

## **Opinie: Niet alle klanten kunnen of willen internetbankieren en banken moeten daar veel meer rekening mee houden**



Jos Haartmans is praktijkhouder van POBOS BV Klinische Psychologie.

De bankkantoren zijn schaars geworden. Banken zijn massaal overgestapt op digitale dienstverlening, waarbij de klant zo veel mogelijk zelf moet doen. Wie hecht aan direct contact met een bankmedewerker zal merken dat het niet eenvoudig is om specifieke telefoonnummers en mailadressen te achterhalen.

Ik krijg van mijn banken afgezien van bankafschriften (omdat ik daarvoor betaal) alleen nog maar mails over tariefsverhogingen, beleggingsproducten en pensioenproducten doorgaans afgesloten met de boodschap: 'Dit bericht is automatisch verzonden. U kunt hier niet op reageren'. Alleen bij de bank met de rode fiets en het rode bankje kan nog contant geld aan de balie afgehaald worden maar de vraag is ook hier 'hoelang nog?'

## **Geldautomaten**

Voor contant geld verwijzen alle banken naar geldautomaten die soms in supermarkten te vinden zijn maar vaak geïnstalleerd zijn op naargeestige en precare plekken waar de klant kilometers voor moet rijden. Het aantal pinautomaten daalt. Vijf jaar geleden waren het er meer dan 8000, eind 2020 was dat aantal gedaald naar 5795 en begin vorig jaar waren er nog maar 4916 van over, aldus de NOS. Het bedrag dat je bij deze flappentappen per dag kunt opnemen is beperkt en bovendien zijn ze in verband met het toenemend aantal ploffrakken tussen 23.00 uur en 06.00 uur uitgeschakeld. Niet erg klantvriendelijk.

## **Digi-drang**

De digi-drang, die verdacht veel op digi-dwang lijkt, stelt vooral een groot deel van de oudere klanten voor problemen. Zij missen digitale vaardigheden en zijn extra kwetsbaar voor fraude en oplichting. Criminelen bellen bijvoorbeeld op en doen zich voor als bankmedewerker. Ze zeggen dat er iets niet klopt met de bankrekening en adviseren hun instructies te volgen, vragen de pincode van de bankpas of spreken soms zelfs af dat ze de pinpas komen ophalen. Vooral ouderen worden hier de dupe van. Veel mensen worden ook belazerd door phishing (stelen van betaalgegevens via nepberichten) of bijvoorbeeld door nepwebwinkels. De banken weten dit en moeten daarom fors investeren in veiligheidsmaatregelen en fraudebestrijding. De klant betaalt daarvoor uiteindelijk de prijs in de vorm van hogere tarieven.

## **Onderzoek**

Uit onderzoek van De Nederlandsche Bank blijkt dat ouderen, maar ook laaggeletterden en mensen met een beperking of migratie-achtergrond, behoefte hebben aan persoonlijk contact, menselijke hulp en niet-digitale middelen om bankzaken te regelen. De banken hebben al beterschap beloofd op dit punt, maar daar is nog weinig van te merken. Niet alle klanten kunnen of willen internetbankieren en banken moeten daar veel meer rekening mee houden.

## **Drempels**

Nederland telt ongeveer 1,6 miljoen ouderen die niet internetbankieren, veelal omdat ze niet voldoende thuis zijn in de digitale wereld of die niet vertrouwen. Velen schakelen noodgedwongen vrienden of familieleden in om online te bankieren, omdat de drempels om op een andere manier bankzaken te doen steeds hoger zijn geworden. Onlangs las ik in *De Telegraaf* een ingezonden briefje van iemand op hoge leeftijd die zijn bank had gevraagd om het toezenden van een jaaropgave voor de belastingaangifte. Het dienstklopperige antwoord van de bankmedewerker was dat dit niet kon en hij zijn kleinzoon maar moest vragen om die jaaropgave te downloaden en uit te printen.

## **Veronachtzaming**

In mijn optiek maken veel banken zich schuldig aan distantiëring, veronachtzaming en emotionele verwaarlozing van een grote groep met name oudere mensen die hun traditionele vormen van betalen met contant geld en papieren overschrijvingsformulieren (acceptgiro's) zien verdwijnen. Vaak moeten deze klanten hulp zoeken op een gebied waar veel privacy en vertrouwen mee gemoeid is.

Banken zijn bezig met een transformatie waardoor ze steeds verder af komen te staan van hun klanten die hechten aan het normale persoonlijke contact. En dan durven ze ook nog in reclamespotjes slogans te presenteren als 'In de wereld van nu is de bank dicht bij' en 'Eerst de mens dan het geld'. In de praktijk is het nog steeds eerder 'In de wereld van nu is de bank ver weg' en 'Eerst het geld en dan de mens'.

Jos Haartmans is praktijkhouder van POBOS BV Klinische Psychologie

DE LIMBURGER OPINIE vrijdag 21.04.2023