

BELGIË IS EEN MOEILIJKE MARKT VOOR NIEUWE DIGITALE BANKEN

Neobanken komen niet van de grond in België

Neobanken zoals N26 en Revolut breken niet echt door in België. Ook internationaal hebben die nieuwe digitale banken het moeilijk. De gevestigde spelers lijken meer te profiteren van de coronacrisis, stelt Jeroen Dossche van Capco vast. PATRICK CLAERHOUT

De coronacrisis heeft het digitale en mobiele bankieren een geweldige boost gegeven. Negen op de tien Belgen doen intussen af en toe aan online-banking, zeven op de tien gebruiken regelmatig een bankapp. Ons land telde eind vorig jaar 14,2 miljoen geregistreerde abonneementen voor internetbankieren, en 9 miljoen voor mobiel bankieren. Over de jongste vijf jaar zijn er gemiddeld meer dan 1 miljoen gebruikers van mobiele bankapps per jaar bij gekomen. Dat is een stijging met 20 procent per jaar.

Je zou denken dat vooral de nieuwe digitale banken zonder kantoren, de neobanken, van die evolutie profiteren. Jeroen Dossche, partner van Capco, dat bedrijfs- en technologieadvies verstrekt met een focus op de financiële sector, komt verrassend tot een andere vaststelling: “De snelle op-

gang van de neobanken lijkt te stagneren. In België zijn spelers als N26 en Revolut er niet in geslaagd een grote klantenbasis uit te bouwen.”

Terwijl in andere landen diverse neobanken van start gingen (in Frankrijk bijna twintig), bleef het in België beperkt tot het Duitse N26 en het Britse Revolut. Er zijn geen actuele cijfers bekend over hun exacte aantal klanten in België. “In 2019 hadden ze samen naar schatting 150.000 klanten”, zegt Dossche. “Zelfs als ze erin geslaagd zijn dat aantal uit te breiden, komen ze niet hoger dan een



‘De Belg vertrouwt zijn klassieke bank, die hij in het straatbeeld ziet en die hij vlot in zijn eigen taal via diverse kanalen kan bereiken’

marktaandeel van 1 à 2 procent. Dat is niet veel, als je weet dat N26 hier al sinds 2017 aanwezig is.”

België is een moeilijke markt voor de neobanken, zegt Dossche: “Het is een klein land met verschillende talen en culturen, en met een complexe regelgeving. Bovendien zijn de vier grootbanken heel snel in actie geschoten. Ze hebben hun digitale aanbod uitgebouwd tot de top in Europa. Dat maakt het moeilijk voor de neobanken. In Frankrijk bijvoorbeeld heeft Revolut twee keer zoveel klanten per capita als in België, en N26 zelfs zes keer zoveel. Met zo’n marktpenetratie zou het in België 1 miljoen klanten hebben.”

Maar niet alleen in België hebben de neobanken het moeilijk. Dossche: “In Australië heeft de neobank Xinja aangekondigd dat ze ermee stopt, nadat een kapitaalronde van 250 miljoen euro was mislukt. Zelfs in het Verenigd Koninkrijk zien we dat investeerders voorzichtiger worden in het toestoppen van kapitaal aan neobanken. En de Duitse website FinanceFwd berekende dat N26 nu 500 personeelsleden minder telt, een derde van het totaal, in vergelijking met april 2020.”

Het verschil is te klein

Doordat de meeste West-Europese neobanken nog altijd verlieslatend zijn, vormen ze niet echt een existentiële bedreiging voor de klassieke banken, concludeerde Moody's eind vorig jaar in een rapport. De coronacrisis heeft gezorgd voor minder betalingstransacties en heeft de vraag naar de diensten van de neobanken gedrukt. Verscheidene van hen zitten daardoor in een fase van kostenreductie en personeelsafbouw, stelt het kredietwaardigheidsbureau vast. Als ze er niet in slagen een geloofwaardig traject naar rendabiliteit



te creëren, kunnen ze het moeilijker krijgen om vers kapitaal aan te trekken, waar schuwt Moody's.

Een van de beperkingen van de neobanken is dat ze op de markt zijn gekomen met een zichtrekening en interessante internationale betalingsmogelijkheden. Dossche: "Neobanken zijn vaak ontstaan uit de behoefte van klanten aan een gemakkelijker en goedkoper betalingsverkeer, met daaraan gekoppeld een mooi overzicht voor de klant. Maar daarmee alleen maak je vandaag het verschil niet meer. Zeker in België zijn de digita-

le betalingsmogelijkheden die de klassieke banken bieden sterk uitgebreid en gebruiksvriendelijk geworden."

De coronacrisis heeft vooral in de kaart van de traditionele banken gespeeld, stelt Dossche vast. "Door de komst van de neobanken hebben zowat alle banken hun investeringen in digitale dienstverlening fors opgevoerd. Daardoor is in België het verschil in gebruiksgemak tussen hun aanbod en dat van de neobanken heel klein geworden. Wellicht te klein voor de klant om van bank te veranderen. Corona heeft dat niet veranderd. In-

DIGITALE BANK
Met alleen een zichtrekening en een betaalkaart zijn ze weinig interessant.

tegendeel: de klassieke banken hebben in onzekere economische tijden een bijkomende troef: vertrouwen. De Belg vertrouwt zijn klassieke bank, die hij in het straatbeeld ziet en die hij vlot in zijn eigen taal via diverse kanalen kan bereiken."

Breder aanbod

Is dit het begin van het einde van de neobanken? Dat nu ook weer niet, nuanceert Dossche: "Ik zie het eerder als het einde van de beginfase. De neobanken worden gedwongen hun aanbod uit te breiden en een complete bank

te worden. Als ze klanten aan zich willen binden en geld verdienen, moeten ze meer producten aanbieden – alleszins meer dan alleen een zichtrekening en een betaalkaart.”

Die evolutie kan volgens Dossche leiden tot een consolidatie. “Niet alle neobanken kunnen of willen een volwaardige digitale bank worden. Er komt heel wat bij kijken als je kredieten en beleggingen wilt aanbieden. Niet alleen investeringen en kennis, maar je moet ook voldoen aan de lokale en internationale voorschriften voor de klantenbescherming, zoals MiFID voor beleggingen.”

En toch is dat de weg vooruit, denkt Dossche: “Belgische

gezinnen hebben heel veel geld op hun spaarboekjes staan. Dat toont dat er groeimarge is voor beleggingen en financieel advies. De huidige bankapps zijn daar nog niet helemaal klaar voor. Het gebruiksgemak en de consumentenervaring kunnen beter. Dat biedt mogelijkheden voor de neobanken, al moeten ze er rekening mee houden dat de actieve belegger digitaal al onderdak heeft gevonden bij Keytrade, Bolero of Binck.”

De traditionele banken kunnen evenmin op hun lauweren rusten, beklemtoont Dossche: “Ze hebben zich succesvol verweerd door snel in te spelen op de digitalisering, maar ze moeten zich blijven transformeren om aan de toenemende klanteneisen te voldoen.”

De strijd om het beste klantenplatform wordt pas de komende jaren beslecht: “Banken als KBC en Belfius willen hun app uitbouwen tot een dominant platform door er niet-bancaire diensten in te integreren. Maar ook het om-

“

‘Er is nog groeimarge in beleggingen en financieel advies. De huidige bankapps zijn daar nog niet helemaal klaar voor’



NEOBANK VOOR ADOLESCENTEN OP KOMST

In België zijn twee neobanken actief: Revolut en N26. Internationaal breiden die stelselmatig hun aantal klanten uit. Revolut telt wereldwijd naar schatting 12 miljoen gebruikers. De Britse

neobank vroeg zopas een banklicentie aan in de Verenigde Staten. N26 sloot 2020 af met 7 miljoen klanten, naar eigen zeggen 2 miljoen meer dan een jaar eerder. In België claimt de Duitse neobank 100.000 gebruikers. Intussen zijn er plannen voor een Belgische neobank. Maar het gaat inhoudelijk om een heel ander



UPY
Een Belgische neobank om met geld te leren omgaan.

project. Een aantal jonge ondernemers wil tegen eind april de app Upy lanceren. Daarmee mikt de Brusselse start-up op jongeren van tien tot achttien. De bedoeling is dat ze via de be-

neobank vroeg zopas een banklicentie aan in de Verenigde Staten. N26 sloot 2020 af met 7 miljoen klanten, naar eigen zeggen 2 miljoen meer dan een jaar eerder. In België claimt de Duitse neobank 100.000 gebruikers. Intussen zijn er plannen voor een Belgische neobank. Maar het gaat inhoudelijk om een heel ander



gekeerde is mogelijk: bankdiensten aanbieden op niet-bancaire platformen (*embedded finance*). Zo biedt Keytrade hypotheekleningen aan via Immoweb. Andere banken integreren dan weer diensten van fintechbedrijven in hun aanbod. Denk aan de samenwerking van Argenta en Cake om klanten kortingen op hun aankoop te bezorgen.” Elke bank probeert het best op zo veel mogelijk plaatsen aanwezig te zijn, vindt Dossche. “Daarom verbaast het mij dat je de neobanken amper ziet op andere platformen of op niet-bancaire sites en apps. Precies daar liggen voor hen mogelijkheden om meer klanten te bereiken.” **t**

JEROEN DOSSCHE
“De klassieke banken mogen niet op hun lauweren rusten.”