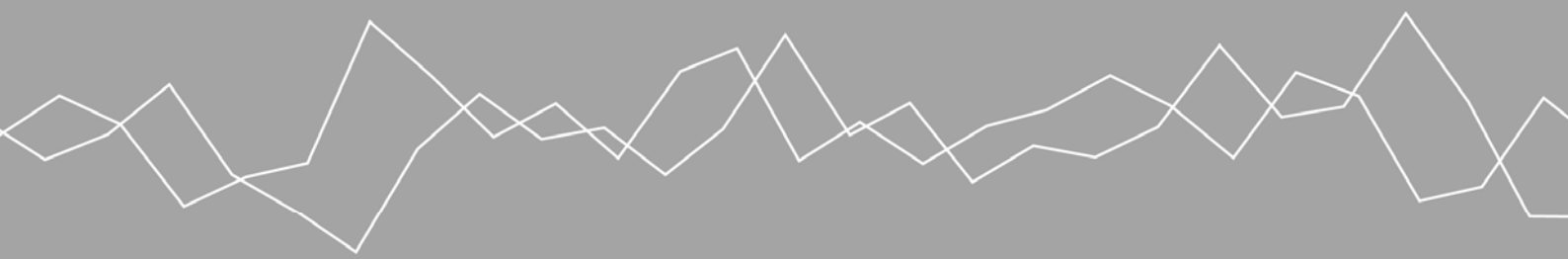


Drempelvrees?



Amsterdam, januari 2008
In opdracht van het Ministerie van Financiën

Drempelvrees?

Onderzoek naar overstapdrempels in de markt voor betalingsverkeer
en evaluatie van de Overstapservice

Koert van Buiren
Kieja Janssen
Jarst Weda

m.m.v. Simon Bremer en Jorna Leenheer



seo economisch onderzoek

“De wetenschap dat het goed is”

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

SEO-rapport nr. 2008-8

ISBN 978-90-6733-431-0

Copyright © 2008 SEO Economisch Onderzoek Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen en dergelijke, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld.

Voorwoord

Het ministerie van Financiën heeft ten behoeve van dit onderzoek een klankbordgroep ingesteld. Alle leden van het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (MOB) zijn door het ministerie van Financiën uitgenodigd om een afgevaardigde in deze klankbordgroep zitting te laten nemen. Uiteindelijk bestond de klankbordgroep uit de volgende personen (organisaties).

Mr. drs. J.W. Heringa (Ministerie van Financiën), *voorzitter*

Mw. mr. C. Legerstee (Ministerie van Financiën)

Drs. S. Verbaan (Consumentenbond)

Mw. T. Van Eerden (Consumentenbond)

Mr. G. Boudewijn (Nederlandse Vereniging van Banken)

Mr. J.C. Kant (Koninklijk Horeca Nederland)

Mw. E. Prins (MKB-Nederland)

Drs. M.A.J.M. van Doeveren (De Nederlandsche Bank)

Drs. S. van der Zwaag (Ministerie van Economische Zaken)

Gedurende het onderzoek zijn de onderzoeksopzet, de resultaten en de conclusies besproken met de leden van deze klankbordgroep en deze hebben hierop nuttige opmerkingen gegeven. Daarnaast zijn er tijdens het onderzoek gesprekken gevoerd met verschillende deskundigen en *stakeholders*. Wij willen zowel de leden van de klankbordgroep als deze gesprekspartners bedanken voor hun inbreng.

De leden van de klankbordgroep en de gesprekspartners zijn niet verantwoordelijk voor de inhoud van dit rapport, noch voor de aanbevelingen bij dit rapport. Deze verantwoordelijkheid rust volledig bij de onderzoekers en auteurs van dit rapport.

Inhoudsopgave

Conclusies	i
1 Inleiding	1
2 Een schets van het dossier	3
3 Theoretisch kader	11
3.1 Overstapkosten ontrafeld.....	11
3.1.1 Wat zijn overstapkosten?.....	11
3.1.2 Hoe komen overstapkosten tot stand?	12
3.1.3 Kostensoorten.....	13
3.2 Gevolgen van overstapkosten	14
4 Overstapdrempels gemeten	17
4.1 Verantwoording	17
4.2 Gepercipieerde en ervaren drempels.....	18
4.2.1 Particuliere rekeninghouders.....	18
4.2.2 Zakelijke rekeninghouders	21
4.3 Conclusies	22
5 Effecten van de Overstapservice	25
5.1 Bekendheid met de Overstapservice	25
5.2 Effecten van de Overstapservice	26
5.2.1 Particuliere rekeninghouders.....	26
5.2.2 Zakelijke rekeninghouders	27
5.3 Tevredenheid met de Overstapservice.....	28
5.4 Conclusies	30
Gebruikte en overige relevante literatuur	31
Bijlage A Vragenlijsten	35

Conclusies

Conclusies

Het antwoord op de centrale onderzoeksvraag luidt dat de Overstapservice een effectief instrument is in het reduceren van drempels die rekeninghouders, zowel particulier als zakelijk, percipiëren en ervaren bij het overzetten van hun betalingsverkeer naar een andere bank. Deze conclusie volgt uit de volgende bevindingen:

- (i) particuliere en zakelijke rekeninghouders die recentelijk zijn overgestapt met de Overstapservice ervaren in beperkte mate overstapdrempels in de zin dat een meerderheid tot ruime meerderheid de verschillende feitelijkheden/feitelijke handelingen en gevoelsmatigheden die met een overstap gepaard gaan, niet als drempel ervaart;
- (ii) particuliere en zakelijke rekeninghouders die niet zijn overgestapt en de Overstapservice vaak niet kennen, percipiëren significant hogere drempels dan rekeninghouders die recentelijk met de Overstapservice zijn overgestapt;
- (iii) rekeninghouders die recentelijk zijn overgestapt geven in groten getale aan dat de Overstapservice de belangrijkste drempels voor hen wegneemt. Daardoor zijn zij eerder geneigd om over te stappen;
- (iv) rekeninghouders die recentelijk met de Overstapservice zijn overgestapt zijn tevreden tot zeer tevreden over de Overstapservice en vinden dat de verschillende handelingen die verricht moeten worden door de banken correct, tijdig en soepel zijn uitgevoerd. Ook over de uitvoering van de handelingen door derden bestaat tevredenheid, zij het in iets mindere mate dan over de wijze waarop de handelingen door banken zijn uitgevoerd.

De geformuleerde deelonderzoeksvragen kunnen als volgt worden beantwoord:

1. De Overstapservice wordt door zowel particuliere als zakelijke gebruikers positief gewaardeerd. De Overstapservice functioneert als beoogd in de zin dat het naar mening van rekeninghouders wezenlijke drempels verlaagt en hen eerder doet overstappen.
2. De Overstapservice verlaagt switchingkosten voor zowel particuliere als zakelijke rekeninghouders. Hoewel de Overstapservice overstapdrempels verlaagt en overstappen vergemakkelijkt, bestaan er nog wel degelijk drempels die van wezenlijke betekenis zijn, met name in de perceptie van niet-overstappers, maar ook - in beperktere mate - in de ervaring van overstappers. De belangrijkste drempels die ondanks de Overstapservice nog bestaan zijn:
 - het moeten informeren van instanties en relaties;
 - het moeten overzetten van automatische betalingen¹;
 - het krijgen van een nieuw rekeningnummer;
 - het hebben van onvoldoende overzicht van wat er allemaal moet gebeuren bij overstappen;
 - het moeilijk kunnen vergelijken van prijzen en voorwaarden van betaalproducten.

¹ Automatische betalingen zijn in de enquête die ten behoeve van dit onderzoek is uitgevoerd niet nader gespecificeerd naar periodieke overboekingen en automatische incasso's. Er wordt van uitgegaan dat respondenten automatische betalingen zowel als periodieke overboekingen als automatische incasso's interpreteren. Automatische incasso's worden door de Overstapservice gedurende de eerste dertien maanden na de overstap rechtstreeks van de nieuwe rekening afgeschreven; periodieke overboekingen moeten door de rekeninghouder zelf worden gewijzigd.

3. De potentiële mobiliteit van rekeninghouders is toegenomen in de zin dat overstappers die gebruik hebben gemaakt van de Overstapservice aangeven eerder geneigd zijn over te stappen door het bestaan van de Overstapservice. In die zin draagt de Overstapservice bij aan marktwerking. Overstappers vormen echter nog een beperkt deel van alle rekeninghouders. Omdat niet-overstappers veel minder geneigd zijn om over te stappen, is op macroniveau de toename van de mobiliteit dankzij de Overstapservice beperkt. Hieraan kan ten grondslag liggen dat niet-overstappers vaak om positieve redenen (loyaliteit, tevredenheid) niet geneigd zijn om over te stappen. Een aanzienlijk deel van deze groep geeft namelijk wél aan dat de Overstapservice voor hen de belangrijkste drempels wegneemt.
4. Er is geen wezenlijk verschil tussen het beeld van particuliere rekeninghouders en dat van zakelijke rekeninghouders over de gepercipieerde en ervaren drempels, de effectiviteit van en de tevredenheid over de Overstapservice.

Naar aanleiding van deze conclusies heeft SEO Economisch Onderzoek een aantal aanbevelingen aan het ministerie van Financiën gedaan. Deze aanbevelingen zijn separaat beschreven in het document Aanbevelingen bij het rapport 'Drempelvrees?'

1 Inleiding

Op 1 januari 2004 hebben de Nederlandse banken de Interbancaire Overstapservice Betalingsverkeer (hierna “Overstapservice”) geïntroduceerd. Deze service is erop gericht om het veranderen van betaalrekening van de ene naar de andere bank eenvoudiger te maken door het betalingsverkeer bij een dergelijke overstap soepel te laten doorlopen, zowel voor particuliere als voor zakelijke rekeninghouders. Deze service zorgt gedurende dertien maanden onder andere voor het automatisch doorgeleiden van bijschrijvingen naar de nieuwe betaalrekening, schrijft rechtstreeks betalingen op grond van incasso van de nieuwe betaalrekening af en geeft een overzicht van alle doorgeleide transacties.²

De introductie van de Overstapservice ging gepaard met de toezegging van de minister van Financiën dat de Overstapservice geëvalueerd zou worden³. In augustus van dit jaar heeft het ministerie van Financiën SEO Economisch Onderzoek opdracht gegeven de Overstapservice te evalueren.

De evaluatie heeft als centrale doelstelling het verschaffen van inzicht in de effectiviteit van de Overstapservice en beantwoording van de vraag in hoeverre de Overstapservice leidt tot een reductie van de overstapkosten en als gevolg daarvan de marktwerking bevordert. Daarbij beoogt de evaluatie de volgende (deel)onderzoeksvragen te beantwoorden:

1. Hoe wordt de Overstapservice gewaardeerd door gebruikers en functioneert deze zoals beoogd?
 - Hoe ervaren rekeninghouders het omzetten van hun betalingsverkeer naar een betaalrekening bij een andere bank?
 - Functioneert de Overstapservice goed in de zin dat alle wijzigingen tijdig en correct verwerkt zijn en het betalingsverkeer soepel verloopt via de nieuwe betaalrekening?
2. In hoeverre heeft de Overstapservice de switchingkosten voor rekeninghouders verlaagd?
 - In welke mate is er thans nog sprake van switchingkosten op de markt voor bancaire diensten?
3. Is de (potentiële) mobiliteit van rekeninghouders en daarmee de marktwerking in dit deel van de financiële sector toegenomen?
 - In hoeverre heeft de Overstapservice geleid tot een toename in het aantal rekeninghouders dat is overgestapt?
4. Welke verschillen bestaan er tussen particuliere en zakelijke klanten wat betreft de bovenstaande onderzoeksvragen?

² Een overzicht van wat de Overstapservice doet is gegeven in hoofdstuk 2.

³ In eerste instantie, in december 2003, gaf de minister van Financiën aan dat bij die evaluatie zou worden bezien of nummerportabiliteit in aanvulling op de Overstapservice vanuit een kosten-batenafweging reële meerwaarde heeft (zie de brief van de minister van Financiën aan de Tweede Kamer d.d. 2 december 2002). Meer recentelijk stelde de minister van Financiën ten aanzien van deze evaluatie in een brief aan de Kamer in mei 2005 dat het MOB hierbij de gelegenheid krijgt advies uit te brengen over de methode van onderzoek en tevens zal zij in de gelegenheid worden gesteld te reageren op de uitkomsten van het onderzoek alvorens besloten zal worden welke beleidsmatige conclusies vanuit de Rijksoverheid aan deze evaluatie verbonden zullen worden.

Dit rapport doet verslag van deze evaluatie. De kern van het onderzoek wordt gevormd door enquêtes die zijn uitgezet onder rekeninghouders. Daarbij is een onderscheid gemaakt tussen rekeninghouders die recentelijk zijn overgestapt van bank en daarbij gebruik hebben gemaakt van de Overstapservice, en rekeninghouders die niet zijn overgestapt. Daarnaast is een scan verricht van relevante wetenschappelijke literatuur en andere relevante informatie en zijn interviews gehouden met stakeholders en experts.

Het vervolg van het rapport is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk 2 wordt een ruwe schets gegeven van het dossier overstapdrempels in het interbancaire betalingsverkeer. In hoofdstuk 3 worden enkele belangrijke, relevante notities uit de wetenschappelijke literatuur beschreven. De hoofdstukken 4 en 5 presenteren de uitkomsten uit het veldwerk, dat wil zeggen de enquêtes onder rekeninghouders en de interviews met stakeholders en experts. Hoofdstuk 4 gaat in op de mate waarin rekeninghouders drempels ervaren bij het overstappen. Daarbij wordt steeds onderscheid gemaakt tussen overstappers en niet-overstappers, en particuliere en zakelijke rekeninghouders. Hoofdstuk 5 beschrijft de effecten van de Overstapservice, in het bijzonder de mate waarin deze bijdraagt aan het verlagen van de overstapdrempels en de tevredenheid van gebruikers van de Overstapservice. Het hoofdstuk met de samenvatting van belangrijkste bevindingen en conclusies is voorafgaand aan deze inleiding in het rapport opgenomen.

2 Een schets van het dossier

Tijdpad

Banken die lid waren van de BankGiroCentrale (BGC) boden hun klanten begin jaren '80 rekeningnummerbehoud aan wanneer ze hun betaalrekening naar een ander BGC-lid verhuisden. Deze service werd per 1 januari 1986 afgeschaft wegens gebrek aan vraag. Sindsdien hebben enkele individuele banken (zowel grote banken als nichespelers) diensten aangeboden om overstappen te verbeteren en te vergemakkelijken (Rabobank Nederland, 2003; Lelieveldt, 2006).

In 2001 laait de discussie over het veranderen van bank op wanneer tijdens de operatie Marktwerking, Deregulering en Wetgevingskwaliteit (MDW) de werkgroep 'Overstapkosten' wordt ingesteld. Primaire aandacht ging uit naar "marktversturende en vermijdbare" overstapkosten – die door marktfalen niet zelf opgelost (kunnen) worden – onder andere in de bancaire sector.⁴ Uitgangspunten voor overheidsingrijpen waren onder meer optimalisatie van maatschappelijke welvaart, maximale keuzevrijheid voor de vragende partij, een zo licht mogelijke overheidsinterventie en de afweging van de baten en lasten van overstapkostenverlaging (ministerie van Economische Zaken, 2002).

De werkgroep 'Overstapkosten' en vervolgens het kabinet spraken zich uit voor een wettelijke verplichting van 'nummerportabiliteit' bij betaalrekeningen (rekeningnummerbehoud bij het wisselen van bank), overeenkomstig zoals dit sinds 1999 verplicht is voor aanbieders van mobiele openbare telecommunicatiediensten (*Financieel Management*, 17 juni 2002).⁵

Het voornemen stuitte op verzet bij de banken die aangaven dat de vergelijking met mobiele telefonie mank ging. De betaalrekening is volgens hen doorgaans het hart van een heel scala aan bankproducten – waaronder sparen, verzekeren, beleggen en hypotheek – waardoor nummerportabiliteit in het bankwezen veel ingewikkelder en duurder is dan bij telecombedrijven.⁶ Eind 2002 onderschrijft toenmalig minister van Financiën Hoogervorst het standpunt van de NVB dat nummerportabiliteit "pas op de langere termijn technisch mogelijk [zal] zijn" en dat deze – gezien de hoge kosten – slechts *geleidelijk* zou kunnen worden ingevoerd. Dientengevolge luidde zijn voorstel om op korte termijn een gestandaardiseerde verhuisservice in te voeren en om na een evaluatie van zijn werking te bezien of nummerportabiliteit (als aanvulling op de verhuisservice) een reële meerwaarde biedt.⁷ Ook de Europese Commissie concludeerde in december 2003 dat nummerportabiliteit op korte termijn niet haalbaar was.⁸

In een brief aan de Kamer in december 2003 zegt de minister van Financiën: *Eerder is aangekondigd dat de banken een overstapservice in de markt zouden zetten als alternatief voor nummerportabiliteit, gezien*

⁴ Kamerstuk 24036 nr. 259 'Brief van de ministers van Economische Zaken en van Financiën en de staatssecretaris van Verkeer en Waterstaat' (17 juni 2002).

⁵ Bij het ministerie van Financiën zou hiertoe zelfs een wetsontwerp ter voorbereiding hebben gelegen (*Het Financieele Dagblad*, 31 juli 2004).

⁶ Naar schatting zou de operatie nummerportabiliteit 250 tot 500 miljoen euro kosten, tegenover de 15 miljoen euro kostende Overstapservice; een factor 15 tot 30 hoger dus. Dit betreft de initiële kosten: de jaarlijkse kosten worden geschat op 2 tot 3 miljoen euro (Lelieveldt, 2006).

⁷ Kamerstuk 27863 nr. 12 'Brief van de minister van Financiën' (2 december 2002).

de aanzienlijk hogere invoeringskosten en voorbereidingstijd die verbonden zouden zijn aan nummerportabiliteit. De banken hebben aangekondigd deze toezegging gestand te doen door de overstap-service op 2 december aanstaande te presenteren. Eind 2004 wordt onderzocht of de overstap-service de overstapkosten voldoende reduceert en de marktwerking bevordert. Mocht uit de evaluatie blijken dat dit niet het geval is dan is nummerportabiliteit een alternatief.⁹

Ten aanzien van de evaluatie van de Overstap-service en ten aanzien van nummerportabiliteit geeft de NVB in een brief van 27 mei 2004 aan de minister van Financiën aan¹⁰: *Tevens verzoekt u de in het MOB vertegenwoordigde organisaties in het kader van de Evaluatie Overstap-service voor 1 juni a.s. een vertegenwoordiger aan te wijzen voor deelname aan een klankbordgroep, die zal worden voorgezeten door DNB. U refereert in uw brief aan Kamerstuk 27 863 nr14 van 1 april 2003, waar onder andere is vermeld dat in het kader van de evaluatie "voorts een nadere analyse worden gemaakt van de kosten en baten en de eventuele invoeringstermijn van nummerportabiliteit". Wij hechten eraan een tweetal opmerkingen vooraf te maken. Allereerst hebben wij ons steeds op het standpunt gesteld, ook in de pers, dat de Overstap-service superieur is aan nummerportabiliteit, en dat bij een adequate invoering daarvan wat de banken betreft het dossier nummerportabiliteit gesloten is. Onderzoek naar de kosten van nummerportabiliteit heeft zoals u bekend en aan u gerapporteerd al in de zomer van 2002 plaatsgevonden. De kostenramingen varieerden van € 262 tot € 516 miljoen. De Overstap-service werd geraamd op circa € 15 miljoen. Mede op basis daarvan, maar ook vanwege andere factoren die nummerportabiliteit verhinderen, zoals het International Bank Account Number, is de keuze gemaakt voor de Overstap-service. De banken zullen na realisatie van fase 2 dit najaar ongeveer 17 miljoen euro in de Overstap-service hebben geïnvesteerd. Deze investering is niet gedaan als opstap naar de mogelijke invoering van nummerportabiliteit, die nergens ter wereld bestaat. Zoals u wellicht bekend maken thans structureel circa 1.000 Nederlanders per week gebruik van de Overstap-service. Wij zien de evaluatie van de Overstap-service dan ook met vertrouwen tegemoet, maar wensen ons niet op voorhand te committeren aan nadere analyse van kosten en baten van een functionaliteit die niet bestaat en wat ons betreft ook niet wenselijk is. Als de evaluatie van de Overstap-service positief uitvalt is er immers geen reden nummerportabiliteit zelfs maar te overwegen'* (passages uit een brief van de NVB aan de minister van Financiën, 27 mei 2004).

De gezamenlijke banken bieden particulieren sinds 1 januari 2004 de gratis verhuisservice voor betaalrekeningen aan: de 'Interbancaire Overstap-service Betalingsverkeer', kortweg de 'Overstap-service'.¹¹ Deze service zorgt gedurende dertien maanden voor het automatisch doorleiden van bijschrijvingen naar de nieuwe betaalrekening, schrijft rechtstreeks betalingen op grond van incasso van de nieuwe betaalrekening af en geeft een overzicht van alle doorgeleide transacties. Per 1 oktober 2004 is deze service ook geschikt gemaakt voor zakelijke klanten.

⁸ Zie *Het Financieel Dagblad*, 4 december 2003.

⁹ Kamerstuk 27 863 nr. 17 'Brief van de Minister van Financiën'.

¹⁰ Dit betreft de letterlijke passages uit deze brief die door de NVB aan SEO Economisch Onderzoek zijn overlegd.

¹¹ Aangezien de Overstap-service niet uit een wettelijke bepaling voortkomt, is het te typeren als zelfregulering.

Tabel 2.1 Wat doet de Overstapservice?

Dienst	Toelichting
Automatische boeking bijschrijvingen	Doorleiden van bijschrijvingen naar de nieuwe betaalrekening. Voor bedrijven geldt dit niet voor bijschrijvingen van betalingen via Acceptgiro, Incasso en PIN/Chipknip.
Incasso's	Betalingen op basis van een afgegeven machtiging worden rechtstreeks van de nieuwe betaalrekening afgeschreven.
Acceptgiro's	Op acceptgiro's mag het oude rekeningnummer met pen worden veranderd in het nieuwe rekeningnummer en bij de nieuwe bank worden gebruikt.
Overzicht beëindigde periodieke overboekingen	
Afschrijving rente, aflossing of premies op producten van de bank of haar concernonderdelen	(Voor particuliere klanten) zoals hypotheek- en verzekeringsproducten; oude bank informeert om welke afschrijvingen het gaat.
Voor zakelijke klanten: Begeleiding	Klant krijgt begeleiding bij het afhandelen van de lopende contracten en afspraken die gekoppeld zijn aan de oude betaalrekening. Ook krijgt de klant begeleiding bij het afsluiten van nieuwe contracten en aanvullende diensten en producten bij de nieuwe bank.
Overzicht van bij- en afschrijvingen die via de Overstapservice zijn doorgeleid.	Informatie verschijnt op het rekeningafschrift
Informereren over beëindiging	De einddatum van de Overstapservice door de bank is 13 maanden
Set overstapkaarten	

Bron: 'Overstapservice – eenvoudig wisselen van betaalrekening' (www.overstapservice.nl)

Nummerportabiliteit

Nummerportabiliteit is steeds een belangrijk onderwerp van discussie in het overstapdossier. Onder meer de Consumentenbond en MKB-Nederland eisten ten tijde van, maar ook reeds voorafgaand aan, het opstellen van de Overstapservice dat de banken hun klanten makkelijker zouden laten switchen door nummerportabiliteit in te voeren. Dit moest, naar analogie van nummerportabiliteit bij mobiele telefonie, het mogelijk maken dat klanten van bank zouden kunnen veranderen met behoud van hetzelfde bankrekeningnummer. Het zou de enige manier zijn om "écht marktwerking [te] stimuleren tussen banken" (*Het Financieele Dagblad*, 17 november 2005).

De banken geven aan dat er ook met nummerportabiliteit overstapkosten blijven bestaan: telefonisch bankieren en internetbankieren kennen bijvoorbeeld per bank een eigen beveiligingsmethode en vaak zijn er individuele afspraken met de klant, zoals kredietlimieten, die met de nieuwe bank opnieuw moeten worden besproken (*Het Financieele Dagblad*, 31 juli 2004). Voorts geven de banken aan dat de nummerportabiliteit technisch ingewikkeld is en hoge kosten met zich mee brengt.

Uit de uitgebreide berichtgeving in diverse krantenartikelen (zie bijlage 'Gebruikte en overige relevante literatuur'), kan worden opgemaakt dat de discussie rondom nummerportabiliteit veelal op meningen en inschattingen, en minder op feitelijke informatie wordt gevoerd. Enerzijds geven vertegenwoordigers van rekeninghouders aan dat nummerportabiliteit een 'first-best' oplossing is voor overstapdrempels, en de Overstapservice hiervoor een 'second-best' alternatief biedt¹². Anderzijds geven de banken aan dat nummerportabiliteit technisch zeer complex is en daardoor zeer hoge kosten met zich meebrengt¹³ en noemt zij juist de Overstapservice superieur aan nummerportabiliteit.

¹² Dit is ook naar voren gekomen in gesprekken die in het kader van deze evaluatie zijn gevoerd met diverse stakeholders.

¹³ De NVB geeft aan dat nummerportabiliteit de banken circa € 500 miljoen kan kosten.

Of nummerportabiliteit een ‘first-best’ vormt ten opzichte van de huidige Overstapservice, of juist de Overstapservice superieur is kan echter niet zonder meer bepaald worden. Daarvoor is inzicht nodig in de vraag of en onder welke voorwaarden nummerportabiliteit mogelijk is, in welke mate nummerportabiliteit daadwerkelijk bijdraagt aan het verlagen van overstapdrempels, welke drempels er bij nummerportabiliteit nog zouden blijven bestaan, welke kosten het met zich meebrengt en hoe de maatschappelijke kosten en baten van nummerportabiliteit zich ten opzichte van elkaar verhouden. In dit onderzoek is geen informatie gebleken op basis waarvan de maatschappelijke kosten en baten van nummerportabiliteit tegen elkaar kunnen worden afgewogen.

Evaluaties van de Overstapservice

Oorspronkelijk zou de Overstapservice één jaar na invoering (eind 2004) geëvalueerd worden. Deze evaluatie werd uitgesteld om zodoende een compleet traject van de service – die een looptijd van 13 maanden heeft – te kunnen beoordelen. In mei 2005 rapporteerde de Minister van Financiën als volgt aan de Kamer: *‘De eerder aangekondigde evaluatie van de overstapservice is uitgesteld in verband met het feit dat de service 13 maanden loopt. Eerst nadat de service beëindigd is kan worden vastgesteld of de service goed functioneert in de zin dat alle wijzigingen zijn verwerkt en het betalingsverkeer relatief soepel verloopt via de nieuwe betaalrekening. De service is gestart per 1 januari 2004. Voor het verkrijgen van statistisch significante uitkomsten is dan ook enige tijd ingeruimd. Binnenkort zal worden gestart met de aanbesteding van het onderzoek. Het MOB krijgt hierbij de gelegenheid advies uit te brengen over de methode van onderzoek en tevens zal zij in de gelegenheid worden gesteld te reageren op de uitkomsten van het onderzoek alvorens besloten zal worden welke beleidsmatige conclusies vanuit de Rijksoverheid aan deze evaluatie verbonden zullen worden’*¹⁴.

De Nederlandse Vereniging van Banken en de Consumentenbond hebben op eigen initiatief onderzoek gedaan naar de werking van de Overstapservice en het bestaan van overstapdrempels. Enkele resultaten uit deze onderzoeken zijn hieronder kort weergegeven.

Cijfers van de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB) duiden op een toename in het gebruik van de overstapservice: in 2006 stapten circa 75.000 particulieren over via de Overstapservice. Dat waren er 45.000 in 2004, 65.000 in 2005 en zullen er volgens de NVB dit jaar waarschijnlijk rond de 85.000 zijn (*NRC Handelsblad*, 30 augustus 2007). De NVB geeft aan dat de 7,5 miljoen Nederlandse huishoudens bij elkaar 20 miljoen bankrekeningen hebben (*Trouw*, 14 september 2006). Dat zijn bijna drie rekeningen per huishouden. Zo bezien blijft het aantal overstappers beperkt: in de eerste drie jaar van zijn bestaan kent de Overstapservice een gebruikspercentage van 1,35 procent.¹⁵ Uitgaande van een jaarlijks gemiddelde van 75.000 gebruikers (NVB, 2006b, p. 11), komt dit neer op 0,4 procent per jaar.

The Choice (2005, p. 14) geeft naar aanleiding van een meting aan dat 70 procent van de Nederlanders overweegt de Overstapservice te gebruiken bij het wisselen van bank. De gebruiksintentie neemt af naarmate de respondent ouder is: van de groep ondervraagden tussen 25 en 34 jaar zegt 82 procent zeker of waarschijnlijk wel gebruik te zullen maken van de Overstapservice, onder 65-plussers is dit aandeel nog maar 47 procent.

¹⁴ Kamerstuk 27863 nr. 20 ‘Brief van de minister van Financiën’ (2 mei 2005).

¹⁵ Namelijk 270.000 overstappers gedeeld door 20 miljoen betaalrekeningen.

In 2005 kende iets minder dan de helft van de Nederlanders de Overstapservice (medio 2004 was dit 17 procent); van degenen die overwogen te switchen, was bijna driekwart bekend met de verhuisdienst, tegenover 28 procent medio 2004 (The Choice, 2004, p. 31; The Choice, 2005, p. 12-13; NVB, 2006a, p. 4).¹⁶

De NVB (2007, p. 14) geeft in haar jaarverslag over 2006 aan dat de Overstapservice in de praktijk vlekkeloos functioneert. Dit is mede gebaseerd op twee onderzoeken door The Choice (in 2004 en 2005). Hieruit komt naar voren dat de gebruikers van de Overstapservice de dienst waarderen met gemiddeld een 7,9 en dat 90 procent van de gebruikers de dienst zou aanbevelen bij vrienden, familie, kennissen en collega's (NVB, 2006a, p. 4; *De Telegraaf*, 5 maart 2006). Negen op de tien gebruikers van de Overstapservice vinden dat er (meer dan) volledig aan hun verwachtingen is voldaan; zij geven gemiddeld de hoogste rapportcijfers (respectievelijk 8,4 en 7,7), terwijl ook de 'enigszins' tevreden gebruikers nog steeds een voldoende geven (The Choice, 2004, p. 51).

De gemeten perceptieverschillen tussen 'algemeen publiek' en gebruikers van de Overstapservice zijn opmerkelijk: nagenoeg alle gebruikers van de Overstapservice vinden dat overstappen eenvoudig is, terwijl 'slechts' de helft van het algemeen publiek het hiermee eens is. Ten derde, men ziet in overstappen te weinig voordelen.

Uit onderzoek van de Consumentenbond (2002), dat is uitgevoerd in de periode voordat de Overstapservice bestond, blijkt dat tevredenheid over de huidige bank de belangrijkste reden is om niet over te stappen (80% van de respondenten uit het onderzoek). Als tweede belangrijkste reden om niet over te stappen geldt dat het moeten omzetten van het betalingsverkeer als te veel gedoe wordt ervaren (74% van de respondenten uit het onderzoek)¹⁷.

Volgens recent onderzoek van de Consumentenbond (2007) heeft anno 2007 één op de zes overstappers die gebruik hebben gemaakt van de Overstapservice, last van obstakels. Deze obstakels zijn veelal gelegen bij de oude bank. Slechte informatievoorziening van de oude bank wordt het meest genoemd als obstakel. Een ander probleem dat uit dit onderzoek blijkt is dat van productbundling: bij veel banken is het verplicht een betaalrekening aan te houden naast een hypotheek of een spaarrekening. Overstappen naar een andere bank scheept volgens de Consumentenbond de rekeninghouder in dat geval op met dubbele kosten. Uit dit onderzoek van de Consumentenbond blijkt voorts dat 35% van de overstappers gebruik heeft gemaakt van de Overstapservice¹⁸. Van de overstappers maakt volgens dit onderzoek dus 65% geen gebruik van de Overstapservice.

Internationaal perspectief

Internationaal vergelijk van de ervaren overstapkosten is niet eenduidig. De Eurobarometer (2005, p. 76-77) rapporteert dat de meerderheid (69%) van de Europeanen zich niet gedwongen voelt om bij zijn of haar huidige bank te blijven. Voor Nederland geldt in dit onderzoek dat 61 procent meent dat veranderen van bank eenvoudig is (EU25-gemiddelde: 69 procent), 24 procent

¹⁶ Het percentage "bekend" heeft betrekking op de sommatie van spontane en geholpen bekendheid.

¹⁷ Consumentenbond (2002). *Weggaan of blijven? Consumenten en hun gedrag, motieven en ervaringen bij het overstappen tussen aanbieders*. Opgesteld in opdracht van het ministerie van Economische Zaken, Projectgroep MDW 'overstapkosten'.

¹⁸ Consumentenbond (2007). *Wisselen van bank blijft onnodig lastig – Overstapservice werkt, maar niet optimaal*. Geldgids, december 2007.

vindt het lastig (EU25-gemiddelde: 20 procent). Ten opzichte van 2003 constateert de barometer dat de eerstgenoemde groep vier procentpunt geslonken is.

In divers ander onderzoek komt een minder positief beeld naar voren. Ongeveer de helft van de Britten ondervindt ongemak bij het switchen van betaalrekening, de Franse consumentenbond UFC onderscheidt administratieve rompslomp als één van de hoofdredenen voor lage mobiliteit van de bankklant. Ook de overstappers in Slovenië en de Verenigde Staten ervaren administratieve obstakels (Europese Commissie, 2006, p. 93).

Nederland kent internationaal gezien een laag overstappercentage, zowel voor particulieren als voor het midden- en kleinbedrijf, zoals blijkt uit onderstaande tabel.¹⁹

Tabel 2.2 Gewogen overstappercentage (churn) in 2005 in internationaal perspectief²⁰

	Consumenten	MKB
België	5,27%	8,90%
Frankrijk	6,84%	12,26%
Duitsland	8,46%	15,15%
Italië	7,68%	11,23%
<i>Nederland</i>	<i>4,17%</i>	<i>8,88%</i>
Spanje	12,12%	10,34%
Zweden	5,62%	8,80%
Finland	4,23%	6,27%
VK	5,07%	13,72%
EU15-gemiddelde	7,55%	12,21%
Gemiddelde nieuwe EU-lidstaten	9,02%	14,82%
EU25-gemiddelde	7,78%	12,63%

Bron: Europese Commissie (2006, p. 102)

Buitenlandse verhuisdiensten²¹

In Australië is de klant verantwoordelijk voor het inlichten van de bij BECS (*Bulk Electronic Clearing System*) aangesloten organisaties over rekeningveranderingen en dient de klant zelf vast te stellen welke credit- en debetafspraken opnieuw moeten worden aangegaan. Vaak doet de klant dit zonder enige hulp, er is echter online ondersteuning beschikbaar (gratis informatie, standaard wijzigingsbrieven en e-mail/telefonische support) alsook een ‘vangnet’ voor transacties van en naar de oude account (het *BECS Return Process*).

Bankklanten in Nieuw-Zeeland kunnen gebruik maken van *File Pass*, waarbij de nieuwe financiële instelling namens de klant betalingsinstructies opvraagt bij de oude. Dit is een betaalde service, bovendien blijft de klant verantwoordelijk voor het informeren van derden (zoals de werkgever) over de gewijzigde rekening.

Bij het openen van een nieuwe rekening in het Verenigd Koninkrijk treedt een *Inter-Bank Transfer Service* in werking, waarbij de nieuwe instelling een overzicht van directe bij- en afschrijvingsin-

¹⁹ De overstapperpercentages van consumenten en MKB'ers correleren sterk: in landen met een hoge *churn* onder consumenten geldt hetzelfde voor het midden- en kleinbedrijf (Europese Commissie, 2006, p. 103).

²⁰ *Churn*: het aantal geopende plus het aantal opgeheven betaalrekeningen in 2005, gedeeld door tweemaal het aantal betaalrekeningen aan het begin van het jaar; gecontroleerd voor bedrijfstakgroei.

²¹ Het overzicht in deze paragraaf is afkomstig uit het discussiepaper van APCA, het zelfreguleringsorgaan van de Australische betaalindustrie (APCA, 2007, p. 11-16).

structies (uitgezonderd die van derden) opvraagt bij de oude bank. Daarnaast bestaan er commerciële overstapinlichtingsdiensten.

In Canada kan de nieuwe bank een *Notice of Change* opvragen bij andere financiële instellingen, die zij binnen 30 dagen moeten doorsturen naar *Direct Entry* gebruikers (deze zijn overigens niet verplicht om hierop actie te ondernemen). Eenzelfde type dienst wordt ook door commerciële partijen aangeboden.

Ierland kent een *Code of Practice on Switching Accounts* en een *Business Account Switching Code*. Deze bieden de klant een overstappakket (uitleg over het proces en het tijdpad). De nieuwe bank dient de bankrekening binnen 10 werkdagen operationeel te krijgen, de oude instelling heeft maximaal 7 werkdagen de tijd om informatie over directe bij- en afschrijvingen te verstrekken aan de nieuwe bank en *Direct Entry* gebruikers in te lichten over de nieuwe bankrekening. De bankklant is zelf verantwoordelijk voor het informeren van derden over de gewijzigde rekening.

Single Euro Payments Area (SEPA)

De Nederlandse banken kunnen hun bancaire verhuisdienst aanbieden doordat alle Nederlandse banken collectief één centrale processor gebruiken: Equens, het vroegere Interpay. Deze beheert één centrale databank van alle Nederlandse rekeningen. Equens voert ook alle interbancaire transacties uit.

Door verschillende stakeholders wordt tijdens gesprekken die ten behoeve van dit onderzoek zijn gehouden gewezen op en zorgen geuit over de eventuele gevolgen voor het voortbestaan van de Overstapservice van de invoering van de Europese betaalmarkt. Ook in het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (MOB) staat het voortbestaan van de Overstapservice in SEPA als een belangrijk zorgpunt op de agenda. Het MOB onderzoekt de mogelijkheden om in SEPA de huidige opzet van de Overstapservice te laten voortbestaan²².

Het belangrijkste punt van zorg is dat de werking van de Overstapservice technisch te ingewikkeld wordt als de Nederlandse banken na de overgang naar de 'Single euro payments area' (SEPA) ervoor kunnen kiezen Nederlandse banktransacties door andere buitenlandse processors te laten verwerken. Daarmee raken de gegevens van Nederlandse bankklanten verspreid over meerdere verwerkers²³. Dit maakt de werking van de Overstapservice technisch ingewikkelder.

Verschillende stakeholders wijzen erop dat de Afstemgroep SEPA Nederland van het MOB werkt aan het behouden van de Overstapservice. Dit wordt bevestigd door de Zorgpuntennota van het MOB.

²² Zie MOB Zorgpuntennota (2007) 'Follow-up zorgpunten SEPA migratieplan'.

²³ Zie bijvoorbeeld NVB, e.a., 2007, p. 9; Het Financieele Dagblad, 29 juni 2006. Ook MKB-Nederland verwacht dat *Single Euro Payments Area* zonder nummerportabiliteit wordt ingevoerd, maar vermoedt wel dat dit in een tweede tranche wordt meegenomen (MKB-Nederland, *Dossier: Nummerportabiliteit bankrekeningnummers*).

3 Theoretisch kader

3.1 Overstapkosten ontrafeld

3.1.1 Wat zijn overstapkosten?

Banken concurreren op elementen als prijs, locatie, merknaam (c.q. merkvertrouwen), assortiment en de kwaliteit van diensten. De bankklant maakt op basis hiervan een afweging van welk aanbod het meest aantrekkelijk is. Voordat de klant besluit over te stappen naar een andere bank, moet hij of zij beslissen of de voordelen van zo'n overstap opwegen tegen de kosten. *Overstapkosten* zijn kosten die bestaande klanten (eenmalig) moeten maken wanneer ze van aanbieder wisselen (Burnham, e.a., 2003, p. 110; Europese Commissie, 2006, p. 91), oftewel de waargenomen economische en psychologische kosten verbonden aan het veranderen van het ene alternatief naar het andere (Jones, e.a., 2002, p. 441). Een cruciale consequentie van switchkosten is dat ex-ante homogene producten na aankoop ex-post gedifferentieerd raken (Klemperer, 1987b, p. 375; Kim, e.a., 2003, p. 25).

De kosten kunnen diverse vormen aannemen: transactiegerelateerd (waaronder 'rompslomp'), informatiegerelateerd/cognitief, contractueel/'kunstmatig', comptabiliteitgerelateerd (de verschillende onderdelen van een product of dienst moeten – soms letterlijk – op elkaar aansluiten) en psychologisch (Klemperer, 1987b, p. 375-376; Klemperer, 1995, p. 517-518).

De Europese Commissie (2006, p. 91 e.v.) identificeert vijf factoren die de mobiliteit van bankklanten begrenzen:

- Administratieve lasten (transactiegerelateerde overstapkosten/'rompslomp');²⁴
- Informatieasymmetrie (productcomplexiteit) en lage prijs transparantie (hoge zoekkosten);²⁵
- *Cross-selling* (verhoogt afhankelijkheid) en het bundelen van bancaire producten (vermindert prijs transparantie en verhoogt toetredingsdrempel voor 'enkelvoudige' dienstverleners);²⁶
- Klantvoorkeuren en keuze (bijvoorbeeld nabijheid tot woning/werk, bankkeuze van familie, persoonlijk contact, vertrouwen en betrouwbaarheid);
- Opheffingslasten (administratievergoeding, het tekenen van formulieren en aanleveren van documenten, voortijdige beëindigingstoelagen, et cetera).

De derde genoemde vorm van overstapkosten, *cross-selling* en *product bundling*, vindt in de praktijk 'puur' (een product is alleen verkrijgbaar in combinatie met andere producten) en 'gemixt' (door middel van pakketkortingen) plaats. De betaalrekening heeft in deze een 'kapstokfunctie'.

²⁴ Een sprekend voorbeeld van transactiegerelateerde overstapkosten zijn automatische bij- en afschrijvingen: uit een peiling vóór de invoering van de Overstapservice bleek dat het wijzigen van automatische incasso's en periodieke overboekingen (bijvoorbeeld het salaris) als meest problematisch werd beschouwd (Consumentenbond, 2002).

²⁵ Ondoorzichtige en/of verschillende prijsstructuren frustreren prijsvergelijk.

²⁶ *Cross-selling* is een relatief eenvoudige manier om tegen lage marginale kosten (van marketing en distributie) de omzet te verhogen en de klant afhankelijker te maken van de bank (Europese Commissie, 2006, p. 95).

Overigens heeft een dergelijke koppeling van producten niet alleen nadelen voor de klant; ze kunnen in bepaalde gevallen gebundeld meer nut opleveren dan de optelsom van de individuele producten, bijvoorbeeld omdat de klant waarde hecht aan *one-stop-shopping* (het onderbrengen van een volledige (of brede) productportefeuille bij één aanbieder) of door een nauwkeuriger toegesneden aanbod (Europese Commissie, 2006, p. 95).

Naast de bovengenoemde argumenten (lage marginale kosten, hogere klantafhankelijkheid) spelen er ook competitieve factoren. De mogelijkheden voor banken om te concurreren op betalingsverkeer worden namelijk als klein gekenschetst; het is min of meer een bulkproduct. Concurrentie en productdifferentiatie zijn wel mogelijk in de aanvullende dienstverlening (*De Telegraaf*, 5 maart 2006).²⁷

Door gebruik te maken van koppelingen en pakketaanbiedingen stimuleren de banken wat in de literatuur *relationship banking* wordt genoemd.²⁸ Alternatief voor *relationship banking* is *transaction banking*, waarbij de verschillende financiële producten afzonderlijk worden verkocht. Aangezien banken onder *transaction banking* over minder informatie beschikken (een betaalrekening is niet verplicht voor het afnemen van een krediet) is het aannemelijk dat de risico's bij *transaction banking* hoger zijn dan bij *relationship banking*. Hier staat tegenover dat er onder *transaction banking* door de bank geen kosten worden gemaakt voor monitoring van de betaalrekening van de desbetreffende onderneming (NMa, 2004, p. 81).²⁹

3.1.2 Hoe komen overstapkosten tot stand?

Vanuit het perspectief van de onderneming is het 'managen' van overstapkosten een rationele strategie waarmee geprobeerd wordt klanten aan zich te binden.³⁰ Burnham, e.a. (2003, p. 113) onderscheiden hiertoe drie antecedenten van overstapkosten:

- Marktkarakteristieken: productcomplexiteit en dienstverlenerheterogeniteit;
- Consumenteninvesteringen: 'breedte' van het productgebruik en de mate van productaanpassingen;
- Domeinexpertise: ervaring met alternatieven en met overstappen.

Een bedrijf vergroot overstapkosten door 'defensieve marketing': het verhogen van de waargenomen productcomplexiteit (nadruk leggen op alle – aanvullende – mogelijkheden die het product biedt), *product* en *price bundling* (breder gebruik en grotere waargenomen complexiteit), diffe-

²⁷ In het kader van de Monitor Financiële Sector heeft de NMa begin 2004 een korte enquête gehouden onder MKB'ers (92 vragenlijsten zijn ingevuld retour ontvangen). Daaruit blijkt dat vooral betaalproducten en kredietproducten gekoppeld zijn aan de betaalrekening. De NMa voerde ook een enquête onder 8 banken uit. Voor de bepaalde producten (binnen- en buitenlands betalingsverkeer en rekening-courantkrediet) stellen alle banken het aanhouden van een betaalrekening verplicht. Voor een creditcard, pincontract en kasgeldstorting stellen de meeste het aanhouden van een betaalrekening ook verplicht (NMa, 2004, pp. 84-87).

²⁸ Zie bijvoorbeeld: Boot, A.W.A. (2000). *Relationship Banking: What do we Know?* Journal of Financial Intermediation, 9(1), pp. 7-25.

²⁹ Vergeleken met andere EU-lidstaten is productbundeling in Nederland overigens vrij doorsnee: er zijn gemiddeld 2,29 andere bankproducten aan de Nederlandse betaalrekening verbonden (het EU15-gemiddelde bedraagt 2,24). Landen met een hoge koppeling zijn Frankrijk (3,15) en België (2,99); in met name Oost-Europa is *product bundling* minder voorkomend (Europese Commissie, 2006, p. 106).

³⁰ In sommige studies (o.a. Jones, e.a., 2002 en Burnham, e.a., 2003) hebben overstapkosten zelfs een krachtiger effect op herhalingsaankopen dan klantsatisfactie. Overigens geldt bij het werven van klanten het omgekeerde: bij *'switching in'* dienen bedrijven de waargenomen overstapkosten bij hun prospects (tijdelijk) te verlagen, om deze na aankoop/verbintenis geleidelijk op te voeren (Klempere, 1987a, p. 149; Burnham, e.a., 2003, p. 120).

rentiatie (heterogeniteit van de aanbieders opvijzelen) en het zich richten op klanten die minder snel zullen overstappen. Dit laatste wordt door financiële instellingen hoofdzakelijk toegepast door klanten in een vroege levensfase aan zich te binden, bijvoorbeeld met kortingen voor studenten op betaalproducten en verzekeringen, en met aanbiedingen voor instappers in de woningmarkt (Burnham, e.a., 2003, p. 118-120; Boot, e.a., 2007, p. 521).

Het bedrijf dat het overstapkosteninstrument doelbewust hanteert, ziet zich geconfronteerd met een afweging (*trade-off*) tussen acquisitie en retentie omdat beide in de praktijk lastig samengaan (o.a. Kim, e.a., 2003, p. 26). Hierbij speelt mee dat de (marginale) kosten van retentie doorgaans lager liggen dan die van werving.

3.1.3 Kostensoorten

In de academische literatuur worden ruwweg drie categorieën en vijf subcategorieën van overstapkosten onderscheiden, zoals weergegeven in onderstaande tabel.

Tabel 3.1 Overstapkosten vanuit managementperspectief

Type overstapkosten
<p><i>Continuïteitskosten</i>, bestaande uit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prestatieverlieskosten: opgebouwde voordelen en privileges die verloren raken door de overstap. Burnham, e.a. (2003) spreken van 'voordeelverlies'. • Onzekerheidskosten: de ervaren waarschijnlijkheid van lagere prestaties door overstap (oftewel onzekerheid over de prestaties van de nieuwe dienstverlener). Burnham, e.a. (2003) spreken van 'economisch risico'.³¹ <p><i>Leerkosten</i>, bestaande uit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zoek- en evaluatiekosten (in tijd en moeite) voorafgaand aan de overstap. Burnham, e.a. (2003) spreken van 'evaluatiekosten'.³² • Gedragmatige en cognitieve kosten ná de overstap: het leren van de nieuwe dienst (bijvoorbeeld procedures en de verlangde rol van de klant). Burnham, e.a. (2003) spreken van 'leerkosten'. • Set-up kosten: tijd, moeite en monetaire kosten van het overdragen van behoeften en informatie naar de nieuwe dienstverlener. Burnham, e.a. (2003) spreken van 'set-up kosten' en 'monetair verlies'. <p><i>Verzonken kosten</i>:</p> <p>Investerings- en kosten die klant reeds heeft toegewijd aan het tot stand brengen en onderhouden van de uitwisselingsrelatie.³³ Alle bovengenoemde kosten raken verzonken na het overstappen en het nemen van de kosten. Burnham, e.a. (2003) spreken van verlies van 'persoonlijke relatie' en 'merkrelatie'.</p>

Bron: Jones, e.a. (2002, p. 442-443) en Burnham, e.a. (2003, p. 111-112)³⁴

³¹ Klemperer (1995, p. 519) noemt in dit kader tevens *netwerkeexternaliteiten*: in de situatie dat er bij de aanbieder schaalvoordelen spelen, geven klanten de voorkeur aan aansluiting bij andere klanten om zodoende te profiteren van lagere kosten en dus lagere prijzen.

³² Diensten zijn hier extra gevoelig voor in verband met de geografische spreiding en het beperkt aantal alternatieven per regio, de ontastbaarheid van diensten en onscheidbaarheid van productie en consumptie (Zeithaml, 1981, in: Jones, e.a., 2002, p. 443).

³³ Psychologische overstapkosten komen deels tot stand uit de aandrang om cognitieve dissonantie te minimaliseren (Klemperer, 1995, p. 518).

³⁴ Burnham, e.a. (2003) aggregeren hun subcategorieën op iets andere wijze, namelijk in: *procedurele kosten* (economisch risico, evaluatiekosten en set-up kosten), *financiële kosten* (voordeelverlies en monetair verlies) en *relationele kosten* (verlies van persoonlijke relatie en merkrelatie).

Vermoedelijk zijn overstapkosten in de bancaire sector vooral terug te voeren op informatieasymmetrie tussen aanbieder en klant (Kim, e.a., 2003, p. 27).³⁵ Deze kosten vinden we met name terug onder de *leerkosten* in Tabel 3.1. Te denken valt aan het informeren naar de gevolgen voor bestaande contracten en eventuele lopende afspraken/overeenkomsten en de mogelijkheden voor specifieke afspraken over bijvoorbeeld kredieten en blokkades (twee vormen van *zoek- en evaluatiekosten* voorafgaand aan de overstap), het informeren van instanties waarvan de rekeninghouder periodiek geld ontvangt (zoals salaris of uitkering), het stopzetten van periodieke betalingsopdrachten die via elektronisch bankieren zijn opgevoerd en het opnieuw aanvragen van bankpasjes, creditcards en elektronisch bankieren (drie vormen van *set-up kosten*).

3.2 Gevolgen van overstapkosten

Vanuit maatschappelijk oogpunt leveren overstapkosten welvaartsverliezen op en kunnen derhalve onwenselijk zijn (Klemperer, 1987b, p. 391; Klemperer, 1995, p. 536). Drie voornaamste mededingingsbeperkende effecten van switchkosten zijn:

- Marktmacht/prijsinelasticiteit: kan uitmonden in prijsverhogingen en prijsdiscriminatie;³⁶
- Toetredingsbarrières: ontmoedigen betreding en verlagen competitiviteit;³⁷
- Ontmoediging van productinnovatie/-differentiatie ten faveure van inspanningen gericht op bestaande klanten zoals *cross-selling* (Klemperer, 1987b, p. 377; Farrell, e.a., 1988, p. 135; Klemperer, 1995, p. 536; Europese Commissie, 2006, p. 92; Boot, e.a., 2007, p. 522).³⁸

Menig onderzoek toont een positief verband aan tussen overstapkosten en de geneigdheid tot herhalingsaankoop van diensten, kortweg klantbehoud of loyaliteit (o.a. Jones, e.a., 2002; Burnham, e.a., 2003; Beerli, e.a., 2004).³⁹

Het verband tussen switchkosten en loyaliteit blijkt te variëren met de bedrijfstak, productcategorie en klanteigenschappen (Fornell, 1992; Kim, e.a., 2003). Mogelijk is de relatie tevens afhankelijk van de uitgebreidheid van het beslissingsproces bij de merk-/bankkeuze: grotere ‘investering’ in het beslissingsproces (waaronder tijd en moeite) versterkt de positieve invloed van overstapkosten op loyaliteit (Beerli, e.a., 2004, p. 259-260).⁴⁰

³⁵ Het model van deze auteurs staat toe om omvang en significantie aan de overstapkosten toe te rekenen. In hun dataset (met daarin alle Noorse banken, meetperiode 1988-1996) treffen ze aan dat de gemiddelde overstapkosten 4,1 procent bedragen (ongeveer eenderde van het gemiddelde rentepercentage op leningen), dat ongeveer een kwart van de toegevoegde waarde van klanten toe te schrijven is het *lock-in* effect van overstapkosten, en dat 35 procent van het gemiddelde bankmarktaandeel te danken is aan zijn gevestigde bank-/leerrelatie (Kim, e.a., 2003, p. 42-51).

³⁶ Overstapkosten segmenteren de markt in submarkten die effectief elk een monopoliepositie opleveren. Het resulterende (niet-coöperatieve) marktevenwicht kan daarmee gelijk worden aan de collusieoplossing in een voor het overige identieke markt zonder overstapkosten (Klemperer, 1987b, p. 377).

³⁷ Farrell, e.a. (1988, p. 135) nuanceren dit door te stellen dat overstapkosten alleen *in combinatie met schaalvoordelen* leiden tot toetredingsbarrières. In hun alternatieve definitie van toetreding, de situatie waarin maatschappelijk wenselijke toetreding uitblijft, is het verband tussen switchkosten en toetreding eveneens aanwezig. Ook betrekken zij de productlevenscyclus in hun model: naarmate een product (of dienst) ouder wordt, leunt het meer op verbonden klanten (in plaats van nieuwe klanten) en dus overstapkosten.

³⁸ Overigens is de door de EC gemeten relatie tussen overstappercentage en winstpercentage en tussen overstappercentage en marktconcentratie (C3-ratio) zwak (Europese Commissie, 2006, p. 112).

³⁹ Jones, e.a. (2002) vinden het sterkste verband tussen prestatieverlieskosten en aankoopintentie; Burnham, e.a. (2003) maken uit hun onderzoek op dat procedurele en relationele overstapkosten een veel grotere uitwerking op klantbehoud hebben dan financiële overstapkosten.

⁴⁰ Intuïtief aannemelijk, echter, door de auteurs empirisch niet vastgesteld.

In de ‘managementliteratuur’ worden tevens hogere winsten (Beggs, e.a., 1992) en houdbaar concurrentievoordeel (Karaka, e.a., 1989; Kerin, e.a., 1992) aan overstapkosten gelinkt.

Het gegeven dat de mobiliteit van de bankklant laag is, is niet zonder meer toe te schrijven aan overstapdrempels. Het standpunt van de banken zelf is dat de lage mobiliteit het gevolg is van enerzijds hoge klanttevredenheid⁴¹ en anderzijds het feit dat de betaalrekening een gemakproduct of hygiënefactor (*dissatisfier*) is, waarvoor de klant zich enkel interesseert bij specifieke *live-events* zoals een huwelijk, scheiding of de aankoop van een huis (NVB, 2006b, p. 9-10).

Hoewel menig onderzoek deze aanname staft, zeker waar het de hoge klanttevredenheid aangaat⁴², onderschrijven andere onderzoeken dat consumenten grote overstapmoeilijkheden ondervinden, ongeacht of ze tevreden of ontevreden zijn met hun huidige bank.⁴³ In de Monitor financiële sector 2003 heeft de NMa aangegeven dat de concurrentie op de Nederlandse betaalmarkt met name plaatsvindt op het binnenhalen van nieuwe, intredende rekeninghouders zoals jongeren, studenten en startende ondernemingen (NMa, 2003, p. 26). Er vindt dus minder concurrentie plaats om klanten die reeds een relatie hebben met een bepaalde aanbieder. Deze bevinding lijkt op het eerste gezicht in overeenstemming te zijn met de aanwezigheid van (hoge) overstapkosten op deze markt(en), maar kan ook resulteren uit een hoge klanttevredenheid.

⁴¹ In zekere zin is klanttevredenheid de tegenpool van overstapbarrières: eerstgenoemde maakt het kostbaar *voor een concurrent* om klanten bij een andere aanbieder weg te halen, laatstgenoemde maakt het kostbaar *voor een klant* om naar een andere aanbieder te switchen (Fornell, 1992, p. 10). Beide zijn vormen van merkloyaliteit, zij het op andere gronden.

⁴² Voor nationale cijfers zie: Consumentenbond (2002, p. 12); KPMG (2004, p. 7); The Choice (2005). Voor internationale cijfers zie: European Performance Satisfaction Index (2006). *Pan European Customer Satisfaction 2005*; UK Competition Commission (2002). *The supply of banking services by clearing banks to small and medium-sized enterprises*.

⁴³ Zie de toelichting op de vijf soorten overstapkosten in: Europese Commissie (2006, p. 93-98).

4 Overstapdrempels gemeten

4.1 Verantwoording

Twee groepen rekeninghouders

Het veldwerk dat ten behoeve van dit onderzoek is verricht, bestaat uit enquêtes onder rekeninghouders, zowel overstappers als niet-overstappers, en interviews met stakeholders en experts. Bij het enquêteren van rekeninghouders zijn simultaan twee trajecten doorlopen. Ten eerste is een enquête uitgezet onder rekeninghouders die in ieder geval gedurende de afgelopen 12 maanden niet zijn overgestapt van bank (hierna “niet-overstappers”). Het veldwerk voor deze enquête is uitgevoerd door TNS NIPO. Ten tweede is een enquête uitgezet onder rekeninghouders die recentelijk van bank zijn gewisseld. Naam-, adres- en woonplaatsgegevens van deze overstappers zijn in een kant-en-klaar bestand aangeleverd door het ministerie van Financiën.

De vragenlijsten die aan beide groepen rekeninghouders zijn voorgelegd, zijn in bijlage A bij dit rapport gevoegd. De vragenlijst ‘Enquête NIPO’ is voorgelegd aan niet-overstappers; de vragenlijst ‘Enquête gebruikers overstapservice’ is aan overstappers voorgelegd.

De vragen die betrekking hebben op de gepercipieerde en ervaren drempels zijn, afgezien van de tijdsvorm waarin die zijn gesteld, voor beide groepen steeds hetzelfde⁴⁴. De enquête voor de overstappers kent vervolgens een aantal additionele vragen die betrekking hebben op het functioneren van de Overstapservice en de tevredenheid daarover.

Respons

Bij de niet-overstappers bedraagt de netto respons 245 particuliere rekeninghouders en 142 zakelijke rekeninghouders; bij de overstappers 520 particuliere rekeninghouders (21% van de uitgestuurde enquêtes) en 275 zakelijke rekeninghouders (11% van de uitgestuurde enquêtes).

Representativiteit en selectiviteit

De resultaten die betrekking hebben op de niet-overstappers zijn herwogen door TNS NIPO opdat deze representatief zijn.

De resultaten die betrekking hebben op de overstappers kunnen niet worden herwogen aangezien de achtergrondkenmerken van de populatie van overstappers onbekend is. Wel weten we dat bij particulieren de samenstelling van beide groepen (overstappers en niet-overstappers) in termen van leeftijd en geslacht nauwelijks van elkaar verschilt. In termen van inkomen, echter, is er wel een wezenlijk verschil in de zin dat het inkomen van overstappers die hier geënquêteerd zijn, significant (statistisch, maar ook in omvang) hoger is dan dat van niet-overstappers. Dit kan impliceren dat er sprake is van selectiviteit. Dit is echter niet zeker omdat niet bekend is of de geënquêteerde groep overstappers representatief is voor de populatie overstappers als geheel.

⁴⁴ Zo is de tijdsvorm bij overstappers in de verleden tijd (‘Ik heb het als drempel ervaren dat...’), terwijl de tijdsvorm bij de niet-overstappers de tegenwoordige tijd is (‘Ik ervaar het als drempel dat...’).

Ook bij de zakelijke rekeninghouders zijn er verschillen in de achtergrondkenmerken van de niet-overstappers en de overstappers die ten behoeve van dit onderzoek zijn benaderd: de groep zakelijke overstappers bestaat uit minder kleine en meer grote bedrijven dan de groep zakelijke niet-overstappers. Hierbij geldt eveneens dat de resultaten van de zakelijke niet-overstappers zijn herwogen (tot representatieve gegevens), terwijl dit voor de zakelijke overstappers niet mogelijk is omdat de achtergrondkenmerken van de populatie overstappers onbekend zijn.

Definitie van overstappen

Onder overstappen wordt in dit onderzoek verstaan: het overzetten van het overgrote gedeelte van het betalingsverkeer naar een betaalrekening bij een andere bank.

4.2 Gepercipieerde en ervaren drempels

4.2.1 Particuliere rekeninghouders

In de enquête is onderscheid gemaakt tussen feitelijkheden/feitelijke handelingen en gevoelsmatigheden die rekeninghouders al dan niet als drempel kunnen ervaren bij het overstappen. De feitelijkheden/feitelijke handelingen duiden we gemakshalve aan als ‘harde’ drempels; de gevoelsmatigheden als ‘zachte drempels’⁴⁵.

In Tabel 4.1 is de mate waarin particuliere rekeninghouders verschillende feitelijkheden/feitelijke handelingen die gepaard gaan met overstappen als drempel ervaren weergegeven. In de tabel is onderscheid gemaakt tussen de niet-overstappers en de overstappers. De laatste kolom in de tabel geeft weer of er sprake is van een statistisch significant verschil tussen niet-overstappers en overstappers in de kwalificatie die wordt toegekend aan de desbetreffende mogelijke drempel.

⁴⁵ Waarbij aangetekend dat hard en zacht niet verward mogen worden met respectievelijk hoog en laag.

Tabel 4.1 'Harde' drempels particulieren, niet-overstappers en overstappers

Particulier	Niet-overstappers			Overstappers			Significant verschillend?
	Nee	Ja, kleine drempel	Ja, grote drempel	Nee	Ja, kleine drempel	Ja, grote drempel	
Nieuwe bankproducten aanvragen (passen, pincodes)	31,6%	36,0%	32,4%	72,2%	20,5%	7,2%	ja, ***
Wachten op nieuwe bankproducten (passen, pincodes)	28,5%	41,1%	30,5%	80,1%	15,8%	4,1%	ja, ***
Bij de bank langs moeten gaan	40,9%	39,7%	19,4%	74,1%	18,6%	7,3%	ja, ***
Nieuw rekeningnummer	26,8%	22,8%	50,4%	67,3%	22,7%	10,0%	ja, ***
Nieuwe pincode	34,6%	30,5%	35,0%	70,2%	20,6%	9,2%	ja, ***
Automatische betalingen moeten overzetten	19,5%	28,9%	51,6%	56,8%	28,1%	15,1%	ja, ***
Instanties en relaties moeten informeren	17,4%	26,7%	55,9%	52,0%	30,9%	17,1%	ja, ***
Acceptgiro's nog op oude rekeningnummer	47,6%	29,7%	22,8%	70,8%	21,9%	7,4%	ja, ***
Veel verschillende (bij)producten bij vorige bank	32,1%	34,1%	33,7%	77,6%	15,2%	7,3%	ja, ***
Kwaliteit van de dienstverlening bij nieuwe bank is onzeker	27,5%	34,0%	38,5%	73,1%	21,6%	5,4%	ja, ***
Nieuw banksysteem moeten leren kennen	51,6%	30,1%	18,3%	73,5%	21,0%	5,4%	ja, ***

*, **, *** = 90%, 95%, 99% betrouwbaarheid

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tabel 4.1 laat zien dat voor alle feitelijkheden/feitelijke handelingen geldt dat een meerderheid tot zeer ruime meerderheid deze niet als drempel stellen te ervaren. De belangrijkste feitelijkheden/feitelijke handelingen die overstappers nog als drempel ervaren zijn het moeten overzetten van automatische betalingen (43,2% van de overstappers ervaart dit nog als drempel) en het moeten informeren van instanties en relaties (48% van de overstappers ervaart dit nog als drempel).

De niet-overstappers daarentegen ervaren alle drempels significant (steeds met een 99% betrouwbaarheidsinterval) hoger dan de overstappers. De belangrijkste drempels die de particuliere niet-overstappers ervaren zijn naar orde van belang: (1) het moeten overzetten van automatische betalingen⁴⁶, (2) het moeten informeren van instanties en relaties en (3) het krijgen van een nieuw rekeningnummer. Terwijl (1) en (2) drempels zijn die de Overstapservice wegneemt of faciliteert, is het verkrijgen van een nieuw rekeningnummer iets wat buiten de reikwijdte van de Overstapservice valt.

Door diverse stakeholders is de 'incassantenomleiding' genoemd als het meest belangrijke element in de Overstapservice. Dit wordt bevestigd door de conclusie dat 'automatische betalingen moeten omzetten' als een van de meest belangrijke drempels wordt ervaren.

⁴⁶ Automatische betalingen zijn in de enquête die ten behoeve van dit onderzoek is uitgevoerd niet nader gespecificeerd naar periodieke overboekingen en automatische incasso's. Er wordt van uitgegaan dat respondenten automatische betalingen zowel als periodieke overboekingen als automatische incasso's interpreteren. Automatische incasso's worden door de Overstapservice gedurende de eerste dertien maanden na de overstap rechtstreeks van de nieuwe rekening afgeschreven; periodieke overboekingen moeten door de rekeninghouder zelf worden gewijzigd.

De cruciale vraag die zich aandient is wat de reden(en) is (zijn) van het verschil in gepercipieerde en ervaren drempels tussen niet-overstappers en overstappers: is er sprake van selectiviteit in de zin dat overstappers ‘andere’ rekeninghouders zijn (bijvoorbeeld vanwege een hoger inkomen) die minder drempels ervaren? Helpt de Overstapservice in het reduceren van drempels? Zijn de drempels die voorafgaand aan de overstap gepercipieerd worden lager dan de drempels zoals die feitelijk worden ervaren tijdens de overstap? Hoewel de effectiviteit van de Overstapservice in de volgende paragraaf aan de orde komt, blijkt uit Tabel 4.1 dat ook de drempels waar de Overstapservice geen betrekking op heeft (zoals nieuw rekeningnummer, nieuwe pincode of het moeten leren kennen van een nieuw banksysteem), aanzienlijk lager zijn bij de overstappers dan bij de niet-overstappers. Als wordt aangenomen dat er geen ‘spillover’-effect is van het verlagen van de ene drempel dankzij de Overstapservice, op de andere drempels, dan moet dit verschil veroorzaakt worden óf door selectiviteit óf doordat drempels vooraf als hoger worden gepercipieerd dan feitelijk ervaren tijdens de overstap.

In Tabel 4.2 is weergegeven of verschillende gevoelsmatigheden van toepassing zijn op, en een drempel vormen voor, niet-overstappers en overstappers.

Tabel 4.2 ‘Zachte’ drempels, particulieren, niet-overstappers en overstappers

Particulier	Niet-overstappers				Overstappers				Significant verschillend?
	Drempel?				Drempel?				
	Niet van toepassing	nee	ja, kleine drempel	ja, grote drempel	Niet van toepassing	nee	ja, kleine drempel	ja, grote drempel	
Onvoldoende overzicht wat ik allemaal moet doen bij overstappen	44,5%	4,9%	27,5%	23,1%	51,5%	16,3%	21,2%	11,0%	ja, ***
Bang dat incasso's nog van mijn oude rekening afgaan	61,3%	4,4%	18,1%	16,1%	57,8%	13,6%	20,6%	8,1%	ja, ***
Prijzen en voorwaarden zijn moeilijk te vergelijken	35,4%	7,3%	33,3%	24,0%	63,3%	14,8%	14,6%	7,3%	ja, ***
Privileges en financiële voordelen bij mijn vorige bank	74,1%	6,1%	7,7%	12,1%	80,8%	12,4%	4,9%	2,0%	ja, ***
Verwachting dat overstappen geld kost, zoals renteverlies	65,2%	2,4%	19,0%	13,4%	79,2%	10,6%	7,9%	2,4%	ja, ***
Gevoelsmatige binding met huidige bank en personeel	60,2%	11,8%	17,9%	10,2%	74,4%	11,0%	10,8%	3,7%	ja, ***

*, **, *** = 90%, 95%, 99% betrouwbaarheid

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De ‘zachte’ drempels zijn als stellingen aan respondenten voorgelegd. Hierbij konden respondenten aangeven of de desbetreffende stelling wel/niet van toepassing is, en indien wel van toepassing, in hoeverre dit als drempel wordt ervaren. Zodoende vormen ‘Niet van toepassing’ en (indien wel van toepassing) ‘geen drempel’ samen het percentage van respondenten die de desbetreffende gevoelsmatigheid niet als drempel ervaren.

Voor de niet-overstappers geldt dat een kleine meerderheid ‘onvoldoende overzicht wat te doen bij overstappen’ en ‘prijzen en voorwaarden moeilijk te vergelijken’ als kleine of grote drempel ervaart. Beide drempels duiden op het bestaan van een gebrek aan transparantie voor de rekeninghouder. De eerstgenoemde (onvoldoende overzicht) komt overeen met de door verschillen-

de stakeholders als belangrijk genoemde drempel dat de ‘verwachte rompslomp’ bij overstappen hoog is. Voor de overige gevoelsmatigheden geldt dat een ruime meerderheid deze niet als drempel ervaart.

De overstappers die gebruik hebben gemaakt van de Overstapservice ervaren deze gevoelsmatigheden significant minder als drempel dan de niet-overstappers.

4.2.2 Zakelijke rekeninghouders

In Tabel 4.3 is weergegeven in hoeverre zakelijke rekeninghouders, niet-overstappers en overstappers, feitelijkheden en feitelijke handelingen die met overstappen gepaard gaan, als drempel ervaren.

Evenals bij de particuliere rekeninghouders zijn ‘het moeten informeren van instanties en relaties’, ‘automatische betalingen moeten overzetten’ en ‘nieuw rekeningnummer’ de belangrijkste drempels.

Ook bij de zakelijke rekeninghouders geldt dat overstappers significant minder drempels ervaren dan niet-overstappers.

Tabel 4.3 ‘Harde’ drempels zakelijke rekeninghouders, niet-overstappers en overstappers

Zakelijk	Niet-overstappers			Overstappers			Significant verschillend?
	Nee	Ja, kleine drempel	Ja, grote drempel	Nee	Ja, kleine drempel	Ja, grote drempel	
Nieuwe bankproducten aanvragen (passen, pincodes)	27,7%	48,2%	24,1%	60,9%	31,7%	7,4%	ja, ***
Wachten op nieuwe bankproducten (passen, pincodes)	29,8%	46,8%	23,4%	68,3%	27,3%	4,4%	ja, ***
Bij de bank langs moeten gaan	45,4%	34,8%	19,9%	81,9%	11,8%	6,3%	ja, ***
Nieuw rekeningnummer	27,0%	19,1%	53,9%	53,5%	30,4%	16,1%	ja, ***
Nieuwe pincode	34,8%	36,2%	29,1%	72,6%	19,6%	7,8%	ja, ***
Automatische betalingen moeten overzetten	23,2%	28,9%	47,9%	50,7%	37,1%	12,1%	ja, ***
Instanties en relaties moeten informeren	14,2%	24,1%	61,7%	40,8%	44,5%	14,7%	ja, ***
Acceptgiro's nog op oude rekeningnummer	53,9%	27,0%	19,1%	69,9%	23,0%	7,1%	ja, ***
Veel verschillende (bij)producten bij vorige bank	45,4%	28,4%	26,2%	72,6%	21,1%	6,3%	ja, ***
Kwaliteit van de dienstverlening bij nieuwe bank is onzeker	29,1%	44,0%	27,0%	79,3%	15,6%	5,2%	ja, ***
Nieuw banksysteem moeten leren kennen	53,2%	34,0%	12,8%	67,6%	26,1%	6,3%	ja, ***
Interne processen en administratieve organisatie moeten aanpassen (alleen MKB)	44,7%	39,7%	15,6%	74,3%	19,3%	6,3%	ja, ***

*, **, *** = 90%, 95%, 99% betrouwbaarheid

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ten aanzien van de gevoelsmatigheden (Tabel 4.4) lijken zakelijke rekeninghouders ruwweg dezelfde drempels in dezelfde mate te ervaren als de particuliere rekeninghouders. Bij zakelijke rekeninghouders geldt immers ook dat ‘prijzen en voorwaarden moeilijk te vergelijken’ de belang-

rijkste drempel is. Dit is dan ook de enige drempel die niet-overstappers in meerderheid als kleine of grote drempel ervaren. Voor de overige gevoelsmatigheden geldt dat zakelijke, niet-overstappers die in ruime meerderheid niet als drempel ervaren.

Verder valt op dat zakelijke niet-overstappers vaker ‘privileges en financiële voordelen bij de huidige bank’ als drempel ervaren dan particuliere rekeninghouders.

Tabel 4.4 ‘Zachte’ drempels, zakelijke rekeninghouders, niet-overstappers en overstappers

Zakelijk	Niet-overstappers				Overstappers				Significant verschil?
	Niet van toepassing	Drempel?			Niet van toepassing	Drempel?			
		Nee	Ja, kleine drempel	Ja, grote drempel		Nee	Ja, kleine drempel	Ja, grote drempel	
Onvoldoende overzicht wat ik allemaal moet doen bij overstappen	55,3%	1,4%	27,7%	15,6%	60,7%	16,4%	16,4%	6,2%	ja, ***
Bang dat incasso's nog van mijn oude rekening afgaan	66,0%	1,4%	24,1%	8,5%	70,3%	11,4%	14,7%	3,3%	ja, ***
Prijzen en voorwaarden zijn moeilijke te vergelijken	36,2%	7,1%	35,5%	21,3%	59,6%	14,9%	18,5%	6,5%	ja, ***
Privileges en financiële voordelen bij mijn vorige bank	68,1%	5,7%	8,5%	17,7%	80,4%	12,4%	4,4%	2,5%	ja, ***
Verwachting dat overstappen geld kost, zoals renteverlies	63,6%	2,9%	22,1%	11,4%	76,3%	9,9%	9,5%	4,0%	ja, ***
Gevoelsmatige binding met huidige bank en personeel	62,0%	4,2%	19,0%	14,8%	76,6%	7,7%	11,3%	4,0%	ja, ***

*, **, *** = 90%, 95%, 99% betrouwbaarheid

Bron: SEO Economisch Onderzoek

4.3 Conclusies

Rekeninghouders, zowel particulier als zakelijk, die recentelijk zijn overgestapt en daarbij gebruik hebben gemaakt van de Overstapservice, ervaren in beperkte mate overstapdrempels in de zin dat een meerderheid tot ruime meerderheid de verschillende feitelijkheden of gevoelsmatigheden die met een overstap gepaard gaan, niet als drempel ervaren. Rekeninghouders die niet zijn overgestapt percipiëren daarentegen significant hogere drempels dan overstappers. Het aanzienlijke verschil tussen de gepercipieerde drempels van niet-overstappers en de ervaren drempels van overstappers, kan verklaard worden door: (i) selectiviteit in de zin dat overstappers ‘andere’ rekeninghouders zijn die minder drempels ervaren; en/of (ii) de Overstapservice die drempels reduceert; en/of (iii) dat drempels die voorafgaand aan de overstap gepercipieerd worden lager zijn dan de drempels zoals die feitelijk worden ervaren tijdens de overstap. Aan deze laatste verklaring is tevens gekoppeld de mogelijkheid dat niet-overstappers de Overstapservice onvoldoende kennen, waardoor de gepercipieerde drempels hoger zijn dan wanneer zij de Overstapservice wel zouden kennen.

De belangrijkste drempels voor deze niet-overstappers, particulier en zakelijk, zijn ‘het moeten informeren van instanties en relaties’, het ‘moeten overzetten van automatische betalingen’ en het krijgen van een ‘nieuw rekeningnummer’. Daarnaast geldt voor relatief veel particuliere niet-overstappers dat het moeilijk kunnen vergelijken prijzen en voorwaarden van banken en het heb-

ben van onvoldoende overzicht wat allemaal te doen bij overstappen, een overstapdrempel vormt. Het hebben van onvoldoende overzicht is bij zakelijke niet-overstappers minder een probleem, maar ook deze groep heeft moeite met het vergelijken van prijzen en voorwaarden.

De belangrijkste drempels die niet-overstappers nog percipiëren, hebben direct of indirect te maken met het krijgen van een nieuw rekeningnummer. De zogenaamde ‘incassantenomleiding’ die de Overstapservice biedt is hiervoor een alternatief, dat blijktens de ervaringen van overstappers de voornoemde drempels verlaagt, maar die de drempel van een nieuw rekeningnummer voor niet-overstappers niet wegneemt.

De incassantenomleiding van de Overstapservice wordt door de verschillende stakeholders ook als belangrijkste component uit de Overstapservice aangemerkt; naar mening van een aantal stakeholders echter als inferieur alternatief voor nummerportabiliteit.

5 Effecten van de Overstapservice

Overstappers die gebruik hebben gemaakt van de Overstapservice ervaren aanzienlijk minder drempels dan rekeninghouders die niet recentelijk zijn overgestapt. De cruciale vraag is in hoeverre dit verschil verklaard wordt door het drempelverlagende effect dat de Overstapservice heeft. Verschillen in ervaren drempels kunnen immers ook verklaard worden door selectiviteit en/of doordat rekeninghouders vooraf hogere drempels percipiëren dan zij in werkelijkheid ervaren. Zowel selectiviteit als het verschil in vooraf gepercipieerde en daadwerkelijk, achteraf ervaren drempels kunnen niet goed achterhaald worden.

Ten eerste selectiviteit niet, omdat onbekend is hoe de populatie overstappers eruit ziet. Wel weten we dat de overstappers die hebben deelgenomen aan dit onderzoek, veelal hogere inkomens hebben dan niet-overstappers.

Ten tweede is in dit onderzoek niet onderzocht in welke mate er een verschil is tussen de vooraf gepercipieerde drempels, en de tijdens/achteraf ervaren drempels. Hiertoe zouden overstappers in de tijd gevolgd moeten worden zodat hun gepercipieerde drempels vooraf en hun ervaren drempels tijdens/achteraf gemeten kunnen worden. Een alternatief zou zijn het vergelijken van de gepercipieerde drempels van niet-overstappers, met groepen overstappers die wel en die niet gebruik hebben gemaakt van de overstappers. Deze beide analyses vallen buiten de reikwijdte van dit onderzoek. Ten behoeve van het meten van de effectiviteit van de Overstapservice wordt dan ook volstaan met directe ondervraging van zowel niet-overstappers als overstappers over de mate waarin de Overstapservice bijdraagt aan het verlagen van drempels en het vergemakkelijken van het overstappen.

5.1 Bekendheid met de Overstapservice

Van de niet-overstappers kent in totaal 31,6% de Overstapservice: 12,4% kent de Overstapservice inhoudelijk terwijl 19,2% de Overstapservice alleen van naam kent. Er bestaat geen wezenlijk verschil tussen bekendheid van de Overstapservice onder particuliere en onder zakelijke rekeninghouders.

Deze bekendheid met de Overstapservice is (aanzienlijk) lager dan hetgeen The Choice in eerder onderzoek concludeerde (zie paragraaf 2.4). Volgens dat onderzoek kende iets minder dan de helft van de Nederlanders de Overstapservice.

Tabel 5.1 Bekendheid Overstapservice onder niet-overstappers, particulier en zakelijk

	Ja, ik ken de overstapservice	Ja, maar alleen van naam	Nee, nooit van gehoord
Particulieren	12,9%	19,0%	68,1%
MKB	11,6%	19,3%	69,0%
Totaal	12,4%	19,2%	68,4%

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Hét kanaal waarlangs overstappers op de hoogte raken van de Overstapservice is via de nieuwe bank waarnaar wordt overgestapt. Het beperkte belang van de media als kanaal, bevestigt de constatering van enkele stakeholders dat de Overstapservice door banken niet als (expliciet) marketingkanaal wordt gebruikt: pas als er contact is met de nieuwe klant, wordt deze geïnformeerd over de Overstapservice. Dit is ook consistent met de beperkte bekendheid van de Overstapservice onder niet-overstappers.

Hoewel verschillende betrokken partijen hebben aangegeven dat de oude bank bij het overstappen 'tegenwerkt', blijkt de oude bank toch het op één na belangrijkste kanaal waarlangs overstappers op de hoogte raken van de Overstapservice.

Tabel 5.2 Hoe op de hoogte? Overstappers, particulier en zakelijk

	Overstappers	
	Particulier	Zakelijk
Advertenties	1,3%	1,0%
Media: programma's/berichten TV, radio, krant	4,0%	1,4%
Internet	4,5%	1,9%
Ingelicht door oude bank	8,9%	12,4%
Ingelicht door nieuwe bank	84,2%	92,6%
Via vrienden, kennissen of familie	7,6%	0,5%
Anders	9,9%	2,4%

Bron: SEO Economisch Onderzoek Koert? Allebei tabellen veel meer dan 100%??

5.2 Effecten van de Overstapservice

5.2.1 Particuliere rekeninghouders

De Overstapservice blijkt een belangrijk instrument in het verlagen van drempels die particuliere rekeninghouders ervaren: van de particuliere overstappers vindt 71,4% dat de Overstapservice de belangrijkste drempels voor overstappen wegneemt. Ruim 50% van de overstappers geeft ook aan door het bestaan van de Overstapservice eerder geneigd te zijn over te stappen.

Ook de niet-overstappers zien het nut van de Overstapservice, hoewel ook een belangrijk deel van deze groep niet overtuigd is: 42,5% denkt dat deze de belangrijkste drempels wegneemt, echter, 44,1% is hierin neutraal. Belangrijk hierbij is wel dat de niet-overstappers de Overstapservice vaak niet kennen en dat groep voorafgaand aan deze vraag (kort) op hoofdlijnen wordt geïnformeerd over wat de Overstapservice inhoudt.

Opvallend is dat beide groepen – maar vooral bij de niet-overstappers is dit prominent – veel minder geneigd zijn over te stappen door het bestaan van de Overstapservice, dan het door hun aangegeven drempelverlagende effect ervan doet vermoeden. Een belangrijke verklaring hiervoor kan zijn dat, ook als de belangrijkste drempels worden weggenomen, een aanzienlijk deel van de

rekeninghouders voldoende (positieve) reden heeft om niet over te stappen. Dat er regelmatig geen reden is om over te stappen komt ook naar voren in eerder onderzoek door de Consumentenbond: 57% van de rekeninghouders ziet beperkte voordelen in overstappen.

Tabel 5.3 Effect Overstapservice op drempels, particulieren, overstappers en niet-overstappers

Particulier		Frequentie					Score (*significant verschillend)
		Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens	
Overstapservice neemt belangrijkste drempels weg	Overstappers	7,3%	8,1%	13,2%	42,9%	28,5%	ja, ***
	Niet-overstappers	4,0%	9,3%	44,1%	36,0%	6,5%	
Door overstap- service ben ik eerder geneigd over te stappen	Overstappers	8,7%	15,0%	20,2%	34,8%	21,3%	ja, ***
	niet-overstappers	12,1%	21,9%	42,5%	20,4%	3,2%	

*, **, *** = 90%, 95%, 99% betrouwbaarheid

Bron: SEO Economisch Onderzoek

5.2.2 Zakelijke rekeninghouders

Ook bij de zakelijke rekeninghouders die recentelijk zijn overgestapt heeft de Overstapservice een duidelijk drempelverlagend effect, zij het minder sterk dan bij de particuliere rekeninghouders. Bij de zakelijke niet-overstappers geldt ook in sterkere mate dat men, ondanks het drempelverlagende effect ervan, door het bestaan van de Overstapservice in mindere mate geneigd is om over te stappen. Ook hier kan gelden dat een zakelijke rekeninghouder voldoende (positieve) reden heeft om niet over te stappen. Een andere verklaring hiervoor kan zijn dat zakelijke rekeninghouders het krijgen van een nieuw rekeningnummer als grotere drempel ervaren dan particulieren, en dat dit nu juist de drempel is waar de Overstapservice zich niet op richt.

Tabel 5.4 Effect Overstapservice op drempels, zakelijke rekeninghouders, overstappers en niet-overstappers

Zakelijk		Frequentie					Score (*significant verschillend)
		Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens	
Overstapservice neemt belangrijkste drempels weg	Overstappers	6,6%	8,5%	22,5%	46,1%	16,2%	ja, ***
	niet-overstappers	0,7%	9,9%	47,5%	36,9%	5,0%	
Door overstapservice ben ik eerder ge- neigd over te stap- pen	Overstappers	7,1%	15,6%	29,0%	34,9%	13,4%	ja, ***
	niet-overstappers	9,2%	23,4%	43,3%	20,6%	3,5%	

*, **, *** = 90%, 95%, 99% betrouwbaarheid

Bron: SEO Economisch Onderzoek

5.3 Tevredenheid met de Overstapservice

Zowel particuliere als zakelijke rekeninghouders die recentelijk zijn overgestapt zijn (zeer) tevreden over de Overstapservice. Van de particuliere rekeninghouders die zijn overgestapt geeft 87,1% aan tevreden tot zeer tevreden te zijn. Slechts 5,3% zegt ontevreden tot zeer ontevreden te zijn. Ook de zakelijke overstappers zijn te spreken over de Overstapservice: 86,3% zegt tevreden tot zeer tevreden te zijn, tegen 4,1% ontevreden tot zeer ontevreden.

Tabel 5.5 Tevredenheid met de Overstapservice, particuliere en zakelijke overstappers

Particulieren	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Ze er tevreden
Alles overziend, hoe tevreden bent u met de overstapservice als geheel?	1,6%	3,7%	7,6%	53,4%	33,7%
Zakelijk	Ze er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Ze er tevreden
Alles overziend, hoe tevreden bent u met de overstapservice als geheel?	1,1%	3,0%	9,7%	62,5%	23,8%

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De werking van de Overstapservice is niet alleen afhankelijk van de dienstverlening die de banken ten behoeve daarvan bieden, maar ook van de mate waarin derden (bedrijven, instanties, relaties) de doorgegeven verandering van bankrekeningnummer doorvoeren. Door diverse stakeholders is gewezen op het zogenaamde ‘incassantenprobleem’: incassanten zouden niet of niet tijdig voldoen aan het verzoek wijzigingen door te voeren. Hierdoor werkt in de beleving van de rekeninghouder de Overstapservice niet goed, maar is de oorzaak ervan niet gelegen bij de aanbieders van de service (de banken), maar bij derden.

Dat dit incassantenprobleem in de praktijk beperkt is, kan in eerste instantie worden opgemaakt uit de hoge mate van tevredenheid met de Overstapservice en het niet onaanzienlijke drempelverlagende effect dat ervan uitgaat. De beperkte omvang van het incassantenprobleem wordt voorts bevestigd door hetgeen in Tabel 5.6 en Tabel 5.7 is weergegeven. Aan zowel particuliere (Tabel 5.6) als zakelijke (Tabel 5.7) overstappers is gevraagd hoe de verschillende handelingen met betrekking tot het overzetten van het betalingsverkeer door de betrokken banken, en door betrokken derden zijn doorgevoerd. Particulieren vinden over het algemeen dat de handelingen tijdig, correct en soepel zijn doorgevoerd. Dit duidt erop dat het incassantenprobleem beperkt is, echter, particulieren zijn in dit verband iets meer tevreden over de banken dan over derden (werkgever, sociale instanties, bedrijven). Bij zakelijke overstappers is dit beeld prominenter: ook voor deze groep geldt dat zij vindt dat handelingen met betrekking tot het overzetten van betalingsverkeer tijdig, correct en soepel zijn verwerkt. Wel is men duidelijk minder enthousiast over de wijze waarop derden deze handelingen hebben verricht dan de wijze waarop de betrokken banken dat hebben gedaan.

Tabel 5.6 Tevredenheid over de wijze waarop handelingen met betrekking tot het overstappen zijn uitgevoerd, particuliere overstappers

Particulieren	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>tijdig</u> door de banken verwerkt.	3,3%	4,3%	8,8%	54,6%	28,9%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>tijdig</u> door derden verwerkt (werkgever, sociale instanties, bedrijven).	2,8%	7,2%	13,6%	52,5%	23,8%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>correct</u> door de banken verwerkt.	2,8%	5,2%	5,2%	56,3%	30,6%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>correct</u> door derden verwerkt (werkgever, sociale instanties, bedrijven).	2,2%	6,6%	10,6%	55,4%	25,1%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn door de banken <u>soepel</u> verwerkt.	3,0%	6,6%	8,8%	53,2%	28,5%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn door derden <u>soepel</u> verwerkt (werkgever, sociale instanties, bedrijven).	2,2%	7,8%	13,5%	53,3%	23,3%

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tabel 5.7 Tevredenheid over de wijze waarop handelingen met betrekking tot het overstappen zijn uitgevoerd, zakelijke overstappers

Zakelijk	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>tijdig</u> door de banken verwerkt.	5,2%	7,0%	12,2%	60,9%	14,8%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>tijdig</u> door derden verwerkt (werkgever, sociale instanties, bedrijven).	2,3%	9,1%	30,3%	50,8%	7,6%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>correct</u> door de banken verwerkt.	2,6%	2,6%	10,4%	66,8%	17,5%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>correct</u> door derden verwerkt (werkgever, sociale instanties, bedrijven).	1,5%	7,2%	29,9%	51,5%	9,8%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn door de banken <u>soepel</u> verwerkt.	3,7%	5,2%	17,1%	58,4%	15,6%
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn door derden <u>soepel</u> verwerkt (werkgever, sociale instanties, bedrijven).	1,9%	6,8%	28,9%	52,5%	9,9%

Bron: SEO Economisch Onderzoek

5.4 Conclusies

Hoewel onder verschillende betrokken partijen (stakeholders) bij de Overstapservice de meningen sterk verdeeld zijn over de effectiviteit ervan, laten de meningen van rekeninghouders in het algemeen, en van overstappers in het bijzonder, er geen onduidelijkheid over bestaan dat de Overstapservice een effectief instrument is in het slechten van drempels: met name de ervaringsdeskundigen (de overstappers), geven massaal aan dat de Overstapservice de belangrijkste drempels voor hen wegneemt.

De beperkte bekendheid van de Overstapservice onder niet-overstappers kan een verklaring zijn voor de bevinding dat niet-overstappers significant hogere drempels ervaren dan overstappers. Ten eerste omdat twee van de drie meest belangrijke drempels voor niet-overstappers zaken zijn waar de Overstapservice zich op richt, of waarin ze faciliteert (het overzetten van automatische betalingen en het informeren van relaties en instanties). Ten tweede, omdat de overstappers die gebruik hebben gemaakt van de Overstapservice zeer tevreden zijn over de werking ervan. Het goed informeren van rekeninghouders over het bestaan van de Overstapservice en het uitleggen van de werking ervan, zou in die zin kunnen bijdragen aan het verder verlagen van de gepercipiëerde drempels.

Gebruikte en overige relevante literatuur

Publicaties

- Australian Payments Clearing Association (2007). *Aspects of Account Switching – Payment Industry Consultation Paper, September 2007*.
- Beerli, A., Martín, J.D. en Quintana, A. (2004). *A model of customer loyalty in the retail banking market*. European Journal of Marketing, 38(1/2), pp. 253-275.
- Beggs, A. en Klemperer, P. (1992). *Multi-Period Competition With Switching Costs*. Econometrica, 60(3), pp. 651-666.
- Boot, A.W.A. (2007). *Competitiveness assessment and key issues for the Dutch retail banking sector*. OECD-report, July 1, 2007.
- Boot, A.W.A. en Schinkel, M.P. (2007). *Concurrentie op de Nederlandse bancaire markt*. ESB, 7 september 2007, pp. 520-522.
- Burnham, T.A., Frels, J.K. en Mahajan, V. (2003). *Consumer Switching Costs: A Typology, Antecedents, and Consequences*. Journal of the Academy of Marketing Science, 31(2), pp. 109-126.
- Capgemini (2006). *World Retail Banking Report 2006*.
- Consumentenbond (2002). *Weggaan of blijven? Consumenten en hun gedrag, motieven en ervaringen bij het overstappen tussen aanbieders*. Opgesteld in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken, Projectgroep MDW 'overstapkosten'.
- Consumentenbond (2007). *Wisselen van bank blijft onnodig lastig – Overstapservice werkt, maar niet optimaal*. Geldgids, december 2007, pp. 24-27.
- De Vries, H. (2001). *Van bank veranderen: ga d'r maar aanstaan!* Consumenten Geldgids, februari/maart 2001.
- Eurobarometer (2005). *Public Opinion in Europe on Financial Services*. Special Eurobarometer, European Commission.
- Europese Commissie (2006). *Interim Report II Current Accounts and Related Services*. Sector Inquiry under Article 17 Regulation 1/2003 on retail banking, 17 July 2006.
- Europese Commissie (2007a). *Report on the retail banking sector inquiry*. Commission Staff Working Document, 31 January 2007.
- Europese Commissie (2007b). *Expert Group on Customer Mobility in Relation to Bank Accounts*. Report, 5 June 2007.
- Europese Commissie (2007c). *Initiatives In The Area Of Retail Financial Services*. Commission Staff Working Document, 20 November 2007.
- Farrell, J. en Shapiro, C. (1998). *Dynamic competition with switching costs*. RAND Journal of Economics, 19(1), pp. 123-137.
- Fornell, C. (1992). *A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience*. Journal of Marketing, 56(1), pp. 6-21.
- Jones, M.A., Mothersbaugh, D.L. en Beatty, S.E. (2002). *Why customers stay: measuring the underlying switching costs and managing their differential strategic outcomes*. Journal of Business Research, 55(6), pp. 441-450.
- Karakaya, F. en Stahl, M.J. (1989). *Barriers to Entry and Market Decisions in Consumer and Industrial Goods Markets*. Journal of Marketing, 53(2), pp. 80-91.
- Kerin, R.A., Varadarajan, P. R. en Peterson, R.A. (1992). *First-Mover Advantage: A Synthesis, Conceptual Framework, and Research Propositions*. Journal of Marketing, 56(4), pp. 33-52.

- Kim, M., Kliger, D. en Vale, B. (2003). *Estimating switching costs: the case of banking*. Journal of Financial Intermediation, 12(1), pp. 25-56.
- Klemperer, P. (1987a). *The competitiveness of markets with switching costs*. RAND Journal of Economics, 18(1), pp. 138-150.
- Klemperer, P. (1987b). *Markets With Consumer Switching Costs*. The Quarterly Journal of Economics, 102(2), pp. 375-394.
- Klemperer, P. (1995). *Competition When Consumers Have Switching Costs: An Overview With Applications to Industrial Organization, Macroeconomics, and International Trade*. Review of Economic Studies, 62(4), pp. 515-539.
- KPMG (2004). *Banking beyond borders: will European consumers buy it?*
- Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (2005). *Rapportage Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer 2004*. Rapportage aan de Minister van Financiën, maart 2005.
- Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (2007). *Rapportage Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer 2006*. Rapportage aan de Minister van Financiën, april 2007.
- McKinsey (2006). *Payment Services in the Netherlands: an analysis of revenues and costs for banks*. Final report 10 July 2006. McKinsey & Company Inc, The Netherlands.
- Ministerie van Economische Zaken (2002). *Kosten noch Moeite – Drempels slechten voor de switchende consument*. Eindrapport van de MDW-werkgroep Overstapkosten, ministerie van Economische Zaken, Den Haag. *Samenvatting in: Kamerstuk 24036 nr. 259* ‘Brief van de ministers van Economische Zaken en van Financiën en de staatsecretaris van Verkeer en Waterstaat’ (17 juni 2002).
- Zie MOB Zorgpuntennota (2007) ‘Follow-up zorgpunten SEPA migratieplan’.
- MOB, VNG en LVKK (2007). *Onderzoek knelpunten en oplossingen toegankelijkheid en bereikbaarheid betaaldiensten*.
- Mosselman, M., Kemp, R. (2005). *Kritisch kopen in het MKB – Position Paper*. EIM, Zoetermeer.
- Nederlandse Mededingingsautoriteit (2003). *Monitor Financiële Sector 2003 – Inzichten van de NMa over de mededinging in de financiële sector*.
- Nederlandse Mededingingsautoriteit (2004). *Monitor Financiële Sector 2004 – Inzichten van de NMa over de mededinging in de financiële sector*.
- Nederlandse Mededingingsautoriteit (2005). *Monitor Financiële Sector 2005 – Inzichten van de NMa over de mededinging in de financiële sector*.
- Nederlandse Mededingingsautoriteit (2006). *Monitor Financiële Sector 2006 – Nieuwe markten, nieuwe risico’s*.
- Nederlandse Mededingingsautoriteit/Directie Toezicht Energie (2007). *Marktmonitor, ontwikkeling van de Nederlandse kleinverbruikersmarkt voor Elektriciteit en Gas*.
- Nederlandse Vereniging van Banken (2006a). *Overstapservice scoort goed bij de klant*. In: NVB Bulletin nummer 1, april 2006.
- Nederlandse Vereniging van Banken (2006c). *Background paper on the Dutch Interbank Switch Support Service (Overstapservice)*.
- Nederlandse Vereniging van Banken (2007). *Jaarverslag Nederlandse Vereniging van Banken 2006*.
- Nederlandse Vereniging van Banken, De Nederlandsche Bank en Currence (2007). *De overgang op SEPA – Versie 3.3, juni 2007*.
- Nilsson, T. (1992). *Two kinds of consumer switching costs*. RAND Journal of Economics, 23(4), pp. 579-589.
- NYFER (2000). *Geld moet rollen*.
- Rabobank Nederland (2003). *Verhuisservice voor klanten*. Directoraat Communicatie, maart 2003.

- The Choice (2004). *Tevredenheidsonderzoek Overstapservice Nederlandse Vereniging van Banken – Overstappen té gemakkelijk gemaakt?* Onderzoek in opdracht van de Nederlandse Vereniging van Banken, 21 oktober 2004.
- The Choice (2005). *Naamsbekendheidsonderzoek Overstapservice Nederlandse Vereniging van Banken – Een beknopte omschrijving van de markt voor de Overstapservice in Nederland.* Onderzoek in opdracht van de Nederlandse Vereniging van Banken, 12 augustus 2005.

Nieuwsartikelen

- *Algemeen Dagblad*, 21 juli 2004, Klant wisselt steeds meer van bank, Walter Devenijns.
- *Algemeen Dagblad*, 8 mei 2007, Bank maakt overstap makkelijker, Paul Hovius.
- *Algemeen Dagblad*, 14 juni 2007, Bij overstappen geeft prijs de doorslag – Consument kiest bank ‘die ouders ook hadden’, Ellen den Hollander.
- *BN/DeStem*, 30 juni 2007, Pinpas blijft drie jaar langer.
- *Consumentenbond*, 31 mei 2007, Bereikbaarheid banken geen groot probleem.
- *De Telegraaf*, 20 december 2001, ‘Vereniging van Banken zit er naast’, René Lukassen.
- *De Telegraaf*, 2 december 2003, Bankwezen niet blij met kritiek kartelwaakhond.
- *De Telegraaf*, 12 maart 2005, ‘Betalen stukken duurder dan banken doen geloven’, Rien Meijer.
- *De Telegraaf*, 5 maart 2006, Zonder koppijn van bank wisselen.
- *De Volkskrant*, 22 december 2001, ‘Consument moet eenvoudiger van bank kunnen wisselen’.
- *De Volkskrant*, 25 april 2002, Consument weet niet wat betalen kost, Ferry Haan.
- *De Volkskrant*, 10 september 2003, Van bank wisselen blijft gedoe, Annemieke Diekman.
- *De Volkskrant*, 6 december 2003, Zelf meehelpen bij bankverhuizing, Douwe Douwes.
- *De Volkskrant*, 2 oktober 2004, Overstappers bij banken.
- *De Volkskrant*, 8 mei 2007, Bankoverstap is veel werk, Ferry Haan.
- *De Volkskrant*, 17 oktober 2007, ‘Nederlanders kunnen niet rekenen’, Peter de Waard.
- *Financieel Management*, 17 juni 2002, Consument moet makkelijker kunnen switchen.
- *Het Financieele Dagblad*, 4 december 2003, Brussel acht meenemen banknummer onhaalbaar.
- *Het Financieele Dagblad*, 31 juli 2004, Duwtje in de rug naar andere bank, Erik van der Meer.
- *Het Financieele Dagblad*, 17 november 2005, Bedrijven eisen verhuisbaarheid van nieuw banknummer, Vasco van der Boom.
- *Het Financieele Dagblad*, 29 juni 2006, Einde acceptgiro, chipknip, overstapservice, Vasco van der Boon.
- *Het Financieele Dagblad*, 10 juli 2007, Klant stapt niet zomaar over van bank, Sander van Geffen, Manfred van Gurchom en Cindy Brouwer.
- *Het Parool*, 16 oktober 2007, Spaarder grote bank levert in.
- *Leeuwarder Courant*, 12 mei 2007, Overstappen van bank betekent rompslomp, Irene van der Berg.
- *NRC Handelsblad*, 30 augustus 2007, Gemiddeld 1,6 bankrekening, Heleen de Graaf.
- *NRC Handelsblad*, 4 december 2007. Kroes waarschuwt banken voor nieuw betalingssysteem.
- *Ondernemen!*, juli/augustus 2006, ‘Europese betaalmarkt alleen gunstig voor multinationals’, Mieke Ripken.
- *Provinciale Zeeuwse Courant*, 30 juni 2007, Nog zeker drie jaar pinpas: Invoering van nieuw Europees betaalsysteem in Nederland vertraagd, Dolf Rogmans.
- *Trouw*, 14 september 2006, Banken zouden meer ruchtbaarheid moeten geven aan de overstapservice, Kees de Vré.

Overige bronnen

- Lelieveldt, Simon (2006). *The Dutch Interbank Switching Service*. Presentation to EU expert group on user mobility in bank accounts, October 24 2006, Brussels.
- Lelieveldt, Simon en Caspers, John (2002). *Nummerportabiliteit, is dat wel het juiste thema? Een bijdrage aan de discussie*.
- Nederlandse Vereniging van Banken (2003). *Factsheet Overstapservice, 2 december 2003*.
- Nederlandse Vereniging van Banken (2006b). *Reply of Dutch banks to Second Interim Report on Current Accounts and Related Services*. Brief van dhr. G. Boudewijn (NVB) aan dhr. P. Lowe (Europese Commissie), 12 oktober 2006.

Bijlage A Vragenlijsten

Vragenlijst Overstappers met Overstapservice

Enquête gebruikers overstapservice

U bent overgestapt van bank met behulp van de overstapservice. Onder overstappen verstaan wij het overzetten van het overgrote gedeelte van uw betalingsverkeer naar een betaalrekening bij een andere bank.

1a. Met welke rekening bent u overgestapt?

- privé-betalrekening
- zakelijke rekening

1b. Waarom bent u overgestapt van bank?

Wij willen u enkele vragen stellen over het overstappen naar een andere bank.

2. Bij het overstappen van bank kan men verschillende drempels of barrières ervaren. *Welke van de volgende drempels of barrières hebt u ervaren bij het overstappen naar de nieuwe bank?*

	Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
Ik heb het als drempel ervaren dat ik nieuwe bankproducten moest aanvragen, zoals passen en pincodes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat ik moest wachten op nieuwe bankproducten, zoals passen en pincodes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat ik bij de bank langs moest gaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat ik een nieuw rekeningnummer kreeg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat ik een nieuwe pincode kreeg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat ik automatische betalingen moest overzetten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat ik instanties en relaties moest informeren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat op acceptgiro's nog mijn oude rekeningnummer stond	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat ik veel verschillende (bij)producten (zoals spaarrekeningen, verzekeringsproducten, hypotheek) bij de vorige bank had lopen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat ik niet zeker was of de	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

dienstverlening van een andere bank beter is			
Ik heb het als drempel ervaren dat ik het nieuwe banksysteem moest leren kennen (zoals het internetbankier-programma)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het als drempel ervaren dat ik de interne processen en administratieve organisatie van mijn bedrijf moest aanpassen (alleen MKB)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zijn de volgende factoren op u van toepassing en zo ja, hebt u deze factoren als drempel ervaren om over te stappen?

Ik had onvoldoende overzicht van wat ik bij het overstappen naar een andere bank allemaal moest doen en regelen.

Ja → *Ik heb dit als drempel ervaren om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nee

Ik was bang dat incasso's nog van mijn oude bankrekening af zouden gaan.

Ja → *Ik heb dit als drempel ervaren om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nee

Prijzen en voorwaarden van banken waren voor mij moeilijk te vergelijken.

Ja → *Ik heb dit als drempel ervaren om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nee

Ik had privileges en financiële voordelen bij mijn vorige bank.

Ja → *Ik heb dit als drempel ervaren om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nee

Ik verwachtte dat overstappen mij geld zou kosten, zoals renteverlies.

Ja → *Ik heb dit als drempel ervaren om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Nee

Ik had een gevoelsmatige binding met mijn vorige bank en het personeel.

- Ja → *Ik heb dit als drempel ervaren om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Nee

Wij willen u nu enkele vragen stellen over de overstapservice.

De overstapservice is een service die banken aanbieden om het overstappen van bank te begeleiden. De overstapservice houdt onder andere in dat: bijschrijvingen automatisch op uw nieuwe rekening komen en incasso's automatisch van uw nieuwe rekening af gaan, dit ziet u terug op uw rekeningoverzicht. Daarnaast ontvangt u een overzicht van al uw periodieke betalingen en kunt u uw oude acceptgiro's blijven gebruiken. (www.overstapservice.nl)

3. Hoe bent u op de hoogte geraakt van het bestaan van de overstapservice?

- via advertenties
- via de media: programma's of berichten op televisie, radio of in de krant
- informatie op internet
- oude bank heeft me hierover ingelicht
- nieuwe bank heeft me hierover ingelicht
- van gehoord via vrienden, kennissen of familie
- anders, namelijk _____

4. Kent u de website of de folder van de overstapservice?

- Ja
- Nee

Indien ja: Hoe waardeert u de informatie in deze folder of op de website?

Zeer slecht	Slecht	Neutraal	Goed	Zeer goed
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. In hoeverre bent u het eens met onderstaande stellingen?

	Helemaal mee on-eens	Mee on-eens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
De overstapservice neemt voor mij de belangrijkste drempels ten aanzien van het overstappen naar een andere bank weg.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Door het bestaan van de overstapservice ben ik eerder geneigd om van bank over te stappen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Stel dat u nu weer van bank zou willen veranderen, zou u dan weer gebruik maken van de overstap-service?

- Ja, waarschijnlijk wel
- Misschien
- Nee, waarschijnlijk niet

7. De overstap-service regelt een aantal zaken voor u. Hoe tevreden bent u over deze diensten?

	Zeer onte- vreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeer te- vreden
<u>Doorsturen bijschrijvingen:</u> Stortingen op uw oude rekening worden automatisch op uw nieuwe rekening bijgeschreven/ gestort.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<u>Doorsturen automatische betalingen:</u> Automatische incasso's worden automatisch afgeschreven van de nieuwe rekening.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<u>Zelf veranderen acceptgiro's:</u> U kunt zelf met een pen het rekeningnummer op acceptgiro's aan passen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<u>Overzicht periodieke overboekingen:</u> Bank stuurt de klant een overzicht met alle automatische overboekingen die u zelf nog moet overzetten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<u>Betaling kosten bijproducten:</u> Rente, aflossing en premies van andere producten (hypotheek of verzekering) worden automatisch van uw nieuwe rekening afgeschreven.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<u>Persoonlijk gesprek</u> (Alleen voor MKB): MKB klant krijgt een persoonlijk gesprek bij de oude en bij de nieuwe bank over de contracten en andere diensten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<u>Overzicht van de doorgestuurde opdrachten:</u> Als klant krijgt u nu bankafschriften waarop de betalingen en stortingen die door de overstap-service zijn doorgeleid worden gemarkeerd.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<u>Overstapkaarten:</u> Als klant krijgt u een set overstapkaarten. Dit zijn verhuiskaarten waarmee u bedrijven en instellingen op de hoogte kunt stellen van uw nieuwe bank- of gironummer. (deze vraag alleen invullen als u deze kaarten ontvangen heeft).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Alles overziend, hoe tevreden bent u over de overstapservice als geheel?

zeer ontevreden	ontevreden	neutraal	Tevreden	zeer tevreden
○	○	○	○	○

9. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?

	Helemaal mee on- eens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>tijdig</u> door de banken verwerkt.	○	○	○	○	○
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>tijdig</u> door derden verwerkt (werkgever, sociale instanties, bedrijven).	○	○	○	○	○
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>correct</u> door de banken verwerkt.	○	○	○	○	○
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn <u>correct</u> door derden verwerkt (werkgever, sociale instanties, bedrijven).	○	○	○	○	○
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn door de banken <u>soepel</u> verwerkt.	○	○	○	○	○
De handelingen met betrekking tot het overzetten van mijn betalingsverkeer zijn door derden <u>soepel</u> verwerkt (werkgever, sociale instanties, bedrijven).	○	○	○	○	○

10. Vindt u dat er zaken of diensten missen in de overstapservice?

- Nee.
- Ja, namelijk:

Algemene gegevens:

Ten slotte willen we nog enkele algemene vragen aan u stellen.

11. Wat is van toepassing op de oude bank(rekening)?
- Ik gebruik deze nog, maar substantieel minder
 - Ik gebruik deze helemaal niet meer
 - Ik heb de rekening opgeheven
12. Wat is uw geslacht?
- Man
 - Vrouw
13. Wat is uw leeftijd? _____ jaar
14. Wat is uw hoogst gevolgde opleidingsniveau?
- Lager
 - Lager beroeps
 - Middelbaar algemeen voortgezet
 - Middelbaar beroeps
 - Hoger algemeen en voorbereidend wetenschappelijk
 - Hoger beroeps en wetenschappelijk (kandidaats)
 - Wetenschappelijk (doctoraal)
15. Wat zijn de eerst vier cijfers van uw postcode? _____

De volgende vragen zijn enkel voor personen die met hun privé rekening zijn overgestapt. Zakelijke bankklanten kunnen doorgaan met vraag 18.

16. Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden? _____ personen

17. Hoe hoog is het bruto jaarinkomen van uw huishouden?

<input type="radio"/> Minder dan 4.000,-	<input type="radio"/> 34.000,- tot 45.000,-
<input type="radio"/> 4.000,- tot 5.500,-	<input type="radio"/> 45.000,- tot 56.000,-
<input type="radio"/> 5.500,- tot 7.000,-	<input type="radio"/> 56.000,- tot 68.000,-
<input type="radio"/> 7.000,- tot 8.000,-	<input type="radio"/> 68.000,- tot 91.000,-
<input type="radio"/> 8.000,- tot 9.500,-	<input type="radio"/> 91.000,- tot 113.500,-
<input type="radio"/> 9.500,- tot 11.000,-	<input type="radio"/> 113.500,- tot 136.000,-
<input type="radio"/> 11.000,- tot 12.500,-	<input type="radio"/> 136.000,- tot 159.000,-
<input type="radio"/> 12.500,- tot 13.500,-	<input type="radio"/> 159.000,- tot 181.000,-
<input type="radio"/> 13.500,- tot 15.000,-	<input type="radio"/> 181.000,- tot 204.000,-
<input type="radio"/> 15.000,- tot 17.500,-	<input type="radio"/> 204.000,- tot 227.000,-
<input type="radio"/> 17.500,- tot 20.500,-	<input type="radio"/> 227.000,- tot 249.500,-
<input type="radio"/> 20.500,- tot 23.000,-	<input type="radio"/> 249.500,- tot 272.500,-
<input type="radio"/> 23.000,- tot 28.500,-	<input type="radio"/> Meer dan 272.500,-
<input type="radio"/> 28.500,- tot 34.000,-	<input type="radio"/> Wil niet zeggen

Vragen voor personen die met een zakelijke rekening zijn overgestapt. Niet-zakelijke klanten kunnen doorgaan met vraag 22.

18. Hoeveel medewerkers telt uw bedrijf?

<input type="radio"/> 1 werkzaam persoon	<input type="radio"/> 100-199 werkzame personen
<input type="radio"/> 2-4 werkzame personen	<input type="radio"/> 200-299 werkzame personen
<input type="radio"/> 5-9 werkzame personen	<input type="radio"/> 300-399 werkzame personen
<input type="radio"/> 10-19 werkzame personen	<input type="radio"/> 400-499 werkzame personen
<input type="radio"/> 20-49 werkzame personen	<input type="radio"/> 500 + werkzame personen
<input type="radio"/> 50-99 werkzame personen	

19. In welke branche is uw bedrijf actief?

<input type="radio"/> Industrie, productie	<input type="radio"/> Financiële instellingen
<input type="radio"/> Bouwnijverheid, bouwinstallatie	<input type="radio"/> Publieke sector (overheid)
<input type="radio"/> Detailhandel - Food	<input type="radio"/> Onderwijs
<input type="radio"/> Detailhandel – Non Food	<input type="radio"/> Ziekenhuis en gezondheidszorg
<input type="radio"/> Groothandel	<input type="radio"/> Maatschappelijke dienstverlening
<input type="radio"/> Auto en reparatie	<input type="radio"/> Vrije beroepen
<input type="radio"/> Horeca	<input type="radio"/> Landbouw en visserij
<input type="radio"/> Transport, opslag en communicatie	<input type="radio"/> Anders, namelijk:
<input type="radio"/> Zakelijke dienstverlening	
<input type="radio"/> Overige dienstverlening	
<input type="radio"/> IT	<input type="radio"/> Weet niet

20. Wat is de bruto-omzet van uw bedrijf?

<input type="radio"/> Non-profit	<input type="radio"/> € 2.000.001 - € 5.000.000
<input type="radio"/> € 100.000 of minder	<input type="radio"/> € 5.000.001 - € 10.000.000
<input type="radio"/> € 100.001 - € 250.000	<input type="radio"/> € 10.000.001 - € 20.000.000
<input type="radio"/> € 250.001 - € 500.000	<input type="radio"/> € 20.000.001 - € 50.000.000
<input type="radio"/> € 500.001 - € 1.000.000	<input type="radio"/> Meer dan € 50.000.000
<input type="radio"/> € 1.000.001 - € 2.000.000	<input type="radio"/> Wil niet zeggen

21. In welk jaar is uw onderneming opgericht?

22. Als u in aanmerking wilt komen voor de verloting van de cadeaubonnen, noteert u dan hieronder uw naam en adresgegevens.

--

---- Dit was de laatste vraag. Wij danken u hartelijk voor uw medewerking ---

Vragenlijst niet-overstappers

Enquête niet-overstappers

Bent u in de afgelopen 12 maanden overgestapt van bank?

- Ja, enquête niet invullen
- Nee

Wij willen u enkele vragen stellen over het overstappen van bank. Onder overstappen verstaan wij het overzetten van het overgrote gedeelte van uw betalingsverkeer naar een betaalrekening bij een andere bank.

1a: In hoeverre ervaart u de onderstaande factoren als drempel of barrière om over te stappen naar een andere bank?

Ik ervaar het als drempel dat ik nieuwe bankproducten moet aanvragen, zoals passen en pincodes

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel dat ik moet wachten op nieuwe bankproducten, zoals passen en pincodes

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel dat ik om over te stappen bij de bank langs moet gaan

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel dat ik een nieuw rekeningnummer krijg

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel dat ik een nieuwe pincode krijg

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel dat ik automatische betalingen moet overzetten

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel dat ik instanties en relaties moet informeren

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel dat op acceptgiro's nog mijn oude rekeningnummer staat

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
----------------------------	------------------------	-----------------------

1	2	3
---	---	---

Ik ervaar het als drempel dat ik veel verschillende (bij)producten (zoals spaarrekeningen, verzekeringsproducten, hypotheek) heb lopen bij mijn huidige bank

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel dat ik niet zeker ben of de dienstverlening van een andere bank beter is

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel om een nieuw banksysteem te leren kennen (zoals het internetbankier-programma)

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

Ik ervaar het als drempel dat ik de interne processen en de administratieve organisatie van mijn bedrijf moet aanpassen (alleen MKB)

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
1	2	3

1b: Zijn de volgende factoren op u van toepassing en zo ja, ervaart u deze factoren als drempel om over te stappen?

Ik heb onvoldoende overzicht van wat ik bij het overstappen naar een andere bank allemaal moet doen en regelen.

Ja → *Ik ervaar dit als drempel om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nee

Ik ben bang dat incasso's nog van mijn oude bankrekening af gaan.

Ja → *Ik ervaar dit als drempel om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nee

Prijzen en voorwaarden van banken zijn voor mij moeilijk te vergelijken.

Ja → *Ik ervaar dit als drempel om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nee

Ik heb privileges en financiële voordelen bij mijn huidige bank.

- Ja → *Ik ervaar dit als drempel om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Nee

Ik verwacht dat overstappen mij geld kost, zoals renteverlies.

- Ja → *Ik ervaar dit als drempel om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Nee

Ik heb een gevoelsmatige binding met mijn huidige bank en het personeel.

- Ja → *Ik ervaar dit als drempel om over te stappen van bank.*

Nee, nagenoeg geen drempel	Ja, een kleine drempel	Ja, een grote drempel
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Nee

2: Bij het overstappen van bank kunt u gebruik maken van de Interbancaire Overstapservice Betalingsverkeer. Kent u de overstapservice?

- Ja, ik ken de overstapservice
- Ja, maar alleen van naam
- Nee, nooit van gehoord

De overstapservice is een service die banken aanbieden om het overstappen van bank te begeleiden. De overstapservice houdt onder andere in dat: bijschrijvingen automatisch op uw nieuwe rekening komen en incasso's automatisch van uw nieuwe rekening af gaan, dit ziet u terug op uw rekeningoverzicht. Daarnaast ontvangt u een overzicht van al uw periodieke betalingen en kunt u uw oude acceptgiro's blijven gebruiken.

3. In hoeverre bent u het eens met onderstaande stelling?

De overstapservice neemt de belangrijkste drempels ten aanzien van het overstappen naar een andere bank weg.

helemaal mee oneens	mee oneens	neutraal	mee eens	helemaal mee eens
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4: Stel dat u nu van bank zou willen veranderen, zou u dan gebruik maken van de overstapservice?

- Ja, waarschijnlijk wel
- Misschien

- Nee, waarschijnlijk niet

5. In hoeverre bent u het eens met onderstaande stelling?

Door het bestaan van de overstapservice ben ik eerder geneigd om van bank over te stappen.

helemaal mee oneens	mee oneens	neutraal	mee eens	helemaal mee eens
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



seo economisch onderzoek

Roetersstraat 29 . 1018 WB Amsterdam . T (+31) 20 525 16 30 . F (+31) 20 525 16 86 . www.seo.nl