



*Een betrouwbare economie
waarin iedereen kan
meedoen*

MVO

Impact strategie GGN

GGN aandacht loont.

Samenvatting

Doel van dit traject

Het doel van dit traject is A) het actualiseren van het MVO beleid en B) verduidelijken waar GGN voor staat en middels welke paden zij dit voor én met haar belangrijkste stakeholders waarmaakt.

Het hoger doel van GGN

Het hoger doel laat zien *waarom* we doen wat we doen en geeft richting aan onze impact initiatieven. In strategische sessies hebben we met een aantal collega's van GGN ons hoger doel gedefinieerd:

Een betrouwbare economie waarin iedereen kan meedoen.

Vier impact pijlers

01 Financieel gezond worden en blijven

Binnen deze pijler, helpen wij onze klanten om grip te krijgen op hun betalingen en toe te werken naar een financieel gezond leven.

02 Tevreden en betalende klanten

Binnen deze pijler, helpen we opdrachtgevers om betalingsverplichtingen in te richten op een manier die tot betalende en terugkerende klanten leidt.

03 Team met een heldere missie

Binnen deze pijler, zorgen we voor een veilige en inspirerende werkomgeving op basis van vertrouwen; de voedingsbodem voor een missie-gedreven team.

04 Duurzaam financieel systeem

Binnen deze pijler, zetten we onze expertise en ons netwerk in om het financieel systeem te veranderen ten goede van de financiële gezondheid van de (NL) maatschappij.

Van MVO beleid naar MVO Strategie

Welkom

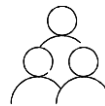
Duurzaam ondernemen, Maatschappelijk Verantwoord

Ondernemen, impact maken – voor GGN gaat het allemaal over het **creëren van maximale waarde voor al onze stakeholders**; voor mens en milieu dus.

Dit doen we niet náást, maar **middels onze bedrijfsactiviteiten**.

We nemen onze processen, dienstverlening en beleid dan ook continu onder de loep, formuleren (nieuwe) doelstellingen, monitoren onze resultaten en gaan over op actie.

Waar we ons op richten en met welk doel, hebben we gevangen in onze **MVO Strategie**. Hiermee actualiseren en verdiepen we het voormalig MVO beleid en erkennen we het strategisch belang dat duurzaamheid heeft binnen onze organisatie.



Mens

De mens centraal

De grootste positieve impact die wij als GGN kunnen maken, is op en voor mensen. Wij zijn van betekenis voor mensen met schulden, mensen die op hun geld wachten, onze eigen medewerkers, aandeelhouders, partners en de maatschappij als geheel.



Milieu

De planeet als stakeholder

Al ligt onze focus op het maken van zoveel mogelijk positieve sociale impact, GGN neemt wel degelijk haar verantwoordelijkheid voor het verkleinen van haar ecologische voetafdruk. Hier zetten wij ons dan ook steeds meer voor in.

Van inzicht naar impact maken

Het proces

01

INVENTARISATIE

Duurzaamheidskansen voor GGN in kaart brengen aan de hand van het B Corp en Ecovadis raamwerk

02

CREATIE

Creëren van de MVO Strategie – bestaande uit een hoger doel en vier pijlers – middels twee creatieve sessies

03

IMPLEMENTATIE

De MVO Strategie van GGN de organisatie inbrengen en het team deze stapsgewijs eigen laten maken

MVO strategie

Een betrouwbare economie waarin iedereen kan meedoen



Impact pijler 1

FOCUS OP KLANTEN

Financieel gezond worden en blijven

Wij helpen onze klanten financieel gezond te worden en te blijven, door een passende aanpak te bepalen en nauw samen te werken met gelijkgestemde partners.

Onze speerpunten zijn:

- De klant in de cockpit
- Investeren in een waardevol partnernetwerk
- Data voor en met ons laten werken



Impact pijler 2

FOCUS OP OPDRACHTGEVERS

Tevreden en betalende klanten

Wij helpen onze opdrachtgevers om een positieve klantervaring te bieden door proactief te adviseren over de inrichting van betalingstermijnen.

Onze speerpunten zijn:

- Onzichtbaar van onschatbare waarde zijn
- Verrassen op eigen en innovatieve wijze
- Onze wereld openen voor opdrachtgevers



Impact pijler 3

FOCUS OP MEDEWERKERS

Team met een heldere missie

Wij helpen ons team om van betekenis te zijn door een veilige en inspirerende werkomgeving te creëren waarin samenwerking en onze missie centraal staan.

Onze speerpunten zijn:

- Onze missie eigen maken en naleven
- Bouwen aan wederzijds vertrouwen
- Aandacht & waardering voor (top) prestaties



Impact pijler 4

FOCUS OP MAATSCHAPPIJ

Duurzaam financieel systeem

Wij creëren en herdefiniëren samen met onze stakeholders de randvoorwaarden voor een duurzaam systeem dat een financieel gezonde samenleving voortbrengt.

Onze speerpunten zijn:

- Kennis vergaren en met de wereld delen
- Educatie over omgaan met geld uitbreiden
- Initiatief nemen en verbinden

Deel 1 van de MVO Strategie:

Hoger doel

Ons hoger doel

Introductie

Wat we doen? Incasseren, of eigenlijk: sociaal incasseren. *Hoe* we dat doen? Met aandacht. Want dat loont, voor alle stakeholders! Maar *waarom* doen we wat we doen, op de GGN manier? Wat is de *why* achter sociaal incasseren? Dat vangen we in ons **hoger doel**.

Immers kunnen we met onze dienstverlening enorm veel **positieve sociale impact maken**. Dit is een ambitie én een verantwoordelijkheid waar ons team zich dagelijks voor inzet. Om zo bij te dragen aan het realiseren van ons hoger doel:



We moeten ons economisch systeem kunnen vertrouwen; afspraken (tussen afnemer en verkoper) moeten dan ook altijd helder zijn voor alle betrokken partijen én worden nagekomen.



Ons hoger doel

Het belang van (weer) kunnen meedoen is gigantisch. Niet kunnen participeren in onze economie, maakt het leiden van een menswaardig bestaan heel lastig.

Een **betrouwbare economie** waarin **iedereen kan meedoen**



Ons economisch systeem mag per definitie niemand uitsluiten; het moet inclusief zijn.

Deel 2 van onze MVO Strategie:

Impact Pijlers

De impact pijlers

Hoe komen we tot een betrouwbare economie waarin iedereen kan meedoen? Welke stakeholders spelen hierin welke rol? En wat zijn de stappen die GGN zet, met en voor hen? Als onderdeel van onze MVO Strategie, hebben we vier impact pijlers gedefinieerd die richting geven aan onze duurzaamheidsinitiatieven. Per pijler, hebben we bepaald:

- **Drie speerpunten**
- **Mijlpalen voor 2025 en 2027**
- **Kerninitiatieven**
- **Impact metrics**



MVO strategie

Een betrouwbare economie waarin iedereen kan meedoen



Impact pijler 1

FOCUS OP KLANTEN

Financieel gezond worden en blijven

Wij helpen onze klanten financieel gezond te worden en te blijven, door een passende aanpak te bepalen en nauw samen te werken met gelijkgestemde partners.

Onze speerpunten zijn:

- De klant in de cockpit
- Investeren in een waardevol partnernetwerk
- Data voor en met ons laten werken



Impact pijler 2

FOCUS OP OPDRACHTGEVERS

Tevreden en betalende klanten

Wij helpen onze opdrachtgevers om een positieve klantervaring te bieden door proactief te adviseren over de inrichting van betalingstermijnen.

Onze speerpunten zijn:

- Onzichtbaar van onschatbare waarde zijn
- Verrassen op eigen en innovatieve wijze
- Onze wereld openen voor opdrachtgevers



Impact pijler 3

FOCUS OP MEDEWERKERS

Team met een heldere missie

Wij helpen ons team om van betekenis te zijn door een veilige en inspirerende werkomgeving te creëren waarin samenwerking en onze missie centraal staan.

Onze speerpunten zijn:

- Onze missie eigen maken en naleven
- Bouwen aan wederzijds vertrouwen
- Aandacht & waardering voor (top) prestaties



Impact pijler 4

FOCUS OP MAATSCHAPPIJ

Duurzaam financieel systeem

Wij creëren en herdefiniëren samen met onze stakeholders de randvoorwaarden voor een duurzaam systeem dat een financieel gezonde samenleving voortbrengt.

Onze speerpunten zijn:

- Kennis vergaren en met de wereld delen
- Educatie over omgaan met geld uitbreiden
- Initiatief nemen en verbinden

Financieel gezond worden en blijven

Impactpijler 1



FOCUS OP KLANTEN

Wij helpen onze klanten financieel gezond te worden en te blijven, door een passende aanpak te bepalen en middels nauwe samenwerking met gelijkgestemde partners.

Speerpunten

Impactpijler 1

De klant in de cockpit plaatsen

Door klanten de regie (terug) te geven over het voldoen aan hun betalingsverplichtingen, maken we ze financieel weerbaar.

Investeren in een waardevol partnernetwerk

We verbinden ons aan partijen voor en na ons in de keten, met wie we een totaaloplossing voor schuldenproblematiek bieden.

Data vóór en met ons laten werken

We verzamelen, structureren en analyseren onze data om onze dienstverlening te versterken en te personaliseren.

Roadmap

Impactpijler 1

2024 – 2025

MIJLPAAL

Begin 2025, is het voor klanten van GGN **duidelijk** en **voelbaar** wat sociaal incasseren inhoudt. Ze waarderen onze aanpak dan ook met een 7 op klanttevredenheid.

KERNINITIATIEVEN

- **In kaart brengen** van de schuldhulpverlening markt.
- Launching customer zoeken voor de **schuldhulpverlening app** & MVP ontwikkelen bij deze pilot klant.
- Aannemen van een **partnership manager**.
- Verbeteren van het **klanttevredenheid proces**, met een grotere rol voor geautomatiseerde steekproeven
- Inrichten van een proces om **bedrijfsresultaten te meten** *bijv. succespercentage per contactpoging etc.*

2025 – 2027

MIJLPAAL

Begin 2027, mogen we menig klant feliciteren met het bereiken van een goede financiële gezondheid. Dit resulteert in een #1 positie in de MVO index en een 8 op klanttevredenheid.

KERNINITIATIEVEN

- **Lanceren van een app** waarin de klant veelal zelf regelingen kan treffen rondom betalingen.
- De organisatie (her)inrichten in **drie labels**: minnelijk, gerechtelijk & schuldhulpverlening.
- Bepalen en aangaan van de benodigde **partnerships** voor alle drie de labels.
- Optuigen van een **data-science afdeling** met een duidelijk **visie** op data-gedreven werken.

Succesindicatoren Impactpijler 1

Voortgang bijhouden

- In kaart brengen en verhogen van de Loyaliteits Percentage (*nakomen van betaalafspraken*)
- *Sustainability rate (geen nieuwe achterstanden binnen 12 mnd)*
- # betalingsregelingen per klant
- # dossiers per klant
- Gemiddelde kosten per klant
- % klanten dat doorstroomt naar gerechtelijk
- 8 – 10 Purpose Meetlat

Tevreden en betalende klanten

Impactpijler 2



FOCUS OP OPDRACHTGEVERS

Wij helpen onze opdrachtgevers om een positieve klantervaring te bieden, door proactief te adviseren over de inrichting van betalingsverplichtingen.

Speerpunten

Impactpijler 2

Onzichtbaar van
onschatbare waarde zijn

Op de achtergrond dragen we significant bij aan klantreis die de opdrachtgever biedt; ons advies draagt de kleur v/d opdrachtgever.

Verrassen op eigen en
innovatieve wijze

Middels nieuwe of verbeterde proposities en de service die GGN biedt, weten we verwachtingen van opdrachtgevers te overtreffen.

Onze wereld openen voor
opdrachtgevers

We nemen opdrachtgevers mee in de oorzaken en gevolgen van schulden, zodat ze de waarde van GGNs dienstverlening ervaren.

Roadmap

Impactpijler 2

2024 – 2025

MIJLPAAL

Begin 2025, kan GGN cijfermatig **aantonen** dat sociaal incasseren **rendement** oplevert. (Potentiële) opdrachtgevers zijn **merkbaar nieuwsgierig** en enthousiast.

KERNINITIATIEVEN

- Organiseren van een **workshop ‘overdeliveren’** voor alle medewerkers van GGN.
- **SMART maken** van GGNs diensten d.m.v. nieuwe **KPI's**.
- Implementeren van een **sociale incasso meetlat** bij belangrijke opdrachtgevers.
- Verbeteren van het proces rondom uitvraag **tevredenheid van opdrachtgevers**.
- **Top 30 opdrachtgevers uitnodigen** voor een dag meedraaien, om de schuldenproblematiek, werkwijze van GGN en wederzijdse verwachtingen beter te leren kennen.

2025 – 2027

MIJLPAAL

Begin 2027, is GGN naar de **voorkant van de keten** opgeschoven. Onze **data** en de manier waarop we deze gebruiken in ons **advies**, draagt **aantoonbaar** bij aan de door de opdrachtgever geboden klantervaring.

KERNINITIATIEVEN

- Aangaan van samenwerkingen met opdrachtgevers t.b.v. het **monitoren van terugkerende klanten**.
- **Meetbaar maken** van de bijdrage die GGN levert in de totale klantervaring van haar opdrachtgevers.
- Optuigen van een **propositie rondom data** van GGN.
- Optuigen van een **advies propositie** t.b.v. klantbehoud.

Succesindicatoren impactpijler 2

Voortgang bijhouden

- Contact rate
- % first time fix
- Duur van een gesprek
- Duur aftercall work
- % dossiers met NAW op orde
- Klanttevredenheid
- % ontevreden klanten (*<6 op een schaal van 1-10*)
- Customer effort score (*inspanning om tot oplossing te komen vanuit klantperspectief*)

Team met een heldere missie

Impactpijler 3



FOCUS OP
MEDEWERKERS

We helpen ons team om van betekenis te zijn, door een veilige en inspirerende werkomgeving te bieden waarin samenwerking en onze missie centraal staan.

Speerpunten

Impactpijler 3

Missie eigen maken en naleven

Onze missie moet niet alleen gekend worden; ze moet door ons allen erkend worden en ten uitvoer worden gebracht – elke dag weer.

Bouwen aan wederzijds vertrouwen

Tussen teams, collega's, partners – op elkaar(s werk) kunnen vertrouwen is cruciaal voor onze dienstverlening en werkplezier.

Aandacht en waardering voor (top)prestaties

Goed werk wordt gezien en beloond, ongeacht de functie of afdeling; hier richten we formele en informele mechanismen voor in.

Roadmap

Impactpijler 3

2024 – 2025

MIJLPAAL

Begin 2025, kan iedere willekeurige GGN-er je vertellen *dat en hoe eenieder* binnen onze organisatie **van waarde is** “voor de gele trui”. Het LT geeft het goede voorbeeld t.a.v. het geven en ontvangen van **feedback**.

KERNINITIATIEVEN

- **Missie en kernwaarden** aanscherpen / ophelderen en deze een duidelijke plek geven in communicatiemiddelen en -kanalen, en werving en selectie
- **Talent management** handen en voeten geven: hoe spotten en belonen we hen die *over-deliveren*?
- **Ervaringsdeskundigen in huis** halen; als sprekers en medewerkers
- **Onboardingsproces** schoolvoorbeeld van “**aandacht loont**” maken, en de kernwaarden en missie hierin een belangrijke rol geven
- Vormgeven en invoeren: **meedraaidag** met collega van ander team (of opdrachtgever)
- **Template** ontwikkelen om medewerkers te helpen de **eigen bijdrage aan de missie** te specificeren vorm bepalen om dit (met elkaar) te delen
- **Personeelshandboek** herschrijven; aansluiten bij team, kernwaarden & missie
- Cursus **feedback geven en ontvangen** volgen, hier onderlinge afspraken over maken en dit monitoren – *beginnen met het leiderschapsteam*
- Beleid & programma op **vrijwilligerswerk** optuigen & uitrollen

2025 – 2027

MIJLPAAL

Begin 2027, is **vertrouwen voelbaar** de basis binnen onze organisatie (i.p.v. controle) en is het **waarmaken van onze missie** onlosmakelijk verbonden aan goed presteren.

KERNINITIATIEVEN

- Het naleven van de **missie en kernwaarden** formeel en structureel een plek geven in **beoordelingscyclus** *bijv. in schalen, POP gesprekken, etc.*
- Uitrollen van initiatief dat symbool staat voor **vertrouwen** van GGN in haar medewerkers

Succesindicatoren impactpijler 3

Voortgang bijhouden

- Medewerkerstevredenheid score
- # medewerkers naar hogere schaal doorgegroeid o.b.v. POP
- # ervaringsdeskundigen in dienst getreden
- # meedraaidagen plaatsgevonden (*en cijfer waarmee de waarde hiervan door beide betrokkenen gescoord is*)
- # uren besteed aan vrijwilligerswerk
- % (leiderschaps)team getraind op feedback geven/ontvangen
- # praktijkcases van 'over-deliveren'
- # Topprestatie Awards uitgereikt (*o.b.v. nominaties door team*)
- Employee trust index (*In hoeverre vertrouwt men vertrouwen van werkgever tot werknemer*)

Duurzaam financieel systeem

Impactpijler 3



FOCUS OP MAATSCHAPPIJ

Wij creëren en herdefiniëren samen met onze stakeholders de randvoorwaarden voor een duurzaam systeem dat een financieel gezonde samenleving voortbrengt.

Speerpunten

Impactpijler 4

Kennis vergaren en met de wereld delen

We bouwen expertise op en uit, welke we actief delen op eigen en andere kanalen. We zien anderen hier graag op voortborduren.

Educatie over omgaan met geld uitbreiden

We werken samen met onderwijsinstellingen en overheden om het belang van goed omgaan met geld bij de jeugd op de kaart te zetten.

Initiatief nemen en verbinden

Van nieuwe schuldhulp ketens tot effectieve wetgeving; GGN verandert het systeem i.s.m. publieke en private partijen.

Roadmap

Impactpijler 4

2024 – 2025

MIJLPAAL

Begin 2025, is GGN **zichtbaar** A) **deskundig**, B) **maatschappelijk betrokken** en C) **innovatief** t.b.v. een duurzaam en gezond financieel systeem. We worden gezien en gehoord door het FD, RTLZ en gemeenten.

KERNINITIATIEVEN

- **Structureel publiceren** van artikelen / whitepapers op het platform CreditMind.nl – *marketing nog in de lead*
- Directielid vervult een **bestuursfunctie** bij het KBVG
- **Interne woordvoerders** klaarstomen voor RTLZ
- (Pilot voor) **lesprogramma “Omgaan met geld – powered by GGN”** voor basisscholen optuigen
- Goedlopende pilot optuigen met de **Financiële Noodknop**
- **PE cursus** ontwikkelen voor en met gerechtsdeurwaarders

2025 – 2027

MIJLPAAL

Begin 2027, **belt de NOS naar GGN** wanneer er een item over omgaan met geld of schulden gemaakt wordt. Ook is *Omgaan met geld* onderdeel van het **curriculum**.

KERNINITIATIEVEN

- **Structureel publiceren** van artikelen / whitepapers op eigen en externe kanalen – *vanuit eigen én andere monden*
- **Journalisten uitnodigen** en hen meenemen in de wereld van schuldenproblematiek (2 x per jaar)
- **Rondetafelsessies en seminars hosten** over omgaan met geld / armoede / schuldenproblematiek
- **Game ontwikkelen** over omgaan met geld & schuldenproblematiek
- **Financieel Gezond Academy** oprichten (incl. verhalen van ervaringsdeskundigen)
- Mede-vormgeven / initiëren van **kinderspaarplan**

Succesindicatoren impactpijler 4

Voortgang bijhouden

- # interviews met/door erkende journalistieke partijen
- # artikelen/white papers gepubliceerd op eigen kanalen
- # publicaties op en externe kanalen (*met als doel: kennisdeling m.b.t. schuldenproblematiek, belang van educatie m.b.t. omgaan met geld benadrukken, bewegen van wet- en regelgeving*)
- # mensen bereikt met kennisdeling
- # (basis)scholen waar lesprogramma GGN is uitgerold
- # mensen die geholpen zijn d.m.v. de financiële noodknop
- # mensen bereikt met (preventie)initiatieven vanuit GGN

Milieu impact in kaart brengen & verkleinen

Overige impact

PLANEET ALS STAKEHOLDER

Het maken van positieve sociale impact – daar ligt onze focus. Gelijktijdig werkt GGN wel degelijk aan het verkleinen van haar negatieve milieu-impact. We richten ons hierbij op de volgende drie speerpunten:

In kaart brengen

Allereerst willen we inzicht in onze ecologische voetafdruk. We zijn dan ook bezig met het in kaart brengen van onze uitstoot (scope 1, scope 2 en scope 3 emissies) in samenwerking met Climate Partner.

Reductieplan opstellen

Zodra we zicht hebben op (de grootste) veroorzakers van onze uitstoot, gaan we aan de slag met een solide reductieplan: wat kunnen we wanneer doen en welke vermindering realiseren we daarmee?

Actie ondernemen

Actie ondernemen kan en doen we nu al. Zo kijken we kritisch naar onze inkopen en faciliteiten, zijn we bezig het wagenpark te elektrificeren en brengen we ons papierverbruik actief terug.

De SDGs waar wij aan bijdragen

De sustainable development goals van GGN



SDG 1: Geen armoede

- **Target 1.2:** Tegen 2030 het aandeel mensen dat in armoede leeft minstens tot de helft terugbrengen.
- **Target 1.3:** Nationaal toepasbare sociale beschermingssystemen en maatregelen implementeren voor armen en kwetsbaren.
- **Target 1.5:** Tegen 2030 weerbaarheid opbouwen van armen die zich in kwetsbare situaties bevinden.



SDG 8: Eerlijk werk en economische groei

- **Target 8.1:** De economische groei per capita in stand houden in overeenstemming met de nationale omstandigheden.
- **Target 8.3:** Bevorderen van beleidslijnen die productieve activiteiten ondersteunen, ook via toegang tot financiële diensten.



SDG 4: Kwaliteitsonderwijs

- **Target 4.4:** Tegen 2030 het aantal jongeren en volwassenen met relevante (beroeps)vaardigheden aanzienlijk opdrijven.
- **Target 4.7:** Tegen 2030 ervoor zorgen dat alle leerlingen kennis en vaardigheden verwerven die nodig zijn om duurzame ontwikkeling te bevorderen.



SDG 16: Vrede, justitie en sterke publieke diensten

- **Target 16.3:** De rechtsregels bevorderen en gelijke toegang tot het rechtssysteem garanderen voor iedereen.
- **Target 16.5:** Op duurzame wijze een einde maken aan corruptie en omkoperij in al hun vormen.
- **Target 16.6:** Doeltreffende verantwoordelijke en transparante instellingen ontwikkelen op alle niveaus.

Succes ingrediënten

Voor het uitrollen van de MVO strategie

Het team is en blijft op de hoogte

Het is essentieel dat we ons team op verschillende manieren op te hoogte brengen en houden van GGNs MVO Strategie, o.a. in de onboarding, middels online trainingen, en als onderdeel van HPO

Collega's maken de impact pijlers eigen

Het is van belang dat het team het hoger doel en de impact pijlers kan "ervaren" en men tijd en gelegenheid heeft om te ontdekken op welke manier eenieder bijdraagt aan het waarmaken van de MVO Strategie.

Impact pijlers en resultaten zijn zichtbaar

Letterlijk, door de MVO Strategie een plek te geven op onze kantoren. Ook monitoren we onze impact, rapporteren we hierop in quarterly reviews en verwerken we impact resultaten en doelstellingen in jaarplan & -verslag.

We brengen het huis op orde

Impact maken kan alleen als we ons huis op orde hebben en houden, door bijv. het verbeteren van operationele processen en werkvoorraden, sociaal incasseren écht in ons DNA brengen, opstellen en aanscherpen beleid, etc.

Dankjewel!

