



E-banking

Auteur(s):

Berg, A.C., van den
Rabobank Nederland, Stafgroep economisch onderzoek.

Verschenen in:

ESB, 85e jaargang, nr. 4267, pagina 648, 25 augustus 2000

Rubriek:

Monitor

Trefwoord(en):

internet

Het grote gebruik van internet en mobiele telefonie in Scandinavië en Finland heeft ervoor gezorgd dat internetbankieren in deze landen een hoge vlucht heeft genomen.

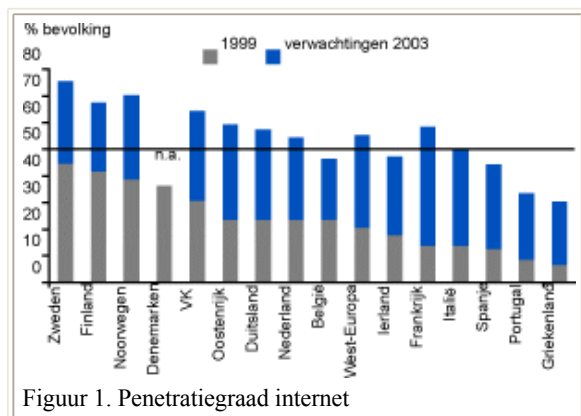
Internetbankieren kent verschillende verschijningsvormen. Ten eerste is er een zuivere internetbank, waarbij deze veelal ofwel in bezit is van een 'non-bank' (bijvoorbeeld een supermarkt of verzekeraar), ofwel is afgescheiden van de 'moederbank'. Ten tweede zijn er internetbanken die volledig geïntegreerd zijn in de moederbank en ten derde bestaan er internetbanken die ontstaan zijn uit een samenwerking tussen bijvoorbeeld telecom- of internetbedrijven en banken. De samenwerking tussen de Spaanse bank BBVA en het Spaanse Telefónica is hier een goed voorbeeld van, evenals de onlangs aangekondigde samenwerking tussen ABN Amro en KPN.

Voor de traditionele banken vormt het internet allereerst een *alternatief distributiekanaal*. Om geld te verdienen via dit kanaal moet de klant de producten aangeboden krijgen die hij wil, moet hij zekerheid hebben over de veiligheid van betalen en moet hij daarbij bereid zijn om een schappelijke prijs te betalen voor de af te nemen diensten.

Sommige banken zien het internet hierbij vooral als een *nieuw distributiekanaal* naar hun oorspronkelijke klanten, waarbij het fungeert als aanvulling op hun oorspronkelijke distributienetwerk. Andere zien het daarentegen als alternatief voor hun bestaande kantorennetwerk, terwijl weer andere partijen het zien als een effectieve manier om hun marktaandeel in binnen- en buitenland uit te breiden. Geografische expansie vereist op deze manier immers niet langer kostbare investeringen in een lokaal kantorennetwerk, zodat expansie (ook) voor kleinere partijen eenvoudiger wordt. Gezien de ontwikkelingen in het Europese bankwezen, kan het internet tevens een alternatief voor fusies en overnames zijn. Niet voor niets richten steeds meer banken zich op een Europese internetstrategie.

Scandinavië

De bevolking van Scandinavië ¹ is snel met de acceptatie van nieuwe technologieën: zo ligt het internetgebruik onder de Scandinavische bevolking in alle landen rond of boven de veertig procent en de verwachting voor de nabije toekomst ligt zelfs rond de zeventig procent. Ook de penetratie van de mobiele telefoon is in Scandinavië hoog, met ruim zestig procent. Internet en de telefoon worden dan ook aangegrepen om de distributie en productie van bankdiensten efficiënter te laten verlopen, waarbij het einde van deze ontwikkelingen nog niet in zicht is (zie [figuur 1](#) en [tabel 1](#) op de volgende bladzijde).



Figuur 1. Penetratiegraad internet

Tabel 1. Penetratiegraad mobiele telefonie, 2000

Land	penetratiegraad
	%
Finland	69,2

Noorwegen	64,9
Zweden	61,6
Denemarken	53,2
Nederland	49,5

Bron: Financial Times Mobile Communications, april 2000

Voor banken in Finland geldt inmiddels, dat hun klanten vaker de websites bezoeken dan dat ze een kantoor binnengaan. Een bank als de Zweeds-Finse MeritaNordbanken verwerkte in 1999 reeds een derde van haar betalingen on-line, alsmede tweederde van haar effectenorders en een kleine vijftien procent van de leningen². Finland heeft het hoogste gebruik van mobiele telefoons per hoofd van de bevolking en is na Zweden het tweede land in het gebruik van internet. Door de vele technologische toepassingen heeft het land het laagste percentage kasgeld in omloop, hetgeen bijvoorbeeld bij het invoeren van de euro voordelen met zich meebrengt.

Voor de banken heeft een en ander grote voordelen. Enerzijds worden kosten bespaard, onder meer op personeel en kantoren, terwijl anderzijds extra opbrengsten gegenereerd kunnen worden. Hoewel in eerste instantie wel grootscheepse (ict-)investeringen nodig zijn, lijkt het erop, dat deze al snel vruchten beginnen af te werpen. Diverse Scandinavische banken maken in hun jaarverslag melding van positieve effecten van hun ict-activiteiten op hun resultaten. MeritaNordbanken verwacht dat haar internetactiviteiten binnen nu en drie jaar EUR 250-300 miljoen per jaar zullen bijdragen aan de resultaten, gelijkelijk verdeeld over kostenbesparingen en een toename in opbrengsten³. Het Zweedse Skandinaviska Enskilda Banken (seb) heeft berekend, dat haar on-line cliënten actiever zijn en ruim twee maal zoveel opbrengsten genereren als haar 'off-line cliënten'⁴.

Verklaringen

De geschetste situatie is niet zomaar ontstaan. Scandinavië kent een aantal factoren, die tot snelle penetratie van ict hebben geleid. Geografisch gezien kan ten eerste de lage bevolkingsdichtheid worden genoemd. Deze vormt een vruchtbare omgeving voor het ontwikkelen van efficiënte directe distributiekanaalen en daarmee het gebruik van internet. Ten tweede bevordert het gure klimaat het thuisbankieren en internetgebruik. Voorts hebben het hoge opleidingsniveau en de goede kennis van de Engelse taal een positieve invloed op het internetgebruik. Tot slot hebben 'werknemersprikkelers', zoals fiscaal gestimuleerde pc-privé-projecten, het computerbezit en het internetten bevorderd.

Conjunctureel zaten de Scandinavische landen eind jaren tachtig, begin jaren negentig in een diep dal. Door het onverwacht wegvallen van de voor Finland belangrijke Sovjetmarkt kwam de Finse economie in een ernstige recessie, waarbij het bankwezen fors in de problemen kwam. Heel Scandinavië werd daarbij in deze jaren getroffen door een diepe bankencrisis, deels als gevolg van de naweeën van een ongelukkig doorgevoerde deregulering van de financiële markten in de jaren tachtig. Deze crises droegen bij aan het begin van een fusie- en consolidatiegolf, waardoor het aantal kredietinstellingen fors daalde en de concentratiegraad in het bankwezen snel toenam tot rond de tachtig procent.

Hierdoor moest noodgedwongen reeds een efficiëntieslag gemaakt worden, iets wat elders in Europa veelal pas later zou plaatsvinden. Dat juist Zweden en Finland erg voorop lopen in het webbankieren, is dan ook deels terug te voeren op genoemde bankencrisis. Maar zelfs in de jaren tachtig was al sprake van een technologische voorsprong. Merita begon al in 1982 met telefonisch bankieren en in 1984 met pc-bankieren. Internetbankieren werd in 1996 geïntroduceerd, in 1999 gevolgd door WAP-banking en emps⁵.

Vanaf het begin van de jaren negentig is Scandinavië uit het conjuncturele dal omhoog gekrabbeld. De aanwezigheid van twee grote telecombedrijven, het Finse Nokia en het Zweedse Ericsson, heeft een extra prikkel gegeven aan technologisch onderzoek en ontwikkeling. Finland kent het grootste aantal ingenieurs per capita en geeft volgens de OESO het meeste geld per hoofd van de bevolking uit aan onderzoek en ontwikkeling. Een andere factor die van invloed kan zijn op de voorspoedige invoering van nieuwe technologieën is de relatief geringe grootte van de Scandinavische banken. In een kleine(re) organisatie zijn veranderingen veelal relatief makkelijker door te voeren. Voor Finland geldt daarbij, dat de langdurige concurrentie tussen telecomaanbieders het land tot één van de goedkoopste plaatsen voor internettoegang maken.

Positie en strategie

Hoewel het internet enerzijds een bron van (potentiële) kostenbesparingen lijkt, houdt het anderzijds een bedreiging in voor de positie van de traditionele partijen op de financiële markten. Het wordt voor nieuwkomers immers eenvoudiger om de financiële markten te betreden, waardoor concurrentie toeneemt en marges zullen afnemen. Dit wordt niet alleen veroorzaakt door het feit dat er meer aanbieders zijn, maar vooral ook doordat de consument steeds eenvoudiger prijzen zal kunnen vergelijken en op basis hiervan zijn keus zal maken. Onafhankelijke 'prijzvergelijkers' springen hier op in, waardoor de markt steeds transparanter wordt.

In Scandinavië is het gros van de banken nadrukkelijk op internet aanwezig, terwijl het met 'nieuwkomers' vooralsnog lijkt mee te vallen. Naast 'traditionele' producten, zoals het doen van betalingen en het aanvragen van krediet, bieden de banken ook andere diensten aan, zoals persoonlijke financiële planning en informatiediensten voor beleggers. Ze proberen uit concurrentie-oogpunt steeds verder te gaan in hun on-line dienstverlening. Toch is het unieke aan het Scandinavische on-line bankieren dat het een succes geworden is zonder dat drastische prijsverlagingen doorgevoerd zijn, hetgeen bij nieuwkomers nogal eens het geval is.

Overigens speelt hierbij wel een rol dat er (nog) weinig buitenlandse (on-line) concurrentie is. In Scandinavië wordt 'on-line banking' echter hoe dan ook gezien als hoogwaardig dienstverleningsconcept en niet alleen als kostenbesparend alternatief⁶. Het internet lijkt dan ook te veranderen van een defensief kanaal, gericht op het behouden van de cliënten, in een offensief kanaal waarmee de klantenbasis en marktaandelen worden uitgebreid.

MeritaNordbanken creëerde een 'on-line shopping mall', waar zo'n negenhonderd partijen in participeren. Voor alle partijen is dit aantrekkelijk: bedrijven kunnen meer afzet genereren, cliënten weten dat hun betalingen veilig worden afgehandeld en de bank ontvangt

een bepaald bedrag per transactie. Andere banken hebben soortgelijke initiatieven ontplooid.

Elektronische bankafschriften zijn sinds kort mogelijk, evenals het doen van buitenlandse betalingen per mobiele telefoon. De volgende stap is het invoeren van 'één-op-één' marketing. Hoewel de kritieke massa nu nog ontbreekt, lijken deze ontwikkelingen de toekomst te hebben, waarbij besparingen op post, papier, personeel en tijd aanzienlijk kunnen zijn.

Positie bedreigd

Slechts een enkele (buitenlandse) nieuwkomer heeft tot dusver pogingen ondernomen om de strijd aan te gaan. Gezien de voorsprong van de Scandinavische banken is dat niet verwonderlijk. Toch worden langzamerhand wat 'scheurtjes' in het Scandinavische bastion waargenomen in de vorm van nieuwe initiatieven van buitenlandse (internet)aanbieders.

Veel banken noemen het internet nadrukkelijk in hun strategie voor de toekomst. MeritaNordbanken en SEB waren in 1999 in respectievelijk absolute en relatieve getallen Europa's grootste 'internetbanken' (zie [tabel 2](#)). Hierbij wordt opgemerkt dat gegevens snel verouderen door de snelle ontwikkelingen. Aangezien veel Europese banken op het gebied van internet nog relatief ver achter lopen, biedt dit voor de relatief kleine Scandinavische banken een goede kans hun expertise te bewijzen en 'Europa in te gaan'. Het internet is voor deze banken een uitgelezen manier om hun activiteiten internationaal uit te breiden ⁷. De grote buitenlandse partijen bereiken echter veelal eerder een kritieke massa. Als deze partijen eenmaal 'op stoom' zijn lopen zij zeer snel in. Steeds meer grote banken beginnen, al dan niet in samenwerking met partijen uit andere sectoren, een internetbank. De Scandinavische voorsprong wordt dan ook zienderogen kleiner.

Tabel 2. Leidende internetbanken in Europa, 1999

Bank	internetcliënten	verhouding ^a
		%
SEB (S)	360.000	25
Leonia Groep (SF)	325.000	24
Okobank (SF)	420.000	20
MeritaNordbanken (S/SF) ^b	1.050.000	16
Handelsbanken (S)	165.000	15
Swedbank (S)	500.000	11
Den Danske Bank (DK)	150.000	10
Crédit Suisse (CH)	120.000	8
Unibank (DK) ^b	119.000	7
Barclays Bank (UK)	640.000	6
Commerzbank (D)	178.000	5

a. Verhouding internetcliënten/totaal aantal cliënten.

b. Fuseren tot Nordic Baltic Holding.

Bron: Moody's 2000.

Nederland

Hoewel Nederland met het gebruik van internet en mobiele telefonie nog achter loopt bij Scandinavië, is ons land met een forse inhaalslag bezig. Het gebruik van mobiele telefoons is in een jaar tijd meer dan verdubbeld. Volgens Eurostat had 65 procent van de Nederlanders in 1999 toegang tot een pc. Dit is vergelijkbaar met Scandinavië. Volgens dezelfde statistieken gebruikte 35 procent van de bevolking in 1999 het internet, waarmee ons land na Scandinavië toch in de Europese top staat ⁸. Tevens beschikken we over een gemiddeld gesproken hoogopgeleide bevolking, een goede kennis van het Engels en zijn op het gebied van concurrentie in de telecomsector de afgelopen jaren grote veranderingen waargenomen. Daarbij is ook de consolidatieslag in het Nederlandse bankwezen al tijdig gemaakt, zodat Nederland wat dit betreft een gunstige uitgangspositie heeft. Wat technologie, onderzoek en ontwikkeling betreft, blijkt uit statistieken dat Nederland slechts beperkt onderdoet voor de Scandinavische landen. Geografische aspecten geven in Nederland weinig prikkels tot internetgebruik. De snelheid en het gemak die internetgebruik met zich meebrengt, maken dit echter goed. Er zijn dan ook geen goede redenen, waarom de Nederlandse banken de door hun Scandinavische collega's gevolgde strategie niet zouden kunnen volgen. Gezien de laatste ontwikkelingen zijn de Nederlandse grootbanken hier hard mee bezig.

Conclusies

Al met al kan gesteld worden, dat het bankwezen in Scandinavië wat betreft bankieren via internet voorloopt op het bankwezen elders in Europa. Daarnaast kan geconstateerd worden, dat door de vergaande consolidatie het grensoverschrijdende fusieproces in Scandinavië reeds een stap verder is dan dat in de rest van Europa. In veel continentale landen is de binnenlandse consolidatie van het bankwezen nog niet voltooid, terwijl in Scandinavië dit proces al wel volledig heeft plaatsgevonden, waardoor banken alle energie kunnen steken in andere activiteiten.

Nederland en de Nederlandse banken hebben wat internetbankieren betreft de eerste slag gemist, maar ons land is momenteel bezig met een forse inhaalslag. Al met al mag verwacht worden dat internetbankieren en de elektronische handel nu snel een hoge vlucht zullen nemen. Voor banken biedt dit nieuwe bedreigingen, maar ook veel nieuwe kansen, waarbij nieuwe initiatieven ontplooid kunnen worden. Het ziet er dan ook naar uit, dat de achterstand snel ingelopen gaat worden

1 Voor het gemak wordt de naam Scandinavië gebruikt voor Scandinavië én Finland.

2 C. Brown-Humes, First among equals, *The Banker*, juni 2000.

3 Ter vergelijking: MeritaNordbanken boekte in 1999 een totale nettowinst van EUR 1098 miljoen. De voorspelling komt dus overeen met zo'n 25 procent van de winst.

4 Scandinavian models, *The Economist*, 20 mei 2000.

5 Bankieren met behulp van mobiele telefoons. WAP=Wireless Application Protocol, EMPS=Electronic Mobile Payment Services.

6 Scandinavian models, *The Economist*, 20 mei 2000.

7 Zo kocht het Zweedse SEB de Deense Codan Bank en het Duitse BfG om haar internetkanaal verder in Europa te integreren.

8 Percentages van de diverse bronnen lopen uiteen. Dit kan met meetmethoden te maken hebben.