

Slechts 14% van de Belgen gelooft in overgang naar cashloze maatschappij in de komende jaren

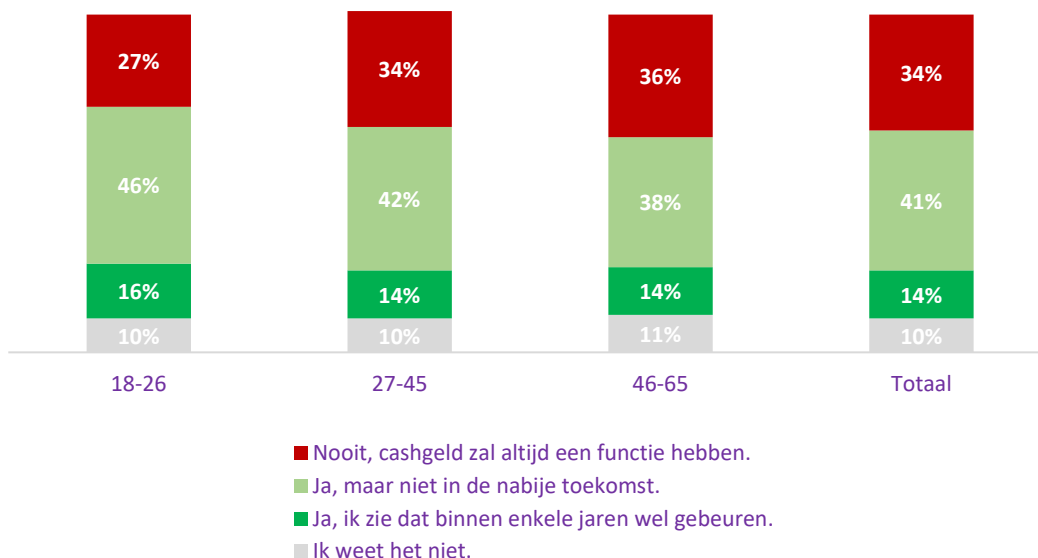
Brussel, 21 december 2023 – In een bancaire en financieel landschap dat voortdurend in beweging is, bevindt België zich op een fascinerend kruispunt. Een recente studie in opdracht van Beobank geeft inzicht in de veranderende gewoonten en voorkeuren van de Belgische consument op het gebied van bankdiensten. In deze periode van transformatie is het van cruciaal belang om een goed begrip te hebben van deze trends. Zo kunnen we vormgeven aan een inclusieve toekomst die afgestemd is op de verschuiving in het gebruik van financiële diensten.

Cashloze maatschappij: de meningen zijn verdeeld

Federaal minister van Economie Pierre-Yves Dermagne diende onlangs een wetsvoorstel in waarmee hij privé- en overheidsbedrijven wil verplichten om cashgeld te blijven aanvaarden. De regering promoot dus niet alleen elektronische betalingen als instrument om fiscale en sociale fraude te bestrijden, maar erkent ook het belang van het behoud van cashbetalingen, vooral voor kwetsbare bevolkingsgroepen zoals ouderen. Dat delicate evenwicht kadert in het bredere maatschappelijke debat over de toekomst van cashgeld in België.

Uit de nieuwe studie in opdracht van Beobank blijkt immers dat de Belgen verdeeld zijn als het om cashgeld gaat. Hoewel 34% van mening is dat cashgeld altijd nodig zal zijn, ziet 41% een België zonder cash voor zich, zij het niet in de nabije toekomst. 14% verwacht deze verandering al binnen enkele jaren.

Denkt u dat België een cashloze maatschappij wordt?



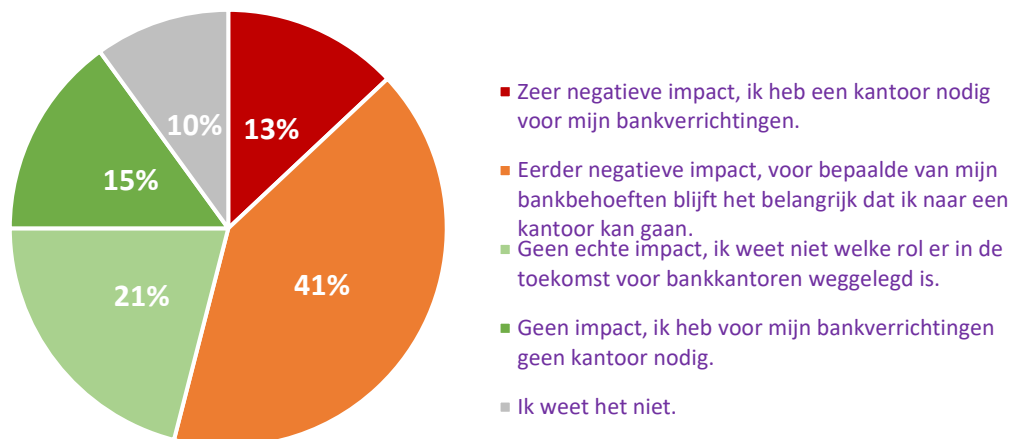
Optimisme over de toekomst van de fysieke bank

Terwijl het debat over de toekomstige rol van cashgeld in België volop aan de gang is, eist ook een ander aspect van traditioneel bankieren de aandacht op, namelijk de rol van het fysieke bankkantoor.

Een derde van de Belgen (34%) bezocht het afgelopen jaar geen enkele keer een bankkantoor. Dat wijst erop dat de afhankelijkheid van fysieke kantoren afneemt. Meer dan de

helft van de bevolking is echter van mening dat bankkantoren de komende vijf jaar wellicht niet zullen verdwijnen. De resultaten van de studie geven ook aan hoe de bevolking denkt over het feit dat er steeds minder bankkantoren zijn. Terwijl 54% van de Belgen een negatieve impact ondervindt van de afname van het aantal bankkantoren, ervaart 21% niet echt een impact en 15% helemaal geen impact.

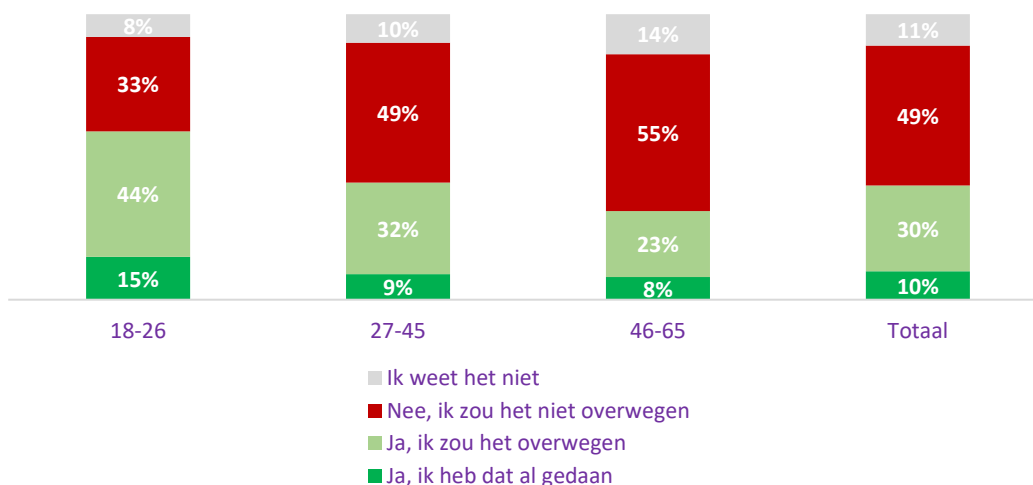
Persoonlijke impact van de afname van het aantal bankkantoren



Jongeren gewonnen voor digitaal bankieren

Er is ook een opmerkelijk verschil tussen generaties. 55% van de Belgen tussen 46 en 65 jaar is terughoudend om over te stappen naar een online bank als hoofdbank. Bij de 27- tot 45-jarigen daalt dat cijfer echter tot 49% en bij de 18- tot 26-jarigen tot 33%. Het is duidelijk dat de digitalisering zich steeds verder doorzet en dat vooral jonge Belgen daar gebruik van maken. Ondanks die neiging naar digitale bankdiensten blijft 65% van de Belgen waarde hechten aan persoonlijk bankadvies, wat aantoont dat de relatie met digitaal bankieren genuanceerd is.

Overweegt over te stappen naar een online bank als hoofdbank



Er bestaat niet zoiets als een 'one-size-fits-all' bank

Guy Roosen, Directeur Sales bij Beobank:

"De banksector in België maakt een ingrijpende transformatie door. Het wordt steeds duidelijker dat we niet zozeer zullen moeten kiezen tussen oud en nieuw, maar wel dat we in onze dienstverlening verschillende elementen zullen moeten integreren met respect voor de uiteenlopende voorkeuren van onze klanten.

Bij Beobank zien we digitaal en fysiek niet als tegenstrijdige factoren. Integendeel, het zijn complementaire facetten van ons servicemodel. De combinatie van ons sterke kantorennetwerk en onze geavanceerde digitale bankoplossingen geeft ons de mogelijkheid om nog flexibeler te zijn en de behoeften van onze klanten nog beter te begrijpen. We proberen in deze transitie onze weg te vinden door goed naar onze klanten te luisteren en onze diensten af te stemmen op hun behoeften. Bij Beobank zijn we immers van mening dat het in de toekomst niet alleen belangrijk zal zijn om overal aanwezig te zijn, maar vooral om daar te zijn waar we het grootste verschil kunnen maken en de meeste waarde kunnen toevoegen aan het leven van onze klanten.

Het afgelopen jaar hebben we verder geïnvesteerd in ons netwerk en bepaalde locaties strategisch versterkt om onze dienstverlening te optimaliseren. Onze digitale ambities zijn dus allerminst naar de achtergrond verschoven. De recente vierde plaats van onze mobiele app in de SIA-ranking op de Belgische markt is daar een overtuigend bewijs van. Maar de mooiste erkenning is de score van 4,6/5 die onze klanten ons in de appstores geven."



Persdienst:

Sandrine Roberti de Winghe
+32 (0)478 828 729
sandrine.robertidewinghe@beobank.be

Over de enquête:

De enquête is in juli 2023 namens Beobank uitgevoerd door Ipsos, bij 1.000 Belgen tussen 18 en 65 jaar.

Over Beobank:

Beobank NV/SA is een Belgische bank die haar 742.000 klanten dagelijks bijstaat met producten en diensten voor particulieren, zelfstandigen en KMO's, en een netwerk van 203 verkooppunten (Retail-verkooppunten en PRO Centers). De 1.435 medewerkers van de bank zetten zich in om het leven van de klanten te vergemakkelijken met persoonlijke oplossingen. Daarbij bouwen ze een duurzame relatie uit om hen in elke levensfase optimaal te kunnen begeleiden. Beobank is een dochteronderneming van de Groep Crédit Mutuel (cijfers van 31/12/2022). — Meer info: www.beobank.be