

**vertrouwensmonitor**  
banken



2

0



2

0

## Inhoud

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| Vertrouwensmonitor Banken 2020 in één oogopslag               | 4  |
| Verdiepend onderzoek                                          |    |
| Wat vonden consumenten tijdens de coronacrisis van banken?    | 6  |
| De AFM over de uitdagingen van de sector                      |    |
| als het gaat om het bestendigen van het consumentenvertrouwen | 8  |
| Vertrouwen & Perceptie                                        | 10 |
| Service & Gebruik                                             | 12 |
| Aanbevelingen van de Raad van Advies                          | 14 |
| Over het onderzoek                                            | 18 |
| Resultaten sector en per bank                                 | 22 |



*‘Het consumentenvertrouwen bleef stabiel. Banken willen er ook in moeilijke tijden zo veel als mogelijk zijn voor hun klanten; mooi dat klanten dat blijkbaar herkennen.’*

## Voorwoord

**Chris Buijink**  
Voorzitter  
Nederlandse  
Vereniging  
van Banken

2020 was een zwaar jaar, vanwege een pandemie met wereldwijd grote gevolgen voor iedereen. Ook in Nederland stonden en staan mensen voor uitdagingen die onvergelijkbaar zijn met de uitdagingen waar banken voor staan. Tegelijk bood 2020 banken de kans om te laten zien wat we als sector kunnen betekenen voor een maatschappij in nood.

Dankzij de verregaande digitalisering binnen de sector kon de dienstverlening aan onze klanten gewoon doorgang vinden. Ook bleef de sector onverminderd staan voor een veilig en vlekkeloos betalingsverkeer. Wat meer dan ooit van waarde bleek, is dat banken in deze periode in staat bleken om samen met de klant te zoeken naar oplossingen voor extra lucht in financieel zware tijden. We konden veel consumenten helpen, maar niet iedereen.

In 2020 bleef het consumentenvertrouwen in banken stabiel. Met in sommige maanden zelfs uitschieters naar boven. Dat is voor ons een signaal dat consumenten ervaren dat banken er in moeilijke tijden zo veel als mogelijk voor hen zijn. De sector zet dan ook de komende jaren deze koers verder voort: de koers van goed blijven luisteren naar de klant, samen optrekken en de dienstverlening verbeteren waar dat kan en moet. Zodat bank en klant elkaar weten te vinden in goede, maar ook in minder goede tijden.

# In één oogopslag

Het vertrouwen van Nederlanders in de banksector en in de eigen bank is stabiel gebleven op respectievelijk een 3,0 en 3,3. Wel zien we in Q2 en Q3 2020 een lichte toename. Deze positieve trendbreuk is ook duidelijk terug te zien in de grafiek hieronder.

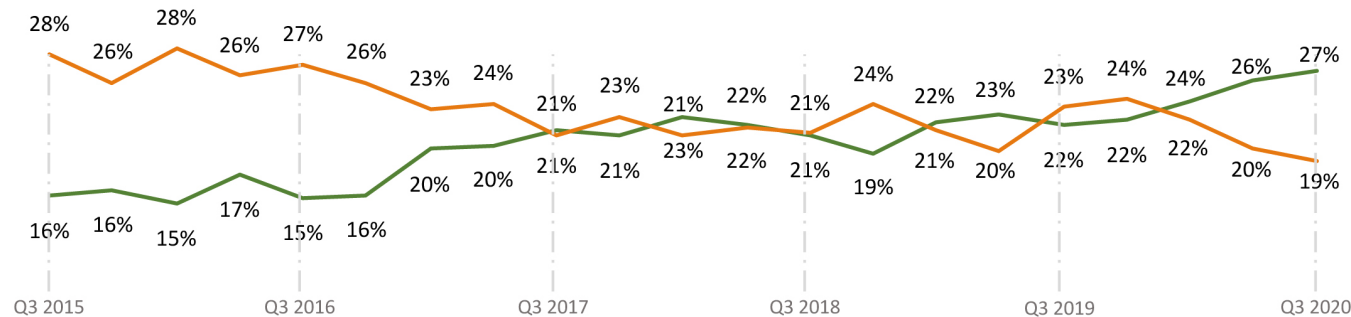


2019-Q4 t/m 2020-Q3

Stabiel Sign. daling Sign. stijging

## Vertrouwen in sector

— = (zeer) veel vertrouwen  
— = (zeer) weinig vertrouwen



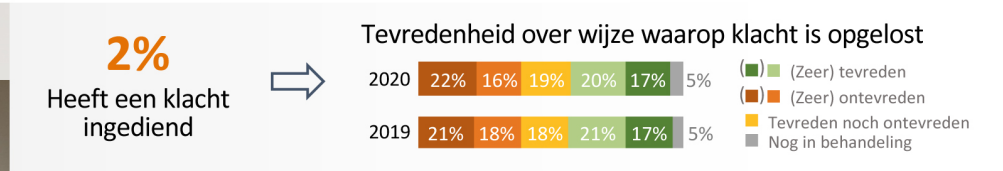
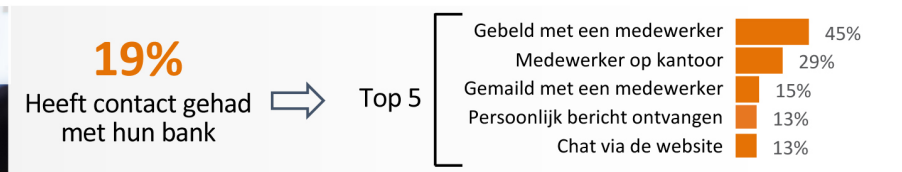
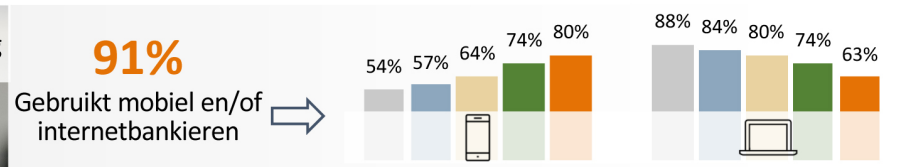
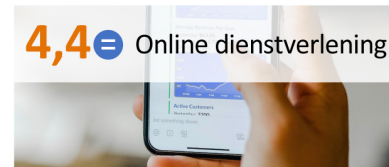
## Hoe wordt het vertrouwen beïnvloed?

Dit jaar zijn twee nieuwe aspecten toegevoegd aan de meting, namelijk maatschappelijk betrokken en (omgang met) privacy.



## Service & Gebruik

2016 2017 2018 2019 2020



## Beschikbaarheid



# Wat vonden consumenten tijdens de coronacrisis van banken?



Corona heeft ons in 2020 flink uitgedaagd – op zowel maatschappelijk als individueel niveau. Wat we allemaal altijd als normaal beschouwden, was ineens zo normaal niet meer. De wereld om ons heen kwam schoksgewijs tot stilstand.

Juist in deze moeilijke en onzekere tijden helpt het om vertrouwen te hebben in elkaar, en in de toekomst. Om vertrouwen te hebben in de eigen bank en in de sector. Vanaf de aanvang van de coronacrisis – in maart 2020 – zijn banken zichtbaar en proactief geweest naar consumenten. Banken hebben daarmee hun maatschappelijke rol gepakt, waarbij de sector vanaf het begin een realistisch beeld schetste: banken doen wat mogelijk is. We kunnen veel betekenen voor consumenten, maar kunnen niet iedereen helpen.

De afgelopen jaren kan de sector rekenen op een stabiel consumentenvertrouwen. Voor het behoud van deze blijk van vertrouwen, startte de sector in maart 2020 met een verdiepend onderzoek in de reguliere Vertrouwensmonitor Banken. We vroegen onze klanten vaker en specifiek naar wat hen bezighoudt in coronatijd. Dit beeld helpt de sector om in te kunnen



Lege winkelstraten ten tijde van corona.

*‘Coronatijd liet een grillige ontwikkeling zien in consumentenvertrouwen. Maar het algemene vertrouwen bleef stabiel.’*

spelen op de veranderende behoefte in deze hectische periode.

Terugkijkend op 2020 en het verloop van het consumentenvertrouwen, kunnen we zeggen dat de ontwikkeling van het consumentenvertrouwen in banken grillig verliep. Sommige klanten voelden de crisis direct in hun portemonnee. En niet in alle gevallen kon de bank een tevredenstellende oplossing aandragen. Tegelijkertijd zien we dat het algemene vertrouwen in de bankensector stabiel is gebleven. Ook zien we dat er nog ruimte voor verbetering is. Dit omdat het onderzoek aangeeft dat een deel van de klanten geen contact met ons heeft gezocht die toch voor een financiële uitdaging stonden.



## Consumenten

Aantal particuliere klanten geholpen **37.000**  
Aantal klanten met een hypotheek dat een betaalpauze heeft ontvangen **25.000**  
Aantal betaalpauzes voor (consumptieve) leningen **12.000**

Betreft periode: 1 maart t/m 15 december 2020.

# De AFM over de uitdagingen voor de sector

als het gaat om het bestendigen van consumentenvertrouwen

A portrait of Natalie Aartsen, a woman with shoulder-length brown hair, smiling. She is wearing a dark blue blazer over a white V-neck shirt. The background is a blurred outdoor setting with trees and greenery.

**Natalie Aartsen** Hoofd Lenen, Sparen en Retailbeleggen, Autoriteit Financiële Markten

*‘Ook in 2021 zullen huishoudens meer financiële onzekerheid hebben vanwege corona, verwachten wij. Meer huishoudens zien zich waarschijnlijk geconfronteerd met verlies of vermindering van inkomsten en ervaren financiële stress en problemen. Meldt een klant zich met betalingsproblemen bij de bank, dan is het aan de bank om samen met de klant te kijken naar een aanpak. Essentieel daarbij is een helder beleid dat het klantbelang centraal stelt en dat op grote schaal uitvoerbaar is. Verder zien we door corona een snelle toename van online betalingen. En hiermee ook fraude, zoals phishing en spoofing. Het blijft dus zaak dat banken hun klanten zo goed mogelijk voorlichten over veilig online betalen. Daarnaast zorgen de aanhoudende krapte op de woningmarkt en de zoektocht naar rendement voor uitdagingen. Banken moeten zowel de klantbehoefte als het klantbelang in ogenschouw nemen. Dit om hun dienstverlening zorgvuldig vorm te geven. En daarmee voorzienbare teleurstellingen te voorkomen.’*

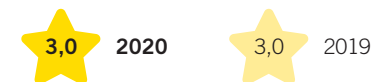


## Hoe staat het met het consumentenvertrouwen?

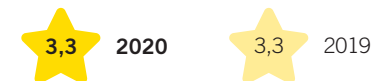
We gebruiken een schaal van 1 (zeer weinig vertrouwen) tot 5 (zeer veel vertrouwen).

*Het vertrouwen in de sector en eigen bank bleef in 2020 stabiel.*

### Vertrouwen in sector



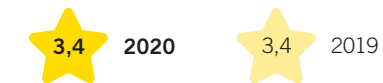
### Vertrouwen in eigen bank



### Opvallend

In deze financieel onzekere tijden bleven consumenten vertrouwen houden. We zien in het tweede en derde kwartaal een stijging van het vertrouwen in de sector en de eigen bank.

### Klantgerichtheid



### Transparantie



### Deskundigheid



## Hoe gaat de bank om met privacy en haar maatschappelijke rol?

In 2020 vroegen we consumenten over twee nieuwe aspecten die ook van invloed zijn op consumentenvertrouwen. Namelijk hoe we omgaan met privacy en in hoeverre consumenten vinden dat de sector een bijdrage levert aan de maatschappij.

Mijn eigen bank:

... heeft producten/diensten die ik op mijn eigen wensen kan afstemmen



... geeft mijn gegevens niet zonder toestemming door aan anderen



... gaat op een correcte manier om met persoonlijke gegevens



... is maatschappelijk betrokken



... draagt bij aan een betere samenleving



● (helemaal) mee oneens  
● mee eens noch oneens  
● (helemaal) mee eens  
● weet niet

### Bank & privacy



### Bank & maatschappij





## Hoe ervaren klanten het contact met hun bank?

De cijfers op een schaal van 1 (mee oneens) tot 5 (mee eens) geven aan hoe klanten het contact met hun bank en het gebruik van online diensten ervaren.

*Banken scoren in 2020 lager op klant-contact. Klachtbehandeling bleef stabiel.*

### Online diensten



#### Meer mobiel bankieren

In 2020 zet de verschuiving naar mobiel bankieren verder door. 80% van de ondervraagde consumenten die online bankiert, doet dat mobiel. In 2019 was dat 74%.

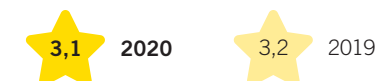
### Klantcontact



#### Minder contact

Het percentage klanten dat contact opnam met hun bank, daalde van 20% (2019) naar 19%. Banken scoren lager op het deelaspect 'gemak'. Iets minder klanten gaven aan dat hun vraag goed was behandeld.

### Klachtbehandeling

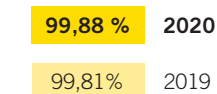


#### 2% van de consumenten diende een klacht in

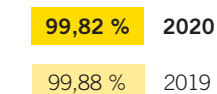
Dat percentage is gelijk aan dat van 2019 en 2018. Bijna 40% is (zeer) tevreden met hoe de bank de klacht oplost. Dat het cijfer van een 3,2 (2019) ging naar een 3,1, duidt niet op een (significante) daling. Het heeft te maken met de grootte van de steekproef.

### Beschikbaarheid

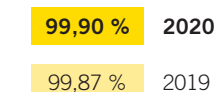
#### Internetbankieren



#### Mobiel bankieren



#### iDEAL



# Aanbevelingen van de Raad van Advies

## Leden Raad van Advies

**Dhr. prof. dr. P.C. (Peter) Verhoef (voorzitter)**

*hoogleraar Marketing en decaan van de faculteit Economie en Bedrijfskunde, Rijksuniversiteit Groningen*

**Dhr. prof. dr. F. (Fred) Bronner**

*emeritus hoogleraar Media en Marktonderzoek, faculteit Maatschappij en Gedragswetenschappen, Universiteit van Amsterdam*

**Mevr. drs. Y. (Yolanda) Verdonk-van Lokven**

*directeur HR en Organisatieontwikkeling, Nederlandse Spoorwegen*

**Dhr. prof. dr. E. (Eric) van Dijk**

*hoogleraar Psychologie, Faculteit der Sociale Wetenschappen, Universiteit Leiden*

**Dhr. drs. H.A.M (Harry) Dekker**

*media directeur Benelux, Unilever*

**Mevr. D. (Diana) Janssen**

*directeur DDMA*

**Dhr. prof. dr. G. (Gerrit) van Bruggen**

*hoogleraar Marketing, Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit (RSM)*

## Algemene observaties over vertrouwen

Het jaar 2020 is sterk bepaald door de COVID-19 pandemie, die een zeer grote invloed heeft op de samenleving en de economie. Ook banken hebben er direct mee te maken, doordat het de financiële positie van Nederlanders beïnvloedt. De uitkomsten van de Vertrouwensmonitor Banken moeten dan ook in het licht van de COVID-19 pandemie worden bekeken. De resultaten laten over de gemeten periode geen stijging in het gemiddelde vertrouwen zien.

We zien echter wel, dat in de eerste drie kwartalen van 2020 het percentage mensen dat positief is over banken, groter is geworden dan het percentage mensen dat negatief is. Ook het gemiddelde stijgt significant in de laatste drie kwartalen. Dit wijst op een mogelijke stijging in vertrouwen tijdens de COVID-19 pandemie. Een segmentatie-analyse laat daarnaast zien dat gemaksgeliefde consumenten het minste vertrouwen hebben. En adviesgevoelige consumenten het meeste vertrouwen.

Het is moeilijk te zeggen of het mogelijke toegenomen vertrouwen in banken een direct resultaat is van de activiteiten van banken. De Raad van Advies is in ieder geval positief over de wijze waarop de banken zich hebben gepresenteerd richting de Nederlandse consument in de coronacrisis. Bankens hebben zich tot nu toe gepresenteerd als deel van de oplossing. Hierin



schuilt ook mogelijk gevaar. Naarmate de crisis langer duurt, wordt het voor banken waarschijnlijk lastiger om een groeiende groep klanten met financiële problemen daadwerkelijk goed te kunnen helpen.

Aanvullende analyses van de gegevens van de Vertrouwensmonitor laten zien dat consumenten met financiële problemen door corona, minder vertrouwen hebben in banken in het algemeen en ook minder vertrouwen hebben in de eigen bank. Wanneer meer klanten in de komende maanden in problemen komen en banken minder hulp kunnen bieden dan oorspronkelijk gedacht en beloofd, kan de huidige toename in vertrouwen weer afnemen en zelfs omslaan in een daling.

*Het is dus van groot belang dat banken ernaar streven om klanten die door de coronacrisis in problemen zijn gekomen, goed bij te staan en tegelijkertijd realistische verwachtingen te scheppen.*

*De Raad van Advies is positief over de veranderingen in de Vertrouwensmonitor Banken. Vooral de opname van vragen over het aspect privacy en over de bijdrage van banken aan de maatschappij vinden wij positief.*

*We herhalen het advies om een verdiepend onderzoek te doen naar de daadwerkelijke klantgerichtheid binnen banken, middels cultuuronderzoek.*

*Als toekomstig onderzoek is ook een verdieping naar de invulling van klantcontact noodzakelijk in tijden van verdergaande digitalisering en de voortgaande vermindering van fysieke contactmogelijkheden.*

## Aandachtspunten voor banken

- Met de verandering in de opzet van de monitor, zijn het aspect ‘privacy’ en de ‘bijdrage van banken aan de maatschappij’ meegenomen in de vragenlijst. Dit blijkt een goede en zeer waardevolle toevoeging. De resultaten laten duidelijk zien dat deze factoren een grote invloed op het vertrouwen hebben. Dat impliceert onder meer dat banken een toename in het vertrouwen kunnen realiseren door hun bijdrage aan de samenleving te laten zien. Er liggen hier voldoende kansen, bijvoorbeeld bij de huidige coronacrisis en de energie-transitie.
- De banken scoren goed op de wijze waarop ze omgaan met klantdata. Hiermee hebben ze een belangrijk voordeel ten opzichte van bijvoorbeeld grote digitale bedrijven. Opvallend is de relatief hoge score op het item ‘gaat op correcte manier om met persoonlijke gegevens’. Dit is in lijn met andere onderzoeken van bijvoorbeeld de privacy monitor van het DDMA, de branchevereniging voor data en marketing.
- Het klantcontact wordt steeds minder persoonlijk en meer digitaal. Deze digitalisering is verder versterkt door corona. Consumenten zijn ook tevreden over de digitale dienstverlening. Men vindt het wel lastiger om – wanneer nodig – contact te krijgen met de bank. Banken snijden ook steeds meer in hun fysieke contactmogelijkheden door onder andere het sluiten van kantoren. Ook is men wanneer het contact eenmaal gelegd is, minder tevreden over de kwaliteit van het contact. Het is onduidelijk waardoor dit komt. We adviseren banken het klantcontact te verbeteren en te kijken

hoe het persoonlijk klantcontact toch goed vormgegeven kan worden in tijden van digitale transformatie. Het is van groot belang dat de (kwetsbare) groepen klanten, zoals ouderen, goed bediend kunnen blijven worden.

- Ook beter kan de communicatie van de banken naar klanten over de rol van banken bij de coronacrisis. Veel klanten hebben geen idee of banken veel of weinig hulp bieden aan mensen die financieel worden getroffen door de coronacrisis.

## Reactie banken

Banken willen graag de stabiele lijn in het consumentenvertrouwen voortzetten en waar mogelijk verhogen. De aandachtspunten van de Raad van Advies sluiten hier goed op aan. We herkennen ons in de uitdaging die voor ons ligt, waarbij we onze klanten zoveel mogelijk willen helpen, zonder daarbij het lange termijnbelang van de klant uit het oog te verliezen.

Kijk op de websites van de deelnemende banken voor de individuele voortgang op de verbeterkansen voor 2020 (Vertrouwensmonitor Banken 2019).





Vertrouwen & Perceptie

- Dit onderdeel wordt **sinds 1 juli 2015 op dagbasis** uitgevraagd (7 dagen per week, 365 dagen per jaar)
- Op jaarbasis worden voor dit onderdeel **12.000 respondenten** ondervraagd
- Geselecteerd uit internetpanel (circa 100.000 respondenten)
- **Representatief Nederland (18+)**
- Evenwichtige spreiding over de 5 banken (4 grootbanken + overig)



Service & Gebruik

- Dit onderdeel wordt **eenmaal per kwartaal** uitgevraagd.
- Op jaarbasis worden voor dit onderdeel **11.000 respondenten** ondervraagd (2.750 per kwartaal)
- De vragen voor dit onderdeel behoeven specifieke respondenten. Deze respondenten moeten te maken hebben gehad met één van de volgende aspecten: online dienstverlening, klantcontact of klachtbehandeling
- Daarom: eerst screening op internetpanel
- Evenwichtige spreiding over de 5 banken (4 grootbanken + overig)

## Methode



online onderzoek

## Veldwerk



### Vertrouwen & Perceptie

continu (van 1 oktober 2019 tot en met 30 september 2020)



Netto steekproef: n=11.815



Respons 61%



### Service & Gebruik

Elk kwartaal



Netto steekproef: n=10.821



Respons 80%

## Steekproef



Internetpanel,  
personen vanaf 18 jaar



De steekproef is herwogen naar  
geslacht, leeftijd, opleiding, regio  
en belangrijkste bankrelatie



|                                | Sector |       | ABN AMRO |       | Argenta |      | ASN Bank |       | Centraal Beheer |      | ING   |       | NIBC |      | Rabobank |       | RegioBank |       | SNS   |       | Triodos Bank |       | Woonfonds |      |
|--------------------------------|--------|-------|----------|-------|---------|------|----------|-------|-----------------|------|-------|-------|------|------|----------|-------|-----------|-------|-------|-------|--------------|-------|-----------|------|
|                                | 2020   | 2019  | 2020     | 2019  | 2020    | 2019 | 2020     | 2019  | 2020            | 2019 | 2020  | 2019  | 2020 | 2019 | 2020     | 2019  | 2020      | 2019  | 2020  | 2019  | 2020         | 2019  | 2020      | 2019 |
| <b>Vertrouwen en perceptie</b> |        |       |          |       |         |      |          |       |                 |      |       |       |      |      |          |       |           |       |       |       |              |       |           |      |
| Vertrouwen in banksector       | 3,0    | 3,0   | 3,0      | 3,0   | 3,0     | 2,9  | 2,7      | 2,6   | 3,1             | 2,9  | 3,0   | 2,9   | 3,0  | 2,9  | 3,1      | 3,0   | 2,9       | 3,0   | 3,0   | 2,9   | 2,6          | 2,5   | 3,1       | 2,8  |
| Vertrouwen in eigen bank       | 3,3    | 3,3   | 3,3      | 3,2   | 3,4     | 3,4  | 3,8      | 3,8   | 3,5             | 3,4  | 3,2   | 3,1   | 3,4  | 3,4  | 3,4      | 3,4   | 3,8       | 3,8   | 3,5   | 3,4   | 4,0          | 4,0   | 3,6       | 3,6  |
| Transparantie                  | 3,6    | 3,5   | 3,5      | 3,5   | 3,8     | 3,7  | 4,1      | 4,0   | 3,8             | 3,7  | 3,5   | 3,5   | 3,8  | 3,7  | 3,6      | 3,6   | 4,1       | 4,1   | 3,8   | 3,7   | 4,1          | 4,2   | 3,8       | 3,7  |
| Klantgerichtheid               | 3,4    | 3,4   | 3,3      | 3,3   | 3,5     | 3,5  | 3,8      | 3,8   | 3,6             | 3,5  | 3,3   | 3,3   | 3,4  | 3,4  | 3,5      | 3,5   | 4,0       | 4,0   | 3,6   | 3,6   | 3,8          | 3,9   | 3,6       | 3,5  |
| Deskundigheid                  | 3,8    | 3,8   | 3,7      | 3,7   | 3,8     | 3,8  | 4,0      | 4,0   | 3,8             | 3,8  | 3,7   | 3,7   | 3,8  | 3,8  | 3,8      | 3,8   | 4,2       | 4,1   | 3,9   | 3,8   | 4,1          | 4,1   | 3,8       | 3,7  |
| Privacy                        | 3,6    |       | 3,6      |       | 3,8     |      | 3,9      |       | 3,8             |      | 3,5   |       | 3,8  |      | 3,7      |       | 4,0       |       | 3,8   |       | 4,1          |       | 3,8       |      |
| Maatschappij                   | 3,4    |       | 3,2      |       | 3,3     |      | 4,4      |       | 3,4             |      | 3,2   |       | 3,1  |      | 3,6      |       | 3,8       |       | 3,5   |       | 4,5          |       | 3,5       |      |
| <b>Service en gebruik</b>      |        |       |          |       |         |      |          |       |                 |      |       |       |      |      |          |       |           |       |       |       |              |       |           |      |
| Online diensten                | 4,4    | 4,4   | 4,3      | 4,2   | 4,3     | 4,3  | 4,6      | 4,5   | 4,2             | 4,2  | 4,4   | 4,4   | 4,2  | 4,3  | 4,4      | 4,4   | 4,7       | 4,5   | 4,6   | 4,5   | 4,7          | 4,7   | 3,7       | 3,7  |
| Klantcontact                   | 4,1    | 4,2   | 4,0      | 4,1   | 4,0     | 4,0  | 4,3      | 4,3   | 4,1             | 4,1  | 3,9   | 4,1   | 4,0  | 3,9  | 4,2      | 4,2   | 4,7       | 4,6   | 4,3   | 4,4   | 4,5          | 4,6   | 3,9       | 3,8  |
| Klachtbehandeling              | 3,1    | 3,2   | 2,8      | 3,1   | **      | **   | 3,5      | 3,6   | **              | 3,2  | 3,0   | 2,9   | **   | **   | 3,2      | 3,2   | 4,1       | 3,9   | 4,1   | 3,8   | 3,1          | 3,6   | 2,9       | 2,8  |
| Beschikbaarheid in %*          |        |       |          |       |         |      |          |       |                 |      |       |       |      |      |          |       |           |       |       |       |              |       |           |      |
| – Internetbankieren            | 99,88  | 99,80 | 99,92    | 99,87 |         |      | 99,88    | 99,66 |                 |      | 99,94 | 99,72 |      |      | 99,78    | 99,85 | 99,89     | 99,66 | 99,83 | 99,45 | 99,98        | 99,91 |           |      |
| – Mobiel bankieren             | 99,82  | 99,84 | 99,92    | 99,87 |         |      | 99,97    | 99,53 |                 |      | 99,79 | 99,91 |      |      | 99,70    | 99,78 | 99,97     | 99,53 | 99,97 | 99,54 | 99,98        | 99,91 |           |      |
| – iDEAL                        | 99,90  | 99,84 | 99,92    | 99,85 |         |      | 99,87    | 99,71 |                 |      | 99,91 | 99,89 |      |      | 99,89    | 99,80 | 99,88     | 99,76 | 99,87 | 99,76 | niet bekend  |       |           |      |

\* Meetperiode cijfers 2019: Q4 2018 t/m Q3 2019. Meetperiode cijfers 2020: Q4 2019 t/m Q3 2020.

\*\* Te weinig waarnemingen voor betrouwbare uitspraken.

© Januari 2021  
Nederlandse Vereniging van Banken  
Gustav Mahlerplein 29-35  
1082 MS Amsterdam  
020 550 28 88  
[www.nvb.nl](http://www.nvb.nl)

