

Inleiding

Deze scriptie is opgebouwd uit 2 grote delen. In het eerste deel gaat de aandacht uit naar de bestaande wetenschappelijke literatuur rond bankgedrag van jongeren en het ontdekken van de tekortkomingen in deze literatuur. Het tweede deel omvat eigen empirisch onderzoek dat tot doel heeft de bestaande literatuur aan te vullen voor de ontdekte tekortkomingen.

Het hoeft geen betoog dat een jongerenfocus bij financiële instellingen handenvol geld kost. Jongeren worden hun hele jeugd lang bestookt met een brede waaier van voordelen: van gratis bankieren tot korting op festivals en evenementen. Financiële instellingen trachten zo een positieve attitude te kweken bij de jeugd en hen te stimuleren trouw te blijven aan de financiële instelling die hen in hun jeugd ‘vertroetelde’ (Hoofdstuk I.1.). Een essentiële voorwaarde voor het nut van een jongerenfocus is echter dat deze een blijvende invloed heeft op het bankgedrag in latere fasen van de levenscyclus met andere financiële behoeften (Kamakura et al., 1991). Zoniet gaat de hele investering verloren, aangezien jongeren gezien moeten worden als een potentieel winstgevende markt, eerder dan een markt voor korte termijn opbrengsten (Hoofdstuk I.2.).

Soms kan een jongerenfocus zelfs nefaste gevolgen hebben omdat vele bedrijven de potentiële financiële en andere risico's van een ongepaste marketing naar minderjarigen onderschatten (Paine et al., 2002). In dit geval kunnen financiële instellingen dubbel verliezen door het doen van een nutteloze investering én de opgelopen schade van een ongepaste marketing. Een recent en Belgisch voorbeeld vinden we in de controverse rond 2 campagnes van Axion, de jongerenafdeling van Dexia. In een eerste campagne nam Axion het initiatief om geld te storten op de spaarboekjes van jonge voetballers bij elke gewonnen thuiswedstrijd (Een vergiftigd geschenk voor het jeugdvoetbal, 2003). In een tweede campagne konden jongeren via een zakgeldsimulator nagaan hoeveel andere jongeren van hun leeftijd krijgen en werden ze aangezet om met hun ouders een zakgeldafpraak op papier te zetten (Gebruikt Dexia ‘truken’ om zakgeld te verhogen?, 2003). Beide campagnes lokten een storm van protest uit, waarop Dexia genoodzaakt was haar verontschuldiging aan te bieden (Dexia Bank verontschuldigt zich, 2003).

Het is duidelijk dat een jongerenfocus bij financiële instellingen risico's inhoudt. We kunnen ons dan ook de vraag stellen of het realistisch is te veronderstellen dat jongeren trouw blijven aan een financiële instelling doorheen hun levenscyclus (Hoofdstuk I.3.). Zelfs al slagen financiële instellingen er via een gepaste strategie in jongeren voor zich te winnen

(Hoofdstuk I.4.), dan nog blijft de fundamentele vraag of een jongerenfocus bij financiële instellingen een blijvende invloed heeft op later bankgedrag.

Heel concreet: een man is klant bij bank X, zijn vriendin bij bank Y. Ze besluiten samen te gaan wonen (of te trouwen). Ze openen een gemeenschappelijke rekening of gaan een woonkrediet aan. Doen ze dit dan bij bank X, bij bank Y of zelfs bij bank Z? En worden ze bij deze keuze beïnvloed door de privileges waarvan ze als jongere konden genieten? Of kiezen ze eenvoudigweg voor de financiële instelling die hen de beste voorwaarden biedt voor de producten en dienstverlening die ze op dat moment nodig hebben? Welke rol spelen de betrokkenheid bij de financiële wereld of de financiële taakverdeling tussen de partners in deze beslissing? Allemaal vragen waarop de bestaande literatuur rond het bankgedrag van jongeren het antwoord schuldig moet blijven (Hoofdstuk I.5.).

Vanuit deze tekortkomingen in de literatuur bouwen wij ons empirisch onderzoek op in het tweede deel van deze scriptie. Dit doen we aan de hand van een vragenlijst ontwikkeld volgens het stappenplan voor kwaliteitsonderzoek dat Churchill (1979) vooropstelt. Hierin wordt een exhaustieve lijst van factoren geïncorporeerd die het bankgedrag van pas samenwonende koppels kunnen beïnvloeden (Hoofdstuk II.1.).

Het uitgangspunt van ons empirisch onderzoek zijn niet intenties of hypothetische situaties met betrekking tot toekomstig bankgedrag van jongeren, zoals in vele studies het geval is. Wel ondervragen we pas samenwonende koppels naar het bankgedrag dat ze in werkelijkheid gesteld hebben. Zo vermijden we vertekening in de resultaten die ontstaat omwille van de kloof tussen intenties en werkelijk gedrag (o.a. Young et al., 1998). Bovendien gaan we niet rechtstreeks de oorzaken bevragen waarom pas samenwonende koppels een bank gekozen/verlaten hebben of bij een bank gebleven zijn. We opteren echter voor een multivariate analyse waarbij we het verband onderzoeken tussen werkelijk bankgedrag en alle mogelijke determinanten van dit gedrag (Hoofdstuk II.2.).

Het doel van deze thesis is het achterhalen of een jongerenfocus een blijvende invloed heeft op later bankgedrag, een vraag naar het fundamentele nut van een jongerenfocus bij financiële instellingen. Daarenboven trachten we ook de andere determinanten van dit bankgedrag in een latere fase van de levenscyclus bloot te leggen om zo een strategie naar financiële instelling toe te kunnen formuleren voor het benaderen en het behouden van jonge klanten (Hoofdstuk II.3.).

3. Algemeen Besluit – Beperkingen en Suggesties

Als afsluiter van deze scriptie beantwoorden we in ‘*het algemeen besluit*’ van het derde hoofdstuk uit het empirisch onderzoek de vragen die rezen uit de tekortkomingen in de bestaande literatuur rond bankgedrag van pas samenwonende koppels in de “early marriage” fase. Daarna gaan we in ‘*beperkingen en suggesties*’ dieper in op enkele beperkingen van deze scriptie en de suggesties voor verder onderzoek die daaruit voortvloeien.

3.1. Algemeen Besluit

De onderzoeksvraag van deze scriptie kan heel concreet samengevat worden in de volgende situatie:

Een man is klant bij bank X, zijn vriendin bij bank Y. Ze besluiten samen te gaan wonen (of te trouwen). Ze openen een gemeenschappelijke rekening of gaan een woonkrediet aan. Doen ze dit dan bij bank X, bij bank Y of zelfs bij bank Z? En worden ze bij deze keuze beïnvloed door de privileges waarvan ze als jongere konden genieten? Of kiezen ze eenvoudigweg voor de financiële instelling die hen de beste voorwaarden biedt voor de producten en dienstverlening die ze op dat moment nodig hebben? Welke rol spelen de betrokkenheid bij de financiële wereld of de financiële taakverdeling tussen de partners in deze beslissing?

De onderzoeksvraag valt duidelijk uiteen in een wat?- en een waarom?-gedeelte. In het wat?-gedeelte stellen we ons de vraag of pas samenwonende koppels trouw blijven aan hun hoofdbank_{jongere}. De stelling die geponeerd wordt, is dat de overgang naar de “early marriage” fase een cruciaal punt is voor financiële instellingen. De reden hiervoor is dat de invloed van de belangrijkste determinanten van het bankgedrag bij jongeren (“convenience”, dienstverlening en ouderlijke invloed) herbekeken dienen te worden in het licht van de veranderde situatie waarin pas samenwonende koppels zich bevinden. Wanneer we naar de naakte cijfers kijken, zien we dat 59,3% van de pas samenwonende respondenten een product of dienst aangeschaft heeft bij een andere bank dan zijn/haar hoofdbank_{jongere}, 31,2% minstens 1 product of dienst beëindigd heeft bij zijn/haar hoofdbank_{jongere} en 17,5% geen klant meer is bij zijn/haar hoofdbank_{jongere}. Uit deze cijfers blijkt duidelijk het belang van de overgang naar de “early marriage” fase.

Het is echter voorbarig te stellen dat pas samenwonende koppels niet trouw zijn aan hun hoofdbank_{jongere} en jongeren bijgevolg geen interessant doelpubliek voor financiële instellingen. We zien immers dat 40,7% van de pas samenwonende respondenten enkel producten en/of diensten aangeschaft heeft bij zijn/haar hoofdbank_{jongere} en dat 75,6%

zijn/haar hoofdbank_{jongere} nog steeds als zijn/haar hoofdbank beschouwt in de “early marriage” fase, tegenover 61,1% die zijn/haar hoofdbank_{jongere} beschouwt als hoofdbank van het gezin. De waarheid ligt dus eens te meer in het midden en voor financiële instellingen wordt het extreem belangrijk te begrijpen wat pas samenwonende koppels drijft in hun bankgedrag om hen zo trachten te behouden in de cruciale overgang naar de “early marriage” fase. Dit brengt ons automatisch naar het waarom?-gedeelte van de onderzoeksvraag.

In Tabel II.3.a. geven we een overzicht van de exhaustieve lijst van factoren die het bankgedrag in de “early marriage” fase kunnen beïnvloeden. De bevindingen in deze tabel baseren we op de resultaten van de “Stepwise”-regressie, aangevuld met deze bekomen via de procedure vooropgesteld in Van den Poel en Larivière (2004) (zie supra: II.2.5.). We delen de exhaustieve lijst op in 3 onderdelen. Het eerste deel richt zich op de periode vóór het samenwonen met determinanten die een blijvende invloed kunnen hebben op het bankgedrag in de “early marriage” fase. Het tweede deel handelt over de periode na het samenwonen en bevat de factoren die de bankkeuze op dat moment kunnen beïnvloeden. Het derde deel omvat de determinanten eigen aan het samenwonen die eveneens een invloed kunnen hebben op het bankgedrag in de “early marriage” fase. In dit derde deel zitten ook andere factoren die het bankgedrag kunnen beïnvloeden, zoals betrokkenheid bij de financiële wereld en demografische gegevens.

Wanneer we naar het eerste deel uit de lijst van determinanten kijken, zien we dat enkel tevredenheid over de hoofdbank_{jongere} vóór het samenwonen en “split banking” een blijvende invloed hebben op het bankgedrag in de “early marriage” fase. De tevredenheid zorgt ervoor dat pas samenwonenden minder snel overschakelen naar een andere bank en stimuleert hen om hun hoofdbank_{jongere} te blijven beschouwen als hun hoofdbank in de “early marriage” fase. “Split banking” stimuleert hen dan weer om producten en/of diensten aan te schaffen bij andere banken.

Een jongerenfocus, zowel de niet-gerelateerde als het gratis bankieren, heeft geen rechtstreekse invloed op bankgedrag van pas samenwonende koppels. Dit wil echter niet zeggen dat er helemaal geen effect uitgaat van een jongerenfocus. Zo is er een onrechtstreeks effect via tevredenheid: jongeren die op een gepaste manier benaderd worden, zijn tevreden over hun hoofdbank_{jongere} vóór het samenwonen, wat uiteindelijk retentie in de “early marriage” fase op een positieve manier beïnvloedt. Bovendien stimuleert een niet-gerelateerde jongerenfocus (bv.: korting op evenementen of in winkels) “split banking” (Smith en Van Hoecke, 2000), wat op zijn beurt het aanschaffen van producten en diensten bij andere banken stimuleert.

Afhankelijke Variabele	Onafhankelijke Variabelen															
	HBJ vóór samenwonen								HBJ na samenwonen				Partner		Betrokkenheid	
	Tevredenheid	Jongerenfocus		Invloed Ouders	Split Banking	Eerste Bank	Persoonlijke Kennis	Producten en Diensten		Convenience		Zelfde HBJ	Taakverdeling		Aan-koop	Bank
		Niet Gerelateerd	Gratis Bankieren					Beste Aanbod	Assortiment	Self Service	Brick & Mortar		Aan-koop	Beheer		
Aankoop:																
HBJ	0	0	0	0	0	0	0	+	0	0	0	+	0	+	0	0
ANDERE BANK	0	0	0	0	+	0	0	-	0	0	0	-	0	0	+	0
Churn:																
VOLLEDIG	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	0	0	0
PARTIEEL	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0
Hoofdbank:																
MEZELF	+	0	0	0	0	0	0	+	0	0	0	+	0	0	0	0
GEZIN	0	0	0	0	0	0	0	+	0	0	0	+	0	+	0	0
Intenties:	0	0	0	0	0	0	0	+	+	0	0	0	+	0	-	0
RETENTIE	+	0	0	0	-	0	0	+	+	0	0	+	+	+	-	0

Afhankelijke Variabele	Demografische Variabelen											
	Aantal Jaar	Geslacht	Leeftijd	Opleidingsniveau	Huwelijk	Kinderen	Huisvesting			Bankwerknemer		
							Huren	Gekocht	Gebouwd	Ikzelf	Partner	
Aankoop:												
HBJ	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	-
ANDERE BANK	0	0	0	+	0	0	0	0	0	0	0	0
Churn:												
VOLLEDIG	0	0	0	0	0	+	0	0	0	0	0	0
PARTIEEL	+	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hoofdbank:												
MEZELF	0	0	0	0	0	-	0	-	0	0	0	0
GEZIN	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0
Intenties:												
RETENTIE	-	0	0	-	0	-	0	-	-	-	-	-

Tabel II.3.a.: Conclusietabel

Wat betreft de tweede groep met factoren die hun invloed op het bankgedrag uitoefenen in de periode na het samenwonen, zien we dat enkel het beste aanbod en de breedte en betrouwbaarheid van het assortiment van producten en diensten retentie in de “early marriage” fase stimuleren. Het beste aanbod is 1 van de 2 belangrijkste invloeden uit deze scriptie, assortiment stimuleert uitsluitend de intenties tot aankoop bij de hoofdbank_{jongere}. De bevinding dat zowel “self service” als “brick and mortar” convenience geen invloed hebben op het bankgedrag in de “early marriage” fase, wijst op het feit dat pas samenwonende koppels deze factoren eerder als bijkomstig beschouwen tegenover het aanbod en het assortiment van producten en diensten.

Voor de derde groep van factoren, zien we dat alle determinanten eigen aan het samenwonen retentie in de “early marriage” fase beïnvloeden. Een partner met dezelfde hoofdbank_{jongere} stimuleert retentie en is 1 van de 2 belangrijkste invloeden uit deze scriptie. Hieruit blijkt opnieuw het onrechtstreekse effect van een jongerenfocus: op zich heeft deze geen effect, maar als beide partners dezelfde hoofdbank_{jongere} hebben, is dit een zeer sterke stimulans om trouw te blijven aan deze bank in de “early marriage” fase. Wanneer 1 van de 2 partners het grootste deel van de taken met betrekking tot het aanschaffen van financiële producten en/of diensten op zich neemt, is de kans kleiner dat deze partner na het samenwonen zijn/haar hoofdbank_{jongere} volledig verlaat en stimuleert dit de intenties tot aankoop bij zijn/haar hoofdbank_{jongere}. Wanneer 1 van de 2 partners daarentegen het grootste deel van de taken met betrekking tot het beheer en de verrichtingen op zich neemt, is de kans groter dat het pas samenwonende koppel een aankoop doet bij de hoofdbank_{jongere} van deze partner.

Betrokkenheid bij het aanschaffen van financiële producten en diensten heeft een negatieve invloed op retentie in de “early marriage” fase. Deze betrokkenheid vergroot de kans dat het pas samenwonende koppel een aankoop doet bij een andere bank en verkleint de kans op toekomstige aankopen (i.e. intenties) bij de hoofdbank_{jongere}. Betrokkenheid bij het bankwezen in het algemeen heeft dan weer geen invloed op retentie van pas samenwonende koppels.

Wanneer we naar de demografische factoren kijken, zien we dat hoe hoger het opleidingsniveau is, hoe groter de kans dat het pas samenwonende koppel een aankoop doet bij een andere bank. Verder zien we dat retentie in de “early marriage” fase negatief beïnvloed wordt wanneer de pas samenwonende respondent of zijn/haar partner bij een financiële instelling werken. Ook kunnen er in de loop van de “early marriage” fase een aantal gebeurtenissen plaatsvinden die retentie negatief beïnvloeden: het krijgen van kinderen, het

kopen of bouwen van een huis of appartement en simpelweg het aantal jaren dat men samenwoont.

Samenvattend kunnen we stellen dat het bankgedrag in de “early marriage” fase beïnvloed wordt door 2 soorten factoren: deze waarop banken kunnen inspelen en deze waarop banken geen vat hebben. Het komt er voor financiële instellingen op neer ervoor te zorgen dat jongeren tevreden zijn over hun hoofdbank_{jongere} wanneer ze overgaan naar de “early marriage” fase en trachten te vermijden dat jongeren reeds bij meerdere banken klant zijn. Of omgekeerd: financiële instellingen moeten trachten vóór het samenwonen een relatie op te bouwen met jongeren die nog geen klant zijn om zo een grotere kans te hebben mee te profiteren van de veranderde financiële behoeften na het samenwonen. De ideale strategie om pas samenwonende koppels te benaderen is dan weer simpelweg de gepaste producten en diensten aanbieden tegen voordelige voorwaarden en in mindere mate een breed en betrouwbaar assortiment hebben.

Moeilijker te beoordelen zijn echter de factoren waarop een financiële instelling geen vat heeft, nl. een partner met dezelfde hoofdbank_{jongere}, de financiële taakverdeling tussen partners, de betrokkenheid bij het aanschaffen van producten en diensten en allerhande gebeurtenissen die plaatsvinden in de “early marriage” fase en hun invloed uitoefenen op retentie. Het enige wat financiële instellingen hier kunnen doen, is jongeren blijven benaderen en ze via het aanbieden van de gepaste producten en diensten tegen voordelige voorwaarden trachten te behouden, zowel in de overgang naar als tijdens de “early marriage” fase.

De slotsom is dat een jongerenfocus bij financiële instellingen zeker zijn nut heeft. Pas samenwonende koppels worden echter niet op een rechtstreekse manier beïnvloed door de privileges waarvan ze als jongere konden genieten. De beïnvloeding gebeurt wel op een onrechtstreekse manier via tevredenheid over de hoofdbank_{jongere} vóór het samenwonen, “split banking” en een partner met dezelfde hoofdbank_{jongere}. Financiële instellingen mogen er echter niet blind voor zijn dat de overgang naar de “early marriage” fase een cruciaal punt is en ze niet kunnen rekenen op automatische retentie. Daarom dienen ze minstens evenveel aandacht te besteden aan het aanbieden van de gepaste producten en diensten tegen voordelige voorwaarden aan pas samenwonende koppels in de “early marriage” fase.

3.2. Beperkingen en Suggesties

Bij het onderzoek gevoerd in deze scriptie kunnen 2 beperkingen vermeld worden met daaruit voortvloeiend 2 suggesties voor verder onderzoek. Een eerste beperking is dat de pas samenwonende respondenten uit dit onderzoek tot een andere generatie behoren dan de jongeren van dit ogenblik. Daar waar de pas samenwonende respondenten tot generatie X behoren, zijn de jongeren van dit ogenblik lid van generatie Y. Verschillende generaties betekent ook verschillende kenmerken: jongeren uit generatie Y hebben meer geld en zijn gevoeliger voor marketingacties (Bernstel, 2003). We zien tevens dat het doorheen de tijd makkelijker geworden is om van bank te veranderen of gebruik te maken van producten en diensten van verschillende banken en dat jongeren het effectief ook meer gaan doen (zie supra: I.3.2.). Bovendien is het banklandschap de laatste jaren grondig veranderd door fusies. Dit alles zorgt ervoor dat het aangewezen is deze studie binnen afzienbare tijd te herdoen om het effect van een jongerenfocus te onderzoeken in deze veranderde situatie, waarbij de jongeren van dit ogenblik reeds overgegaan zijn naar de “early marriage” fase.

Een tweede beperking van deze scriptie is dat het gevoerde onderzoek enkel representatief is voor Vlaanderen en de resultaten niet veralgemeend kunnen worden naar Wallonië, laat staan naar andere landen. De reden hiervoor is dat we de jongerenfocus aan de hand van diepte-interviews met kantoorhouders aangepast hebben aan de specifieke Vlaamse situatie. Zo schrappen we gratis debetstand, op maat gemaakte leningen en “price bundles”, aangezien deze in Vlaanderen niet van toepassing zijn (zie supra: II.1.2.3.). Uit de bestaande literatuur blijkt echter dat bovenstaande privileges in andere landen wel gebruikt worden en tevens een invloed hebben op het bankgedrag van jongeren (zie supra: I.4.). Daarom is het ook aangewezen hetzelfde onderzoek in andere landen uit te voeren met een jongerenfocus die aangepast is aan de plaatselijke situatie.