

VOOR VERANDERAARS IN FINANCE



FINANCEiINNOVATION

UITGAVE VAN MEDIATIC / JAARGANG 3, EDITIE 1 (APRIL 2016)

Excelleren door innovatie

Met bijdragen van o.a.

Five Degrees

Spotcap

FBD Bankmensen



Queens in finance

Sophie Guibaud (Fidor Group)
en Ingrid de Graaf (Delta Lloyd)

Opening Mark Nittler (Workday) over de kunst van innoveren	3
En dan dit nog Rslult als nieuwe speler op de markt	3
Expertaandeel Basefarm	4
Fintech over de grenzen Dit schrijven buitenlandse media	5
Expertaandeel Innopay	5
Expertaandeel Five Degrees	6
Blockchain in theorie en praktijk	6
En dan dit nog De wetwijzigingen van dit jaar	7
Column Suzanne Wijers	7
Expertaandeel Figlo	8
Expertaandeel Spotcap	8
Expertaandeel Whyz	9
Expertaandeel FBD Bankmensen	9
Female financials van Fidor Group en Delta Lloyd	10
Best of online	11



Dennis Mensink,
Hoofdredacteur
FinancInnovation

Excelleren jullie al?

Bedrijven in de financiële wereld moeten vandaag de dag excelleren om de winnaar van morgen te kunnen zijn. Dat besef is inmiddels doorgedrongen, onder meer dankzij al die hippe fintech-ondernemingen die de markt hebben opgeschud en als je niet uitkijkt langszij komen. Overigens lijkt het erop dat juist de partijen die wel eens het onderspit kunnen delven ook goed gepositioneerd zijn om het roer om te gooien en inderdaad als winnaar uit de bus komen. Denk aan middelgrote banken. Als ze niet opletten worden ze onder de voet gelopen door zowel de grootbanken als de talloze nieuwe spelers en initiatieven. Maar zij hebben ook minder legacy dan hun grote broers en zijn nog klein genoeg om serieus te kunnen bewegen en een stap in de goede richting te maken. Daarmee kan de nood weleens een deugd worden, ziet Martijn Hohman (Five Degrees, pag. 6), die met name deze banken bijstaat.

Excelleren hangt uiteraard af van de juiste positionering en propositie. Maar er is meer voor nodig om er zeker van te zijn dat je straks de vlag mag hijsen. Of een onderneming excelleert, is volgens onderzoekers van de Hogeschool Utrecht te meten aan de hand van zeven elementen: missie/visie/strategie, leiderschap, management van processen, omgang met belanghebbenden, performance-meting en risicomonitoring, innovatie en continue verbetering en tot slot kwaliteit van medewerkers. De hogeschool heeft op basis van hun onderzoek ooit een tool ontwikkeld die bedrijven ondersteunt om een excellerende onderneming te worden: een onderneming die door goed bestuur het maximale uit haar bedrijfsvoering haalt. Deze tool maakt inzichtelijk waar het bedrijf op dit moment staat (de zogenoemde *ist*-positie) en welke verbeteringen op het vlak van goed bestuur moeten worden doorgevoerd in de bedrijfsvoering om te excelleren (de *soll*-positie). Goed bestuur helpt ondernemingen bij het beter onderkennen van kansen en risico's en zorgt voor meer grip op de organisatie, zo bleek uit eerder onderzoek van de hogeschool. Tot zover de uitleg uit de onderzoekswereld.

Hoe gaan leveranciers van financiële instellingen eigenlijk om met de veranderingen in de sector? Wat als de vraag significant verandert? Richard Souisa (NIBE-SVV) gaat in deze uitgave van Finance Innovation (pag 11) in op excelleren in de opleidingsmarkt. De headhunters van Whyz (pag 9) brengen andersoortige professionals aan bij hen relaties. Dat helpt banken, verzekeraars en pensioenfondsen excelleren, want de kwaliteit van de medewerkers is een van de succesfactoren, blijkt dus uit het onderzoek. Overigens wijst Edwin Cornet van Whyz erop dat het HR-beleid van veel financiële organisaties achter blijft bij de veranderende arbeidsmarkt. Zij moeten hun organisatie weer leren verkopen. In sollicitatiegesprekken moet er niet alleen gefocust worden op wat de werknemer denkt toe te voegen, stelt hij, het bedrijf moet ook serieus ingaan op wat het kan betekenen voor de carrière van de professionals. Alleen dan worden zij namelijk verleid om in te gaan op een vacature. En alleen dan kan het bedrijf in kwestie zich onderscheiden en excelleren.

COLOFON

Hoofdredactie

Dennis Mensink
(dennis@mediatic.eu)

Eindredactie

Suzanne Wijers

Redactie

Wendy de Liefde, Dennis Mensink,
Aaron Mirck, Koos Plegt, Josien Vos,
Suzanne Wijers

Ontwerp

Edward Ouwerkerk
Graphic Design & Art Direction
(www.edwardouwerkerk.nl)

Realisatie & coverillustratie

Ontwerp't - Harm van Reenen
Visueel ontwerper (www.ontwerp-t.nl)

Druk

Graphic Minds

Uitgever

Suzanne Wijers
(suzanne@mediatic.eu)

Contact

Isaac Titsinghkade 101
1018 LL Amsterdam
+31 (0)20 760 2670
www.financeinnovation.nl

DISCLAIMER

FINANCEINNOVATION is een uitgave van contentmarketingbureau Mediatic. De uitgave wordt in april 2016 gedistribueerd bij onder meer VVP en in mei tijdens het NRC-event 'De Fintech-belofte', in een totale oplage van 4.000 exemplaren. Ondanks zorgvuldigheid van de redactie zijn onjuistheden in deze special niet te voorkomen. De redactie stelt zich hiervoor dan ook niet aansprakelijk. Niets uit deze uitgave mag zonder toestemming van de uitgever op welke wijze dan ook worden overgenomen.

MEDIATIC

Mark Nittler (Workday):

“Innoveren is een skill”

Met meer dan 25 jaar ervaring in het fintech-vak heeft Mark Nittler, Vice President (VP) bij Workday, de sector zien veranderen. Welke kansen en bedreigingen ziet hij in de fintech-sector? En hoe zou hij daar zelf mee omgaan?

TEKST: WENDY DE LIEFDE

“Zonder de technische evolutie zou Workday niet hebben bestaan,” zo vertelt Nittler. Bij Workday, leverancier van cloud-applicaties voor HR en finance, is hij verantwoordelijk voor de strategische koers van de producten. “Een aantal technische innovaties in de financiële sector werd nog niet toegepast in de zakelijke wereld. Reden genoeg voor ons om in 2005 in dat gat in de markt te springen. In de cloud dus, maar ook ‘software as a service’ (SaaS). Wat je vooral ziet, is dat big data en analytics een steeds grotere rol gaan spelen bij transacties. Er zijn meer details van gebruikers en transacties beschikbaar, waardoor je als bedrijf beter in kunt spelen op de customer experience. Daardoor gaat de hoeveelheid informatie per transactie toenemen.”

Worstelen met traditionele systemen

Maar dat nog niet iedereen goed met de huidige technische ontwikkelingen kan omgaan, is volgens Nittler overduidelijk. Volgens de adjunct-directeur worstelen concurrenten, maar ook klanten van Workday, met traditionele systemen. “Ze zitten vast. Ze weten dat ze moeten innoveren, maar hebben in de jaren '80 en '90 ontzettend veel geld gestopt in

technologieën die toen de toekomst leken. De systemen van toen zijn gebouwd voor basisboekhouding en kennen inmiddels duizenden gebruikers. Het is zonde om die in het geheel te vervangen, maar nodig is dat wel.”

Schaarste juist opgeleid personeel

Maar ook op de arbeidsmarkt brengen technologische ontwikkelingen bedreigingen met zich mee. Of uitdagingen, zoals Nittler ze liever noemt. “Je ziet dat er meer vraag komt naar financieel geschoolde werknemers die technisch beter onderlegd zijn, bijvoorbeeld op het gebied van data science. Maar het probleem is dat juist die groep mensen schaars is.” Een grote rol is dan ook weggelegd voor overheden en educatieve instellingen, volgens de VP. En voor de bedrijven zelf, die met huidig personeel moeten schuiven op een dusdanige manier, dat elke werknemer in zijn eigen – soms aangepaste – functie waardevol wordt voor de onderneming. “Laat als CFO daarbij je nieuwe werknemers ook kennismaken met andere afdelingen, zoals HR en Sales. Die algemene kennis kunnen ze dan uiteindelijk weer meenemen naar de eigen finance-afdeling.”

Gedeelde verantwoordelijkheid

Nittler ziet grote kansen voor finance voor de toekomst. “Maar dan moet je wel willen innoveren. Innoveren is een skill. Wie zich niet aan nieuwe technologische ontwikkelingen aanpast, verliest gegarandeerd. Stilstaan is geen optie.” Volgens de Amerikaan moeten



Mark Nittler (Workday)

innovaties de verantwoordelijkheid worden van het hele bedrijf. “Bij Workday hebben we wel één team dat zich bezighoudt met nieuwe ideeën en die uitprobeert, maar de rest van de organisatie denkt ook mee. Dat houdt je bedrijf scherp en up-to-date.” En Nittler heeft nog wat tips voor andere bedrijven in de branche. “Pak kansen en durf daarbij ook risico's te nemen. Blijf niet hangen bij marketing, maar kijk naar de realiteit. En houdt de dialoog over innovatie gaande. Want dat houdt ook de markt in het algemeen in beweging.”

Meer lezen?

Ga naar www.financeinnovation.nl/mark-nittler

“Big data en analytics gaan een steeds grotere rol spelen bij transacties”

/EN DAN DIT NOG...

Nieuwe IT-speler voor accountancy en mkb: Rresult

Accountantskantoren en mkb-bedrijven kunnen met automatiserings- en optimalisatievraagstukken vanaf heden terecht bij Rresult, een nieuwe, landelijk opererende speler voor de digitalisering van processen. Het bedrijf helpt zijn klanten met de invoering en koppeling van de juiste pakketten, met het ontsluiten van data en IT-security.

Rresult is opgericht vanuit de gedachte dat veel accountants en ondernemers nog stappen kunnen maken op het gebied van digitalisering, dashboarding en het ontsluiten van data, om vervolgens efficiënter en slimmer te kunnen opereren. Het bedrijf houdt zich vanuit die visie ook bezig met koppelingen met onder andere boekhoud-, kassa- en ERP-systemen en IT-security. “Bedrijven zijn genoodzaakt om iets te regelen op het gebied van informatiebeveiliging, zowel preventief als reactief. Dit ligt in het verlengde van het werk van de accountant, die naar de financiële risico's van een bedrijf kijkt”, zegt John Schrijvers, directeur en mede-eigenaar van Rresult.

Verandering in accountancy

Rresult werkt vanuit een kantoor in Waalre, maar opereert vanaf de start landelijk. Schrijvers is net als zijn compagnon Gerard den Teuling afkomstig van het

moderne en innovatieve accountants- en advieskantoor Witlox Van den Boomen (WVdB), waar zij op het laatst respectievelijk Manager IT Adviseurs en Accountant waren. Het jonge bedrijf, dat start met vijf FTE, werkt voor diverse accountantskantoren en andere MKB-bedrijven. Er is er een samenwerking met diverse cloudsoftwareleveranciers zoals Exact, Twinfield, Basecone en Ezora. “Deze partijen zorgen voor verandering in de accountancy. Daar voelen we ons sterk mee verbonden”, zegt Schrijvers, die zich binnen Rresult onder andere bezighoudt met IT-security, partner- en business development.

Data voor betere advisering

Den Teuling heeft een accountancy- en fiscale achtergrond en net als Schrijvers ruime ervaring in het vakgebied. “Ondernemers willen vaak hele andere informatie dan wat zij krijgen van hun accountant.

Door te focussen op dataontsluiting kunnen accountants samen met de ondernemer naar de toekomst kijken en meer en beter adviseren.” Rresult kenmerkt zich door zijn sterk resultaatgerichte, pragmatische aanpak. De ondernemers hebben een groeiambitie, maar zullen gefocust blijven. “Werkplekbeheer doen we nadrukkelijk niet.”



Cowboy-acties bezorgen bank onnodig hoge rekening

Voordat je de deur uitgaat, let je erop dat je geen lichten hebt laten branden. Dit is gezond verstand, maar in de nieuwe wereld van cloud computing en cloud services gaat het er anders aan toe. En daar betalen banken en andere financiële dienstverleners de rekening voor. Datacenters van providers als Amazon en Salesforce staan namelijk vol met draaiende servers die door hun klanten vergeten zijn.



Stefan Månsby, VP of Innovation, Basefarm

Banken en financiële dienstverleners zijn in een ontzettend korte tijd afhankelijk geworden van hun dienstverlening door de cloud. Het voelt als gisteren dat business-units experimenteerden met cloud-toepassingen. Maar vandaag de dag lopen er écht zaken via de cloud en moeten deze bedrijven optimaliseren. Dit is de realiteit voor veel organisaties in de financiële sector. Om marktontwikkelingen bij te houden, moeten zij snel innoveren. Ze ontwikkelen nieuwe diensten en functionaliteiten door gebruik te maken van de snelheid en flexibiliteit van cloud computing. De volgende stap vergeten zij vaak: het gladstrijken van alle inefficiënties die ontstaan zijn in dit proces. Vooral kosten en een gebrek controle zijn een probleem geworden.

Cowboy-inkoop

De opkomst van cloud computing betekent dat klassieke inkoopmodellen het raam uit kunnen. De IT-directeur (of Chief Information Officer) is traditioneel verantwoordelijk voor de inkoop van IT-diensten en houdt het overzicht op lopende projecten. Deze verantwoordelijkheid is hem over het hoofd gegroeid door de opkomst van cloud computing. Zijn taak is gereduceerd tot het draaiende houden van oude systemen met een budget dat van alle kanten onder druk staat. Ondertussen viert de cowboy-inkoop vanuit de business hoogtij: zij kopen steeds weer nieuwe cloud-diensten voor hun eigen business verticals, zonder dat de IT-directeur hier nog iets over te zeggen heeft.

Kortom: een wildgroei aan diensten, zonder dat er nog een klassieke Request for Proposal (RFP) of zelfs een degelijk inkoopproces aan te pas komt. Allemaal voor het goede doel natuurlijk. Want na enige tijd beginnen sommige van de nieuwe (cloud-)diensten omzet binnen te halen. Of worden zelfs winstgevend. Precies wat de bedoeling was, maar governance en control bestaan niet voor

niets in een organisatie. Iedere gezonde dienstverlener moet weten hoeveel zij aan inkoop besteden, inclusief cloud-diensten. Ze moeten ook weten wat zij krijgen voor hun geld en hoeveel van deze middelen zij daadwerkelijk gebruiken. Maar al te vaak zijn er diensten gekocht bij Amazon, Salesforce of een andere cloud-provider, zonder dat deze verder ook maar iets doen voor de klant.

Niemand die het merkt

Cloud is onmisbaar geworden in onze economie. Maar een aspect ervan dat iedereen vergeet, is dat deze diensten gekocht worden, 'ergens' draaien in de cloud, min of meer werken en vervolgens schakelt niemand ze ooit nog uit. Vroeger zou de IT-directeur de knop omdraaien; dezelfde persoon die ook de IT-middelen inkocht. Een inkoopproces dat

gebruiken. Het is bijvoorbeeld niet ongebruikelijk dat een organisatie in de financiële wereld honderden test-servers heeft waarvoor het maandelijks betaalt, zonder er ook maar iets mee te doen. Bedenk dit even: om een paar euro te besparen kozen deze organisaties ervoor cloud-servers te gebruiken in plaats van traditionele, fysieke servers in eigen huis. Maar achteraf gezien betalen zij veel meer. En daarbij komt nog eens dat ze ook geen idee hebben waar hun geld naartoe gaat.


Wie gaat het doen?

Steeds meer bedrijven krijgen nu aandacht voor het optimaliseren van hun cloudgebruik. In de voorhoede van deze groep bedrijven bevinden zich organisaties die actief zijn in de banken-sector en de financiële wereld. Logisch, want

“Tot een derde van wat banken en andere financiële dienstverleners betalen, gaat op aan middelen die zij niet (meer) gebruiken.”

weken tot wel maanden kon duren. Servers stonden ook in de eigen gebouwen, dus ze waren moeilijk te missen. Middelen waarvan de houdbaarheidsdatum was verstreken, werden wel opgemerkt door het bedrijf. Cloud-diensten zijn echter kris-kras door de organisatie heen ingekocht. Ze zijn onzichtbaar en de kosten stapelen zich op. Een enorm financieel lek en het ergste: niemand is verantwoordelijk.

De kosten van niet geoptimaliseerde middelen op de rekening gepresenteerd door Amazon, Microsoft en al die andere aanbieders zijn hoog. Tot een derde van wat banken en andere financiële dienstverleners betalen, gaat op aan middelen die zij niet (meer)

cloud-diensten zijn voor hen het belangrijkste gereedschap geweest voor het moderniseren van hun dienstenpakket en leveringsmodel. Het gegeven dat het gebruik van cloud op hun bedrijfsagenda staat, is een teken dat cloud computing een volwassen fenomeen aan het worden is. Daarnaast is het natuurlijk ook een kwestie van kosten en controle. Grote delen van hun cloud-rekening betalen zij voor het achter de hand houden van diensten, die verder geen enkele waarde (meer) toevoegen. Voor banken – altijd zo goed met cijfers – betekent dit een groot efficiency-probleem. Een van de belangrijkste vragen die zij zichzelf moeten stellen: wie wordt verantwoordelijk voor deze optimalisatieslag? 

“Verzekeringswezen is oud, stoffig en ouderwets”

Verzekeringen zijn nog niet klantvriendelijk genoeg. Wie dat vinden? Nou, de verzekeraars zelf. Verschillende Engelse spelers duiken diep in de fintech-wereld om zo de consument meer tegemoet te komen als het gaat om het transparanter én leuker maken van de verzekeringsbranche.

Verzekeringen missen vooral jeuk als het aan Andrew Brem, Chief Digital Officer bij verzekeraar Aviva, ligt. Op Computerworlduk.com noemt hij het verzekeringswezen zelfs ‘ongelooflijk saai’. Gordon Rutherford, hoofd Marketing en E-Commerce bij AXA Insurance doet er graag nog een schepje bovenop. Volgens hem is de verzekeringswereld gewoon ‘oud, stoffig en ouderwets’.

Consument geeft zich bloot

Tijd om in te grijpen dus. Massaal gaan verzekeringsmaatschappijen aan de slag met het ontwikkelen van mobiele apps, het investeren in digitale kanalen en het inhuren van game developers. En ook meer aandacht voor customer data staat hoog op het verlanglijstje.

De consument juicht innovatie in de verzekeringsbranche toe en is bereid zichzelf bloot te geven. Logisch, want hoe beter de verzekeraar op

de hoogte is van zijn gezondheidstoestand of rijgedrag, des te beter kan de premie daarop aangepast worden. Maar voor wat hoort wat. Zo wil de consument van de verzekeraar precies weten hoe de premie omlaag kan, bijvoorbeeld door het eigen gedrag aan te passen of te stoppen met roken. De verzekeraar stimuleert een gezondere levensstijl, en de consument betaalt minder premie. Een klassieke win-winsituatie.

Verzekeringen versus gaming

Een steeds grotere rol lijkt weggelegd voor de gaming-industrie. Zo maken klanten van Aviva dankbaar gebruik van de RateMyDrive-app. Via de app krijgt de verzekeraar op speelse wijze inzicht in het rijgedrag van de consument. Brem: “Echte wegpiraten kunnen we natuurlijk niet stoppen, maar we hopen zo wel te stimuleren dat onze klanten slimme keuzes maken. En voor hen is het ook vooral een competitie: iedereen vindt dat hij beter rijdt dan zijn vrienden.”



Beeld: Got Credit (gotcredit.com), Flickr Creative Commons

De verzekeringsbranche lijkt dus goed op weg, maar het is te hopen dat verzekeraars zichzelf niet verliezen in de nieuwe, speelse aanpak. Want als de consument hen uiteindelijk niet meer serieus neemt, dan is het al snel game over. ❶

/EXPERTAANDEEL: INNOPAY

Toegang tot data bij de bank?

Een game-changer voor alle partijen

De roep van fintech-bedrijven om toegang tot de data van de klant bij de bank en PSD2 hebben grote impact op de businessmodellen van banken. Voor de meeste betekent het onder meer dat ze meer gaan werken met (open) API's. Een grote gamechanger die een nieuwe manier van denken vereist, waar nog lang niet iedereen klaar voor is. Ook de fintechs niet.

In eerste instantie stonden veel partijen niet te springen om de aanpassingen in de regelgeving. Een veelgehoord geluid: “Het is niet eerlijk en bovendien moeilijk en gevaarlijk.” Onder PSD2 worden banken straks gedwongen klantdata met derden te delen. Staan ineens tegenover partijen als Google en Apple. En moeten allerlei aanpassingen doen waar ze misschien nog niet helemaal klaar voor zijn. Maar langzaam begint het besef door te sijpelen dat de wijzigingen ook diverse kansen met zich meebrengen.

Meer relevantie in het leven van de klant

Banken moeten zich meer openstellen voor derde partijen. En daar zit een kans. In plaats van klantcontacten via de eigen kanalen te moeten verzorgen worden ze nu ‘gratis’ geholpen door een leger aan innovatieve ontwikkelaars. Zij ontwikkelen net die oplossingen die bij banken van het prioriteitenlijstje afvallen.

Daarnaast hebben banken geïnvesteerd in zaken die nu goud waard blijken te zijn. Zo maakt een bank met het verschaffen van een digitale identiteit haar KYC-investeringen ten gelde en zit er een nieuw verdienmodel aan het openstellen van kennis van klantgedrag of risicomodellen.

Door deze fundamentele verandering in de betaalmarkt ontstaat een geheel nieuw competitief speel-

veld. Hierin kunnen nieuwe proposities in steeds veranderende samenwerkingsvormen naar de markt worden gebracht. Dit vraagt om nieuwe meer flexibele manieren van samenwerken waarbij co-creatie van oplossingen voor consumenten centraal staat.

Co-creatie van klantwaarde

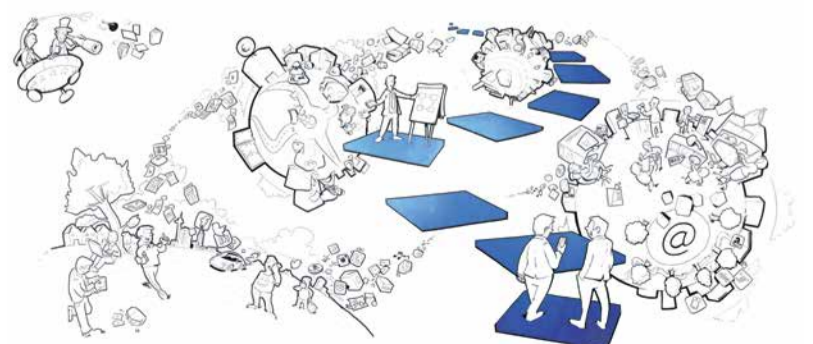
Voor financials die in de hoe-fase zitten, heeft Innopay een scan ontwikkeld. Deze maakt inzichtelijk in hoeverre de organisatie en haar ecosysteem klaar zijn voor co-creatie. Want co-creatie is een essentieel onderdeel om nieuwe businessmodellen uit te rollen. Om data tot het centrum van je businessmodel te maken, heb je namelijk derden nodig. Samenwerking tussen traditionele banken en fintechs kan onder de juiste condities veel synergie opleveren zoals innovatie van de dienstverlening en ontsluiting van een nieuw distributiekanaal. Met zogenaamde API's wordt het kostentechnisch nog aantrekkelijker om derde partijen aan te sluiten op je eigen producten en diensten, zoals de online-bankieren-app.

Voor banken liggen er dus mooie kansen. Kansen waar de consument

weer van kan profiteren. En de fintechs? Voor hen zie ik maar een paar scenario's: ofwel ze richten zich op een niche waar voor de bank geen potentieel ligt, of ze sluiten vriendschap met de banken en zorgen dat hun innovatieve producten in samenwerking met banken voldoende klanten gaat bereiken.

Wie geen van beide doet, zal niet in staat zijn om snel genoeg zelfstandig voldoende volume te realiseren en krijgt automatisch optie drie voor de kiezen: 'game-over'. Het finance-landschap is dus allesbehalve een stilleven. ❷

Tom Rijks, Hoofd digitale innovatie en co-creatie bij Innopay.



Kijk voor meer informatie over de scan op www.innopay.com/cocos-one

Middelgrote banken straks lachende derde?

Martijn Hohmann, CEO van fintech50-bedrijf Five Degrees, sprak onlangs op het grootste FinTech-event ter wereld, Money20/20 in Kopenhagen, over de toekomst van middelgrote banken. Waar veel bankiers vraagtekens zetten bij de levensvatbaarheid van middelgrote banken, zijn er volgens Martijn wel degelijk kansen om zowel met grootbanken als nieuwe fintech-partijen de concurrentie aan te gaan. Hoe gaan zij dit doen?

Wat zijn de belangrijkste marktontwikkelingen die middelgrote banken raken?

“Er zijn tal van trends waar zij mee te maken krijgen. Denk aan digitaal, omni-channel dienstverlening, Blockchain, nieuwe verdienmodellen, SaaS, de ‘API-economie’ en ga zo maar door. Een land aan mogelijkheden, maar je moet er wel klaar voor zijn. Middelgrote banken zijn dat vaak niet en ervaren deze ontwikkelingen daarom eerder als een bedreiging. Bedenk daarbij dat zij te maken hebben met concurrentie van zowel grootbanken als fintech-partijen. Grote banken hebben met dezelfde uitdagingen te maken, maar kunnen dat oplossen door schaal te creëren, te consolideren en hun innovatiebudget te verhogen. En fintechs zijn meer agile, met lagere kosten, meer focus in hun dienstverlening en ze vermijden de ingewikkelde regelgeving waar banken wel aan moeten voldoen van de wetgever.”

Kortom, middelgrote banken bevinden zich in een lastige positie?

“Dat lijkt inderdaad zo. Het is niet zo vreemd dat veel opinieleiders in de bancaire wereld vraagtekens zetten bij de toekomst van middelgrote banken. Want zelfs als deze banken een toekomstgerichte visie omarmen, dan nog hebben zij te maken met allerlei problemen op operationeel gebied – zeker als je kijkt naar de gemiddelde

kwaliteit van de systemen waar een doorsnee bankmedewerker nu mee werkt. Voor het onboarden van een nieuwe klant is er nog steeds een hoop papier nodig, omslachtige procedures en handmatige invoer van gegevens. Deze banken weten dat zelf ook heel goed. Zij hebben het gevoel dat voordat zij klaar zijn voor al die nieuwe trends en innovaties, ze eerst de basis op orde moeten brengen.”

Kan dit opgelost worden? Zijn middelgrote banken straks klaar voor al die sexy innovaties?

“Het kan zeker opgelost worden. Wij hebben dat zelfs gedaan voor meerdere banken, zoals Van Lanschot en Knab. De operatie van Knab draait zelfs volledig op Matrix, het softwareplatform dat wij hebben ontwikkeld voor middelgrote banken. Onze visie is dat het niet de oplossing is om alleen een hagelnieuwe, fraai ogende klantenportal te bouwen, zoals sommige banken doen. Het lost je onderliggende problemen niet op, maakt je processen niet efficiënter en het ondersteunt niet de opkomst van Blockchain, mobiel



Martijn Hohmann, Five Degrees

bankieren en nieuwe betaaldiensten. Ook met het moderniseren van backend systemen kom je er niet; de administratie van een spaarrekening is het probleem niet. De echte uitdaging is agility: snel kunnen reageren op elke relevante trend.”

En hoe reageert de middelgrote bank van de toekomst snel op elke relevante trend?

“De sleutel is automation. Automatisering van activiteiten, taken en processen

over alle kanalen heen, ongeacht de route die de klant neemt. Het gaat niet om omni-channel dienstverlening, maar juist om omni-access. De dynamiek van de API-economie dwingt de banken om heel snel nieuwe kanalen en diensten aan te sluiten en af te kunnen stoten. Het maakt hierbij niet meer uit of het om eigen diensten gaat of om diensten van derde partijen, waaronder zelfs die van andere banken. Om die situatie te bereiken is een intelligente, orchestrating, midoffice nodig zoals Matrix, ons digital banking platform.”

Waarom is dit voor middelgrote banken de ideale oplossing?

“We leven steeds meer in een datage-dreven, connected wereld waarin alles en iedereen met elkaar communiceert. Met een intelligente orchestrating mid zijn middelgrote banken in staat te concurreren met grote banken, die te complex en log zijn om zo'n systeem in te voeren. En met fintechs, op basis van een rijke, complete klantervaring. Het is dus bij uitstek een brug tussen de oude en nieuwe wereld van bankieren.”

“De echte uitdaging is agility: snel kunnen reageren op elke relevante trend”

/BLOCKCHAIN

De sector wacht een “radicaal andere competitieve toekomst”

Blockchain: dé belofte van dit moment in de financiële wereld. Steeds meer banken, financiële dienstverleners, maar ook andere sectoren als accountancy en de game-industrie investeren hierin. Er is geloof in blockchain.

TEKST: JOSIEN VOS

Blockchain, de technologie achter de bitcoin, maakt betalingen mogelijk zonder dat er een centrale partij bij betrokken is. De middle man maakt plaats voor een decentrale boekhouding. En dat is gewenst in een tijd waarin de onvrede over het huidige bancaire systeem groot is, aldus Bitcoin-expert Robert-Reinder Neder-

hoed. “Ik probeer me niet te veel af te zetten tegen de banken. Wel vind ik het belangrijk dat er een wereldwijd alternatief is, vrij van politiek, met vaste regels en waaraan iedereen kan meedoen.” Nederhoed ziet met name voor betalingen op internet en voor apparaten onderling een belangrijke rol weggelegd. “Hoe handig zou het zijn als je auto zelfstandig je parkeergeld, tol en benzine betaalt?”

De theorie

Welke effecten blockchain precies zal hebben is nog onduidelijk. Wel wordt er veel gespeculeerd. PwC schrijft in een recent rapport dat blockchain kan leiden tot een “radicaal andere competitieve toekomst in de

financiële dienstverlening. De huidige winstmodellen worden ontwricht en herverdeeld naar de eigenaren van nieuwe, hoogst efficiënte blockchain-platforms.”

Deloitte Nederland onderzoekt hoe Nederlandse klanten kunnen profiteren van de technologie. “We doen dat ook niet alleen vanuit de accountancy, want dit onderwerp gaat veel breder. Blockchain is ook toepasbaar in bijvoorbeeld de zorg, muziekindustrie en het zogenaamde ‘Internet of Things’, aldus Alexandre Janssen.

De praktijk

De Nederlandsche Bank wil blockchain inzetten voor het verbeteren van

de eigen bedrijfsvoering. Dat gebeurt in de vorm van een digitale munt. Mogelijk zorgt dat uiteindelijk voor een daling van transactiekosten in de financiële sector.

Fujitsu, wereldwijd leverancier van dynamische IT-infrastructuren, en de Japanse Mizuho Bank ontwikkelden een succesvolle pilot met als doel fraude met transactiesgeschiedenissen te bedwingen. Ze bewezen dat transacties over de grens een stuk sneller verwerkt kunnen worden dan nu het geval is. De Japanse bank overweegt de technologie dagelijks te gaan gebruiken bij transacties over de grens.

Wetswijzigingen in 2016: wat zijn de gevolgen?

Recentelijk zijn enkele, in meer of mindere mate ingrijpende wetswijzigingen doorgevoerd die betrekking hebben op de financiële wereld. Sommigen raken start-ups, andere stimuleren gevestigde organisaties. Advocate Anne Hakvoort, specialist op het gebied van financieel toezichtrecht en met focus op fintech, duidt de relevante wetswijzigingen.

TEKST: JOSIEN VOS EN AARON MIRCK

De regels rondom crowdfunding zijn aangepast per 1 april 2016. De voorschriften waaraan een lending platform dient te voldoen om de benodigde ontfanging te krijgen, zijn aangescherpt. Zo moet meer level playing field ontstaan met een investment based platform dat in principe onder een zwaar vergunningsregime valt. Tegelijkertijd is het provisieverbod dat van toepassing was op investment based platforms onder voorwaarden geschrapt, waardoor deze platforms – net als de lending platforms – provisies in rekening kunnen brengen bij anderen dan rechtstreeks bij de klant.

Verder kan er meer geïnvesteerd of uitgeleend worden dan de voorheen vastgestelde maximum bedragen. Hakvoort benadrukt dat er nog geen uniform regelgevend kader is voor crowdfunding in Europa. Met name het toezicht op lending based crowdfunding verschilt per lidstaat. “Dit kan ertoe leiden dat het platform haar dienstverlening of het product anders moet structureren in verschillende lidstaten om aan de lokale regelgeving te kunnen voldoen.” Hakvoort verwacht dat crowdfunding assets verhandelbaar worden. “Crowdfunding heeft de aandacht van institutionele beleggers, maar dan moeten de investeringen wel liquide gemaakt kunnen worden. Door die verhandelbaarheid verschiet niet alleen het product maar ook het platform van kleur. De platforms zullen investment based crowdfunding platforms worden, met zowel verhandelbaar eigen vermogen zoals aandelen als ook verhandelbaar vreemd vermogen zoals obligaties.”

Mortgage Credit Directive (MCD)

De Europese hypotheekrichtlijn of “Mortgage Credit Directive” (MCD) bevat regels voor het aanbieden en bemiddelen in hypothecair krediet aan consumenten. Deze richtlijn heeft als doel een goed functionerende Europese markt voor woninghypotheken tot stand te brengen. Hierin is een hoog en gelijkwaardig niveau van consumentenbescherming in alle lidstaten belangrijk. De richtlijn is op 1 april 2016 ingevoerd.

Een van de veranderingen is de invoering van het ESIS, het European Standardised Information Sheet. De aanbieder/adviseur moet dit informatiedocument aan de klant verstrekken. Hiermee is internationale vergelijkingsmogelijkheid tussen aanbieders en bemiddelaars. Verder is een belangrijke wijziging dat geldverstrekkers pas een bindende offerte uitbrengen nadat de kredietwaardigheid van de klant is beoordeeld en de aanvraag is goedgekeurd. Hakvoort: “Ook hier staat het beschermen van de consument centraal en het draagt bij aan de transparantie van de markt. Een interessante (fintech) ontwikkeling is dat er gewerkt wordt aan platforms waarop zowel de ‘mainstream’ hypotheekverstrekkers als (gedeeltelijk) de crowd hypothecair krediet kunnen verstrekken. Een peer to peer hypothecaire (deel)lening dus. Dat werpt diverse boeiende juridische vragen op. Kunnen we het platform beschouwen als hypotheekaanbieder? Hoe zit het met de verdeling van de zekerheden? Welke exit wordt aan de crowd geboden? Een horizon van 30 jaar zal immers ontbreken.”

PSD2

De Payment Service Directive 2, oftewel PSD2, is onlangs in werking getreden en dient in 2018 te zijn geïmplementeerd. In navolging op de huidige PSD moet PSD2 het betalings-landschap aantrekkelijker en concurrerender maken. Het is erop gericht om de concurrentie in het betalings-landschap te verbeteren en de drempels voor nieuwe toetreders in de payments industry, zijnde niet-banken, weg te nemen. “Een van de belangrijkste positieve effecten van PSD2 is dat rekeninghouders toestemming kunnen geven om derden toegang te geven tot hun accounts bij hun bank – al denken banken daar

Welke exit wordt aan de crowd geboden?

natuurlijk anders over”, vertelt Hakvoort. “Derden kunnen straks informatie vergaren op basis waarvan zij hun eigen productaanbod aan die klant kunnen verbeteren. Als jurist ben ik benieuwd hoe dit precies uitwerkt: denk aan de privacy en aansprakelijkheid in deze nieuwe situatie. Zorgwekkend is dat banken hoge kosten moeten maken voor bijvoorbeeld cybersecurity en die waarschijnlijk doorberekenen aan de consument. Deze wetgeving heeft dan ook meer implicaties dan we nu denken. De kritiek van de banken is dan ook niet zo gek.”

/COLUMN

Wie wordt de sexy koning in finance?

“Vanwege het slechte imago van de sector kunnen we geen geschikte kandidaten vinden.” Of nog zo een: “Consumenten vinden finance niet sexy.” Allemaal waar. Maar dat betekent ook dat je in het land der blinden als snel koning bent.

Als uitgever en copywriter help ik samen met mijn collega's bedrijven die zelf uitgever willen worden, die zelf de regie willen nemen. Traditionele PR wordt immers steeds moeilijker en doordat consumenten vooral inhoud, kennis en tips tot zich willen nemen, neemt de toegevoegde waarde van advertenties sterk af. Wie toch nog die consument wil bereiken, moet dus met een plan B komen. En dan biedt contentmarketing voor velen uitkomst.

Wat is dat dan, contentmarketing? De afgelopen jaren hebben we die vraag natuurlijk vaak te horen gekregen. Die beantwoordden we meestal aan de hand van voorbeelden. En voorbeelden te over! In de B2C-markt. In telecom. In retail. In consultancy. Maar in finance? Standaard noemden we Allerhande van Albert Heijn en als voorbeeld in finance The Finan-

cialist van Credit Suisse. En bescheiden als we zijn, noemden we FinanceInnovation, dat immers ook een vorm van contentmarketing is, want een productie van ons communicatiebureau Mediativ. Soms noemden we ook enkele Nederlandse finance cases, hoewel die lange tijd echt schaars waren en naar onze smaak nog met te veel directe commerciële push.

Dat verandert nu. Een toenemend aantal financials ontdekt de meerwaarde van kennis delen en zet contentmarketing in om de band met de doelgroep te versterken en zichzelf als autoriteit op een bepaald thema neer te zetten. Om een bepaald thema weer hot te maken. Of als kanaal voor arbeidsmarktcommunicatie.

Met een gedegen strategie, goede content en de toepassing van marketing automation kun je daar zelfs conversiedoelstellingen aan koppelen. En dat beginnen steeds meer financiële instellingen te begrijpen. Zo werd in maart de B2B Marketing Award uitgereikt. Onze klant AFAS Software ging er met de hoofdprijs vandoor. Maar goede tweede en derde waren ABN Amro en Rabobank. En dat noem ik nou mooi

nieuws. Want instellingen die innovatief zijn in hun marketing en communicatie, die waardevolle content produceren, op maat en zonder directe commerciële push, maken finance voor de consument een stuk aantrekkelijker.



SUZANNE WIJERS
UITGEVER FINANCEINNOVATION

Eindelijk: één burgerplatform voor alle financiële data

Het besef dat klanten niet meer blind varen op een advies, maar ook behoefte hebben aan inzicht, is inmiddels wel doorgedrongen in de financiële sector. Daarom zien we inzicht en advies steeds vaker hand in hand gaan. Daar valt echter het nodige op af te dingen. En dus maken we ons klaar voor de volgende stap: het loskoppelen van inzicht.

Inzicht bieden en advies verstrekken zijn vaak sterk met elkaar verweven. Bankiers mogen zichzelf adviseur noemen, ook al verkopen ze alleen hun eigen producten. Verschillende financiële dienstverleners beschikken over een platform waarop ze de klant inzicht bieden in zijn of haar financiële producten. Op basis van die gegevens verstrekken ze dan tevens advies. Het feit dat er steeds meer van dergelijke platforms zijn, betekent dat de financiële sector heeft geluisterd naar de behoefte van de klant: die wil inzicht en overzicht.

Dergelijke platforms zijn absoluut een stap in de goede richting. Ze bieden echter geen holistisch overzicht. Je ziet doorgaans alleen de producten die je bij de betreffende dienstverlener hebt lopen. En zij zijn alleen toegankelijk voor klanten. Wat consumenten écht willen, is een totaaloverzicht, aangeboden door een niet-commerciële aanbieder. Waar inzicht en advies losgekoppeld zijn en waar iedereen gebruik van kan maken. Je voelt 'm misschien al: dat platform komt eraan.

Financieel Paspoort

Vanuit denktank Pensioenlab is in 2014/2015 onderzocht hoe de pensioencommunicatie verbeterd moest worden. Dat resulteerde in de plannen

Op 24 mei 2016 organiseert de Stichting Financieel Paspoort een conferentie bij de SER in Den Haag. De conferentie is onder meer bedoeld voor banken, verzekeraars, pensioeninstellingen, overheidsinstanties en belangenorganisaties.

voor het realiseren van Financieel Paspoort. In het najaar van 2015 is daartoe een stichting in het leven geroepen, aangevoerd door burgers met een financiële achtergrond. De stichting wil met Financieel Paspoort het financieel bewustzijn van burgers verhogen. Uiteindelijk moeten consumenten op dit platform alle financiële data terugzien, zoals bank-, verzekerings- en pensioenproducten. De data is alleen beschikbaar en zichtbaar voor de consument, tenzij hij of zij ze deelt met een andere dienstverlener om bijvoorbeeld een hypotheek af te kunnen sluiten. Het grote voordeel daarvan is dat de klant niet allerlei zaken opnieuw moet invullen, zoals nu nog vaak het geval is.

Eén holistisch platform voor alle consumenten
Kortom, het is een burgerinitiatief, vrij van commercie, holistisch en beschikbaar voor alle burgers.

Omdat Financieel Paspoort exact uitdraagt waar wij voor staan – data ontsluiten en toegankelijk maken – hebben wij onze steun toegezegd. Yellowtail levert de techniek om data van verschillende bronnen te koppelen en wij zorgen voor inzicht door de ontsluiting ervan op het platform.

Doet u ook mee? 



Nathan Brouwer, Enterprise Account Executive bij Figlo

/EXPERTAANDEEL: SPOTCAP

“Er moet in Nederland meer aandacht komen voor fintech”

Fintech krijgt steeds meer prioriteit in Nederland. Toch is er nog genoeg ruimte voor verbetering. Dat vindt Niels Turfboer, hoofd van de Benelux en UK bij Spotcap. “We zijn goed bezig, maar het mag sneller.”

“Als je kijkt naar het huidige fintech-ecosysteem, zijn we in Nederland op de goede weg.” Turfboer doelt daarmee onder meer op de komst van nieuwe spelers op de fintech-markt, zoals Funding Circle en het eigen Spotcap. “Maar ook Holland FinTech speelt een grote rol. Die organisatie doet fantastisch werk. Denk bijvoorbeeld aan het organiseren van diverse fintech-bijeenkomsten voor start-ups en het voeren van gesprekken met advocatenkantoren over het verbeteren van de regulering rondom fintech. Holland FinTech heeft er mede toe bijgedragen dat fintech bij de overheid hoger op de agenda is terechtgekomen.”



Niels Turfboer, Spotcap

Fintech-ambassadeur

Inmiddels buigt de Tweede Kamer zich over het vraagstuk wat de rol van de AFM en DNB moet zijn in de ontwikkeling van fintech in Nederland en is oud-minister Willem Vermeend benoemd tot fintech-ambassadeur. “Als verbindingsofficier zorgt hij voor de juiste synergie tussen traditionele par-

tijen en nieuwkomers in fintech. Daarnaast heeft Holland FinTech recentelijk de plannen bekendgemaakt voor ‘Metropolis’, een fintech-broedplaats in Amsterdam waar start-ups bij elkaar komen. Dat werkt enorm innoverend.”

Vergunning na een jaar

Toch is er nog ruimte voor verbetering, zo vindt Turfboer. “Het schort bijvoorbeeld nog aan geschikte regelgeving voor alle partijen. De huidige regels zijn voornamelijk relevant voor meer traditionele financieringspartijen. Fintech start-ups komen moeilijker door de aanvraagprocedure voor een zware vergunning heen. Daarbij is het verkrijgen van


een vergunning vaak een kostbaar proces. Al met al heeft het vaak veel voeten in aarde voordat een fintech start-up over de juiste vergunningen beschikt.”

Goede voorbeelden

Nederland zou volgens Turfboer een voorbeeld moeten nemen aan het Verenigd Koninkrijk. “De

overheid heeft daar een prominente rol in het stimuleren van een gezond fintech-ecosysteem. Het land verstrekt tijdelijke vergunningen aan fintech start-ups, maar werkt ook met een zogenaamd ‘Bank Referral Scheme’. Dat houdt in dat banken die een MKB-klant niet kunnen helpen, die verplicht moeten doorverwijzen naar alternatieve fintech-financieringspartijen. Hierdoor stimuleer je niet alleen de ontwikkeling van fintech, maar het leidt ook tot verbetering van de financiering voor het MKB. En dat resulteert weer in meer bedrijvigheid in en economische groei van je land.”

Belangrijk jaar

Als het aan Turfboer ligt, wordt 2016 een belangrijk jaar voor fintech in Nederland. “Het zou goed zijn als we de versnelling doorzetten. In Nederland mag echt meer aandacht komen voor fintech. Londen is momenteel fintech-hoofdstad, maar ook Madrid, Berlijn en Parijs volgen in rap tempo.” Spotcap helpt mee Nederland als fintech-land op de kaart te zetten. Bijvoorbeeld door om de tafel te gaan met regelgevers, betrokkenen vanuit de politiek en overheid en door veelvuldig presentaties te geven over de mogelijkheden van en trends in fintech. “We zijn op de goede weg, maar het mag van mij allemaal best wat sneller.” 

De senior professional heeft werkgevers voor het uitkiezen

(en met deze tips kiest hij voor jou)

De werkgeversmarkt van professionals in de financiële dienstverlening is omgedraaid in een werknemersmarkt. Kandidaten die eerst aan de zijlijn stonden, hebben nu opeens meerdere opties en lijken het meer voor het zeggen te hebben dan werkgevers. Het HR-beleid van veel financiële bedrijven blijft echter achter bij de veranderende arbeidsmarkt.



Edwin Cornet is management consultant bij Whyz, headhunter en specialist in interim bemiddeling voor management en senior specialisten binnen de financiële en zakelijke dienstverlening. Whyz richt zich op het aanstormend talent met relevante ervaring, dat een volgende, verticale stap ambieert om zijn/haar carrière verder vorm te geven.

De vraag naar 'senior professionals' in de financiële sector groeit, waardoor op termijn het aanbod schaarser wordt. Bedrijven zijn verwend door de crisis en blijven daardoor achter in hun HR-beleid. Met hun houding lopen zij het risico potentiële werknemers af te schrikken. De professional in de financiële dienstverlening van vandaag komt niet meer in beweging voor het salaris, de uitdaging of de organisatie alleen. Hij of zij wil kunnen leren, ervaren hoe de cultuur van een organisatie is. Hij shopt, net als de gemiddelde consument, bij verschillende werkgevers.

Oplossing

Niet elke werkgever lijkt zich bewust van zijn (nieuwe) rol. Werkgevers die dat niet zijn, lopen het risico met hun houding potentiële werknemers af te schrikken. Dat is onnodig en zonde. Dit betekent niet dat het een verloren zaak is voor bedrijven die op zoek zijn naar nieuwe professional in de financiële dienstverlening. Zij kunt een voorsprong pakken door hun houding aan te passen. Zij moeten hun organisatie weer leren verkopen. In sollicitatiegesprekken moet er niet

alleen gefocust worden op wat de werknemer denkt toe te voegen, er moet ook serieus worden ingegaan op wat het bedrijf kan betekenen voor de carrière van de professionals in financiële sector. Alleen dan worden ze verleid om in te gaan op een vacature.

Verleid

Wat moet je doen als werkgever? Wees je allereerst bewust van je imago. Wat kan jouw bedrijf aan iemands carrière toevoegen? Zet alle plussen en minnen op een rij. En bedenk hoe je jouw bedrijf kan verkopen. Besef wat jouw rol in het gesprek is. Streef er naar om een bepaalde sfeer neer te zetten. Wees gastvrij. Verleid. En in het verlengde daarvan: wees empathisch en niet vijandig. Het klinkt als een open deur, maar dat is het (helaas) niet.

Nog veel bedrijven beginnen een gesprek aanvullend, en stellen dat 'de kandidaat niet moet denken dat we de functie voor hem aanpassen'. Dat kan echt niet meer. En tot slot: wees consequent. Alles is marketing, dus ook de arbeidsmarktcampagne. Die moet dan ook consistent zijn. Pas dan ben je je bedrijf aan het verkopen, zoals het hoort. **f**

/EXPERTAANDEEL: FBD BANKMENSEN

Henk Kelder (FBD Bankmensen):

"Investeringsstoets belemmert groei crowdfunding"

De AFM geeft crowdfunding geen reële kans. Dat stelt Henk Kelder, directeur van FBD Bankmensen. De investeringsstoets voor crowdfunding, die op 1 april jl. is ingegaan, schrikt investeerders volgens hem af en verschaft ze niet het juiste inzicht.

Kelder is een bankenman in hart en nieren. Na een carrière als zelfstandig professional in het bankwezen, detacheert hij als mede-eigenaar van FBD Bankmensen sinds 2000 interim-professionals in de bancaire en verzekeringsbranche. FBD heeft goede banden met toonaangevende Nederlandse banken binnen de zakelijke en particuliere markt. Vanuit zijn achtergrond in het bankwezen heeft Kelder een goed zicht op de markt van financieringsproposities. Hij ziet een nieuw evenwicht ontstaan in de financiële wereld. "Crowdfunding maakt een stormachtige groei door, maar het is de vraag of de markt deze investeringsstoets aankan. Nieuwe initiatieven, die de rol van traditionele partijen overnemen, verdienen meer ruimte dan ze nu krijgen", aldus Kelder. "Ik hoop dat de AFM volgende vernieuwingen meer ruimte geeft; de groei van de Nederlandse economie is juist afhankelijk van financiële innovaties."

Investeringsstoets

Diverse partijen vrezen dat de investeringsstoets (zie kader) leidt tot administratieve rompslomp, die uiteindelijk verlamdend werkt. Kelder: "De toets geeft ook geen inzicht in de belegging, maar vraagt slechts naar de kennis die de belegger heeft van crowdfunding. Daarmee wordt alleen duidelijk dat crowdfunding – zoals elke belegging – een risico heeft. De toets maakt niet inzichtelijk welk risico gepaard gaat met investeringen in dit specifieke crowdfundingproject, terwijl dat informatie is waar beleggers wat aan hebben. De toets lijkt zijn doelstelling dan ook niet te bereiken."

Belang van crowdfunding

Wat is het nadeel van een rem op crowdfunding? Bancaire partijen moeten grotere reserves aanhouden, waardoor er minder kapitaal beschikbaar is om economische groei mogelijk te maken. Crowdfunding levert deels dat kapitaal. De crowdfundingmarkt verdubbelt de laatste jaren structureel en kwam het afgelopen jaar uit op 125 miljoen euro. De directeur van FBD Bankmensen snapt waarom de AFM in actie komt. "Het is een logische reflex om na een ramp, zoals de financiële crisis, regels en maatregelen op te stellen om een volgende ramp te voorkomen,"

stelt Kelder. "Deelname in het financieel verkeer gaat echter niet zonder risico's, dat toont ook de laatste crisis aan. Ook banken kunnen failliet gaan. Risico's zijn alom aanwezig en beperken zich niet tot nieuwe spelers of producten, zoals crowdfunding. Het is belangrijk dat de AFM dat eerlijk communiceert." **f**



Investeringsstoets?

Crowdfundingplatformen dienen sinds 1 april jl. bij investeringen van meer dan 500 euro te onderzoeken of de investering verantwoord is. Als de investering groter is dan 5.000 euro, mag de toets een beperktere omvang hebben. Bovendien hoeft de toets niet opnieuw plaats te vinden als het gaat om een vervolginvestering van maximaal 5.000 euro.

“Open banking heeft de toekomst”

De klant moet te allen tijde centraal staan. Ook in de financiële wereld. Dat vinden Sophie Guibaud (Fidor Group) en Ingrid de Graaf (Delta Lloyd). Beide vrouwen bekleden een hoge positie in finance en zien de sector veranderen. Wat vinden zij nog meer belangrijk? En welke rol speelt innovatie bij hun bedrijf?

TEKST: WENDY DE LIEFDE



Sophie Guibaud, Fidor Group. Lees haar profiel op www.financeinnovation.nl/sophie-guibaud



Ingrid de Graaf, Delta Lloyd. Lees haar profiel op www.financeinnovation.nl/ingrid-de-graaf

Sinds maart 2015 is Sophie Guibaud Vice President European Expansion bij Fidor Group in het Verenigd Koninkrijk. Daar is ze verantwoordelijk voor de Europese uitrol van Fidor Bank en bepaalt ze welke producten wel en niet moeten worden gelanceerd. Guibaud groeide op in Bordeaux, maar wist al snel dat ze de Franse grens over wilde. Ze studeerde Finance in Canada en begon haar carrière in New York als M&A-analist. Inmiddels heeft ze veel ervaring op het gebied van onder meer investment banking, productstrategie en fintech.

Focus op fintech

Wat betreft fintech heeft de Franse een duidelijk doel voor ogen. “Ik zie graag dat fintech-bedrijven meer gehoord worden. Zij leggen de focus namelijk op customer experience en nieuwe businessmodellen die meer in lijn zijn met de huidige verwachtingen van de klant. Banken zijn daar nog niet. Die hebben te maken met bijvoorbeeld strenge regelgeving en geven nog weinig prioriteit aan feedback vanuit de klant. Fintech-organisaties kunnen banken daarbij helpen. En zij hebben op hun beurt weer veel aan de banken, door bijvoorbeeld gebruik te maken van hun infrastructuur en bancaire vergunningen. Meer samenwerkingen tussen deze twee partijen kan hun marktpositie versterken.”

Multichannelmodel

Ingrid de Graaf, lid van de raad van bestuur, hoopt binnen vijf jaar van Delta Lloyd de meest klant- en intermediairgerichte verzekeraar te maken. De Brabantse studeerde Taal- en Letterkunde in Utrecht en startte in 1999 bij Delta Lloyd, waar ze via functies als Adviseur Interne Communicatie en Directeur Commerciële Divisie in 2014 in de RvB terechtkwam. Haar portefeuille bestaat uit ABN AMRO Verzekeringen, Delta Lloyd Schade, Delta Lloyd Bank en Delta Lloyd Asset Management en HR, evenals duurzaamheid en het onderdeel Klant, Merk en Digitaal.

De Graaf: “Wij willen dat klanten met ons zaken doen op een manier die zij wensen en wanneer ze dat willen. Daarvoor werken wij nauw samen met onze businesspartners en het intermediair. Het vervullen van klantbehoeften in een multichannel-model zoals bij Delta Lloyd (de verzekeraar heeft vier bekende merken: Delta Lloyd, ABN AMRO Verzekeringen, BeFrank en OHRA) vraagt om het signaleren en implementeren van innovaties.

Innovatie hoog in het vaandel

Hoe Delta Lloyd omgaat met innovaties? “Met het gebruik van nieuwe technologieën betrekken onze medewerkers klanten actief bij hun pensioen en doen

zij er alles aan om pensioen zo eenvoudig en duidelijk mogelijk te maken. Een mooi voorbeeld van innovatie is onze moderne online pensioen-uitvoerder BeFrank. Maar ook werken we met Synerscope en Sjerlok. Het laatste is een systeem dat het gebruik van big data, kunstmatige intelligentie en spoorwerk combineert om op het internet naar vermiste of gestolen objecten te zoeken. Met Synerscope hebben wij een methode voor data-analyse ontwikkeld voor het opsporen van fraude.”

Ook bij Fidor staat innovatie hoog in het vaandel, zo vertelt Guibaud. “We willen altijd de eerste zijn en werken veel samen met fintech-bedrijven. Zo lanceren we hopelijk dit jaar nog het zogenaamde voorschot- en ‘emergency loan’-concept. Dat laat klanten binnen één minuut geld lenen - maximaal 200 euro emergency loan en meer als het om een voorschot gaat. Ook kunnen we dankzij onze peer-to-peersamenwerkingen onze klanten koppelen aan andere partijen als wij een bepaalde lening niet kunnen verstrekken. Dit systeem, ook wel ‘open banking’ genoemd, werkt al jaren voor ons.” Bij Fidor zijn ze dan ook zeer te spreken over de nieuwe PSD2-wet. “Open banking is één van de belangrijkste onderdelen van PSD2. Daarmee bieden we klanten betere service en diensten, door ze waar nodig door te verwijzen naar partners. En andersom. Open banking heeft wat mij betreft de toekomst.”

Richard Souisa, NIBE-SVV:

“Maatwerk wordt de nieuwe standaard”

De veranderingen in de financiële wereld hebben effect op de grote financiële instellingen, maar ook op hun leveranciers. Wat zien we in de opleidingsmarkt gebeuren? We vragen het Richard Souisa, accountmanager bij NIBE-SVV. “We moeten nog adequater reageren op veranderingen.”

Wat valt jou op als het gaat om ontwikkelingen in de financiële sector?

“De financiële sector zit nog steeds in zwaar weer. Wel is het vertrouwen van de particuliere en zakelijke cliënten enigszins terug. Door de strengere eisen die door de Autoriteiten

Financiële Markten stelt, worden financiële instellingen gedwongen om hun bedrijfsvoering en hun koers te wijzigen. Er dient meer rendement uit de bedrijfsvoering gehaald te worden, onder meer door online bankieren steeds aantrekkelijker aan te bieden. Ondanks dat deze ‘nieuwe’ ontwikkeling niet door iedereen wordt toegejuicht, kunnen wij eigenlijk niet om deze veranderingen heen.”

In hoeverre heeft de snel veranderende financiële wereld effect op de kennis en kunde die professionals in deze sector nodig hebben?

“Veranderingen binnen deze boeiende wereld zorgen voor meer besef. Het besef dat de professionals aan-

toonbaar vakkundig en vakbekwaam moeten zijn. Er wordt dus meer verwacht en geëist van de medewerkers binnen de financiële sector. Een professional wordt nu geacht om beter te zijn en beter te presteren dan zijn of haar collega's. De onderlinge concurrentie wordt hierdoor alsmaar groter. Ga je mee in de snel veranderende financiële wereld of mis je de boot?”

Wat betekent dit voor de opleidingsmarkt? Zijn er al verschuivingen gaande?

“De opleiders van de professionals moeten nog adequater reageren op de veranderingen binnen de financiële sector. Leun je achterover, dan mis je de opdrachten. Laat je actief je gezicht op de markt zien, dan is de kans groot dat je wordt herkend.”

Welk type opleidingen worden minder aangeboden, nu en in de toekomst?

“De focus moet weer komen te liggen op vakbekwaamheid en niet op ‘hoe kom ik snel door het examen?’ De vakinhoudelijke ontwikkeling verdient meer aandacht. De minimale opleidingseis die wordt gesteld aan een potentiële professional is HBO werk- en denkniveau.

Hierdoor wordt het steeds interessanter om HBO en Post Bachelor/Master Opleidingen aan te bieden. Maar we moeten vooral MBO niveau 4 niet onderschatten. Deze groep ‘studenten’, voornamelijk met een hospitality achtergrond, kan snel doorstromen naar het gewenste niveau dat financiële instellingen wensen.”



Op weg naar fintech 2.0:

De toekomst van de grootbank

De kapitaalmarkt maakt een grote verandering door: terugtrekkende grootbanken, nieuwe toetreders die in het gat op de kapitaalmarkt springen en MKB'ers die aan deze nieuwe realiteit moeten wennen. Maar wat betekenen de ontwikkelingen voor grootbanken?

Topicus introduceert binnenkort Fyndoo, de eerste online tool waarmee zakelijke kredieten met elkaar vergeleken kunnen worden door accountants en kredietadviseurs. Trefi Finance biedt financiering aan voor het MKB, maar ook kredietinformatie, facturatie en debiteurenbeheer. We vroegen Wouter Pollmann (Directeur Marketing & Communicatie van Topicus Fintech Software) en Ed Kiers (Account Manager New Business bij Trefi Finance) naar de gevolgen van fintech 2.0.

Verwachten jullie dat kapitaal en dienstverlening steeds meer van elkaar vervreemd raken?

Kiers: “Banken bieden, verwacht ik, op termijn alleen nog krediet en advies in fysieke filialen aan bedrijven met een omzet van minstens tien miljoen euro. Kleinere bedrijven regelen hun krediet en advies dan online. Ik verwacht dat (groot-)banken daar ook gebruik van gaan maken: het advies wordt dan ook niet gescheiden van de financiering, maar meer digitaal ingericht. Banken zullen dus

nog wel krediet aanbieden, maar het advies zal digitaal worden ingericht.”

Pollmann: “Als alternatieve financiers – bijvoorbeeld innovatieve start-ups – dit beter kunnen inrichten dan de traditionele aanbieders, dan zullen zij een substantieel marktaandeel verwerven. Labels van de SNS Bank in de particuliere markt lopen daarbij voor op andere banken. Zij bieden ook kapitaalproducten van andere leveranciers aan, en daarmee een veel onafhankelijker advies. Ik verwacht dat de rest van de markt volgt.”

Wat betekent dat voor de toekomst van grootbanken?

Kiers: “Als een ondernemer geld nodig heeft, zal hij via zijn accountant naar de bank gaan. In verregaande mate worden de diensten van de bank gedigitaliseerd; het aantal bankfilialen zal dan ook teruglopen. Daarbij komt

er ruimte voor nichespelers die specifieke diensten gaan aanbieden.”

Pollmann: “Technologie gaat een belangrijke rol spelen. Denk aan de inrichting van een passend product- en bankbeleid. Zonder te veel in technische details te vervallen, gaat het over ‘tailormade’ IT-oplossingen.



Denk bijvoorbeeld aan het inzetten op een *work object centric*-inrichting van processen, in plaats van *process centric*-inrichtingen.”

In welke mate en op welk gebied gaan grootbanken samenwerken met fintech-partijen?

Kiers: “Uiteindelijk verwacht ik dat zij met banken gaan samenwerken. De bank houdt namelijk het primaire contact met de rekeninghouder en verzorgt het betalingsverkeer, nichespelers zoals wij leveren daarnaast de specialistische diensten.”

Pollmann: “Ik denk dat we naar fintech 2.0 gaan, waar de brug geslagen wordt tussen deze twee werelden. Banken zullen samenwerkingen aangaan, maar wel op een manier die past binnen hun *compliance*-richtlijnen, de kaders van de wetgever en op een voorspelbare en beheersbare manier. Je ziet dat doordat de fintech-kwajongens groot worden, ze ook met deze criteria te maken krijgen. Dat uit zich al in banken die startup-bootcamps sponsoren en andere samenwerkingen die worden ingericht; er worden nu al bruggen gebouwd.”

De Fintech-belofte

Fintech: een revolutie binnen de financiële markt?

Over de effecten van big data, robo-adviseurs en de blockchain

Opinieleiders bediscussiëren
fintech-trends en vertalen die naar
realistische toekomstscenario's
voor de financiële markt

Wat zijn de risico's van
de 'technologische storm'
en hoe verandert de rol
van de toezichhouders?



Fabian Vandenreydt (BE)
Head of Securities Markets
SWIFT Institute



Merel van Vroonhoven
Bestuursvoorzitter
AFM



Chris Vogelzang
Lid Raad van Bestuur
ABN AMRO



Willem Vermeend
Fintech-gezag
Ministerie van Financiën



Roger Peverelli
Co-auteur Reinventing
Financial Services



Thomas Bunnik
Founder & CEO
Pritle

Koop nu uw tickets: www.nrclive.nl/fintech