	€ 4 993 430
		Aantal medewerkers dat minstens één opleiding volgde	923	976
		Aantal trainingdagen	61 197	68 321
		Aantal dagen afwezigheid wegens ziekte	18 968	17 512
	Managers ondersteunen in hun leiderschapsrol	Aanwezigheidspercentage bij opleidingen voor leidinggevenden	75 %	81 %
	Een aantrekkelijke, inclusieve en dynamische werkgever zijn	Aantal nationaliteiten die bij Beobank werken	17	15
		Aantal vrouwelijke medewerkers	523	525
		Aantal mannelijke medewerkers	512	526
		Aantal vrouwelijke managers	321	325
		Aantal mannelijke managers	372	373
		Aantal interne mobiliteitsbewegingen (alle categorieën)	174	120
	Aantal verlaters/nieuwe medewerkers (vaste en tijdelijke contracten)	100 vertrekken / 125 instromingen (CBD en COD)	76 vertrekken / 92 instromingen (CBD en COD)	

# OPVOLGINGSINDICATOREN

## COMPLEET OVERZICHT

Pijler	Prioriteiten	Naam van de parameter	Cijfers 2024	Cijfers 2025	
Zorg dragen voor onze klanten	Kwaliteitsvolle dienstverlening waarborgen	Gemiddelde reactietijd na een klacht van een klant (dagen)	9,84	11,22	
		% van de klachten afgehandeld binnen 15 dagen	84%	80%	
		Evolutie van de NPS van klanten	39%	44,20%	
		Score jaarlijkse enquête: 'In hoeverre bent u tevreden over de dienstverlening van Beobank?'	8,1/10	8,4/10	
	De Belgische markt ondersteunen in de energietransitie	% klanten dat hun duurzaamheidsvoorkeur aangegeven heeft	57%	93%	
		Aantal klanten die de PFM-functie gebruiken voor budgetteringen	220 000	260 044	
		Aantal klanten die de website van Beobank gebruiken	415 000	470 209	
		Aantal energierenovatieleningen	4 001	4 170	
		Aantal verleende eco-autoleningen	2 522	2 902	
	Onze klanten beschermen	Aantal meldingen van inbreuken in verband met persoonsgegevens aan de Gegevensbeschermingsautoriteit	1	7	
		Totaalbedrag dat verband houdt met fraude	€ 430 187,93	€ 507 427,80	
	Zorg dragen voor ons ecosysteem	Onze ecologische voetafdruk beperken	Elektriciteitsverbruik (kW)	2 928 483	2 671 097
			Gasverbruik (kW)	1 679 216	1 415 651
			WATERverbruik (m <sup>3</sup> )	5 666	5 860
Aantal afgelegde kilometers met dieselveertuigen			2 244 866	1 015 931	
Aantal afgelegde kilometers met benzinevoertuigen			1 258 561	441 000	
Aantal afgelegde kilometers met hybride voertuigen			1 666 635	1 758 250	
Aantal afgelegde kilometers met elektrische voertuigen			nieuwe parameter	2 782 500	
Totaal papierverbruik (ton)			101	73,49	
Onze maatschappelijke rol versterken		Aantal gesponsorde evenementen	57	70	
		Totaalbedrag besteed aan mecenaat	€ 133 238	€ 137 500	

Zo goed mogelijk zorg dragen voor iedereen betekent een positieve en concrete rol spelen in onze samenleving.

**Als bank op mensenmaat** die dicht bij haar klanten staat, is het onze voornaamste taak om **onze klanten goed te omringen**, te ondersteunen en aan hun zijde te staan, zodat ze hun projecten kunnen realiseren.

---

**Als werkgever** vervullen we een belangrijke rol ten aanzien van onze medewerkers. Om ervoor te zorgen dat iedereen zijn of haar werk goed kan doen en zich goed omringd voelt, creëren we een menselijke, inclusieve, positieve en performante werkomgeving, zodat we de klant samen een optimale ervaring kunnen bieden.

---

Maar we willen ook **bijdragen aan een betere samenleving door verbondenheid te creëren en respect te hebben voor onze omgeving**. Bij Beobank zijn we er immers van overtuigd dat we een **positieve en duurzame bijdrage** kunnen leveren aan de gemeenschappen waarin onze organisatie actief is. Niet alleen door producten en diensten aan te bieden, maar ook door ons in te zetten voor die gemeenschappen en onze omgeving, inclusief het milieu.

The logo for Beobank features the word 'beobank' in a lowercase, sans-serif font. The 'o' is a solid red circle, while the other letters are white. Below the logo is the tagline 'U bent goed omringd' in a white, sans-serif font. The background of the slide is a solid purple color with a large, faint, white circular graphic on the left side.

**beobank**  
U bent goed omringd