



PERSBERICHT

Jongeren financieel minder digitaal dan gedacht

Onderzoek onder jongvolwassenen zet vraagtekens bij aannames in de branche

Zeist, 5 november 2015 – Het beeld dat financiële dienstverleners van jongvolwassenen hebben, lijkt te zijn bepaald door de wijze waarop deze doelgroep digitale vaardigheden demonstreert in sociale interactie. Deze vaardigheid kent echter een keerzijde. Jongvolwassenen zijn zich, mede door eigen ervaringen, meer dan voorgaande generaties bewust van digitale gevaren, die soms zelfs grote gevolgen hebben voor de eigen persoonlijke en financiële integriteit. Dit gevoel van gebrek aan veiligheid maakt hen méér traditioneel dan tot nu toe is aangenomen. Aldus blijkt uit het onderzoek “Bouwen aan digitaal vertrouwen”, dat vandaag in Zeist tijdens het congres “De consument in de keten(en)?” door student-onderzoekers Francis Bak (19) en Jennifer Smit (20) wordt gepresenteerd.

Congres brengt digitale toekomst in kaart

Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de twee organisatoren van het congres, HDN en SIVI. Het congres richt zich volledig op de digitale toekomst en de digitale consument. De onderzoeksdoelgroep, in leeftijd variërend van 18 tot 25 jaar, zal naar verwachting tussen nu en vijf jaar de eerste belangrijke verzekerings- of hypotheekbeslissingen nemen.

“Het onderzoek zet vraagtekens bij een aantal aannames in onze financiële sector. Juist omdat wij deze doelgroep zien als mensen die hun hele leven regisseren met smartphones of tablets, nemen wij meestal aan dat ook hun financiële toekomst volledig via het digitale kanaal wordt geregeld”, aldus SIVI-directeur Peter Mols. “Tegelijkertijd constateren de onderzoekers dat vooral het fysieke, persoonlijke kanaal bepalend is voor het vertrouwen dat financiële dienstverleners wordt gegund.”

Dorine van Basten, directeur HDN: “Zeker bij hypotheekverzekering voor toekomstige woonconsumenten speelt de adviseur een doorslaggevende rol. Hoewel cognitieve systemen in de toekomst vergelijkbare advieskwaliteit kunnen bieden, zijn het juist persoonlijke adviseurs die vertrouwen wekken.”

Francis Bak en Jennifer Smit hebben een welgemeend advies voor verzekeraars en hypotheekverstrekkers die contact zoeken met hun generatie: “Bouw nu aan digitaal vertrouwen door serieus met ons te communiceren en onze gevoelens van digitale onveiligheid weg te nemen. Als u wilt dat wij tussen nu en vijf jaar met u in zee gaan, zet dan niet alleen in op marketingcampagnes; die zorgen immers eerder voor wantrouwen dan vertrouwen.”

Over het congres

- Het congres “De consument in de keten(en)? Ontwikkelingen aan de vooravond van verzekerings- en hypotheekdisruptie” vindt op 5 november, vanaf 12:00 uur plaats in het Achmea Congrescentrum, Handelsweg 2, Zeist.
- Onderwerpen zijn o.a. onderzoeksuitkomsten digitale financiële klantwensen onder jongvolwassenen, identiteitsfraude, consumentauthenticatie, personal data cockpits, disruptieve ontwikkelingen in dienstverlening, cognitieve systemen en data analytics, en actuele praktische cases.

Over SIVI

Stichting SIVI, Standaardisatie Instituut voor de Verzekeringsbranche, staat in opdracht van deze branche met advies en concrete digitale standaardisatieproducten ten dienste aan in de verzekeringsbedrijfsmarkt werkzame marktpartijen. Doel is

daarnaast om deze partijen, gevraagd en ongevraagd, te voorzien van kennis en inzichten voor de optimalisering van digitale dienstverlening in de gehele waardeketen, en om namens de bedrijfstak deel te nemen aan bestuurlijk en maatschappelijk overleg over alle facetten van toekomstige digitale dienstverlening.

Over HDN

De coöperatieve vereniging Hypotheken Data Netwerk (HDN) maakt het mogelijk dat consumenten snel, veilig en voordelig hun hypotheek (en daaraan gerelateerde producten) kunnen afnemen. Op basis van haar state of the art platform en berichtstandaarden faciliteert HDN bedieningsmodellen en -processen in de hypotheekketen waardoor stakeholders fors besparen op hun bedrijfskosten, hun processen efficiënter worden en hun klanten snel weten waar zij aan toe zijn. HDN is in een initiatief van diverse hypotheek-, krediet- en verzekeringsmaatschappijen en registreert circa 75% van alle hypotheekofferte-aanvragen in Nederland.

Over de onderzoekers

Francis Bak en Jennifer Smit zijn derdejaars studenten communicatie aan de Hogeschool Inholland in Rotterdam. Zij zijn beide zeer geïnteresseerd in de rol die (het ontbreken van) vertrouwen speelt in de effectiviteit van communicatie. Momenteel zijn zij in het kader van hun stage als account assistant verbonden aan het financiële en strategische communicatieadviesbureau Value@Stake in Hilversum.

Voor redacties

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Michael Renssen, 06 57 940 256 of mrenssen@valueatstake.nl