

Betaaldienstverlening

Bedrijven die internationaal actief zijn, moeten met lokale banken samenwerken om hun betalingsverkeer te organiseren, en daarbij worden ze geconfronteerd met een grote verscheidenheid aan betaalsystemen. Het kost veel tijd en geld voor een bedrijf om dit zelf te regelen. Fintechbedrijven spelen hierop in door de spaghetti aan internationale betaalsystemen voor hun klanten terug te brengen tot één betaaloplossing, van loket tot bankrekening. Een aantal van deze fintechbedrijven heeft sinds kort een bankvergunning, waardoor ze zich autonoom kunnen positioneren tussen de betaler en ontvanger in de betaalketen. Hierdoor opereren ze groten-

deels onafhankelijk van de werkingssnelheid van de bank, wat het betaalproces voor de klant versoepelt. Het Nederlandse softwarebedrijf Adyen is een van de toonaangevende fintechbedrijven actief op deze markt. Internationale bedrijven als Microsoft, Facebook en KLM maken al gebruik van hun betaaldiensten. Ook het Zweedse Klarna en het Amerikaanse Stripe mogen een groot aantal internationale bedrijven tot hun klantenbestand rekenen. Door deze ontwikkeling lopen traditionele banken miljarden transacties mis.

Persoonlijke financiën

Het is belangrijk om inzicht te hebben in de eigen in- en uitgaven. Maar een overzicht maken van de financiën kost vaak veel tijd en kan ingewikkeld zijn, zeker als je betaalrekeningen bij verschillende banken hebt. Daarom ontwikkelen fintechbedrijven die zich richten op persoonlijke financiën online-huishoudboekjes. De techniek is niet nieuw. Veel banken bieden immers al langere tijd applicaties aan om persoonlijke financiën eenvoudig te beheren. Toch onderscheiden fintechbedrijven zich door hun klantgerichte benadering en de mogelijkheid om betaalrekeningen van verschillen banken samen te

voegen. Wanneer de consument toestemming geeft, krijgen bedrijven toegang tot de informatie over de betaalrekening en kunnen zij een totaalbeeld van zijn of haar financiële situatie geven. Dit brengt evident informatievoordelen voor de klant met zich mee. Het Nederlandse AFAS Personal heeft al zo'n half miljoen gebruikers aan zich weten te binden met hun online-huishoudboekje. Het Spaanse Mooverang gaat nog een stapje verder: door samenwerking met consumentenbonden kan het onpartijdig consumptieaanbevelingen doen.

Kredietverstrekking

Na de crisis was het voor veel kleine bedrijven lastig om aan een lening te komen. Een van de oorzaken is dat het voor banken duur is om leningen aan kleine bedrijven te verstrekken. Het gevolg hiervan is dat mkb-ondernemers moeite hebben met het aantrekken van kapitaal. Deze kloof tussen het mkb en beleggers wordt opgevuld door fintechbedrijven. Enerzijds zijn er kredietverstrekkers, zoals het Amerikaanse Kabba en het Nederlandse Spotcap, die hun risicoanalyse baseren op een algoritme. In het algoritme stoppen ze onder andere boekhoudkundige informatie, online-

beoordelingen en socialemedia-gedrag. Aan de hand van de uitkomsten wordt besloten of de ondernemer in aanmerking komt voor krediet. Doordat het hele proces geautomatiseerd is, kunnen ze razendsnel leningaanvragen verwerken. Banken reageren op deze ontwikkeling door bijvoorbeeld een aandelenbelang te nemen in de relatief jonge fintechbedrijven. Anderzijds richten bedrijven zich meer op het grote publiek om kapitaal te vergaren. Crowdfunding-platformen als Symbid en Kickstarter maken dit mogelijk. Banken lijken deze financieringsvorm aan te moedigen. Grootbanken als ING, ABN-AMRO en de Rabobank staan open om samen te werken met de platformen. Ondernemers blijken zelfs een streepje voor te hebben bij de bank als zij hun geld via de crowd hebben opgehaald. Dit maakt het stapelen van financieringsvormen aantrekkelijk.

Verzekeringen

Op dit moment staan verzekeraar en verzekerde gevoelsmatig vaak nog lijnrecht tegenover elkaar. De verzekerde wordt geconfronteerd met een verzekeraar die moeilijk doet met uitbetalen. De verzekeraar krijgt te maken met oneerlijke en onnodige claims. Het tegengestelde belang zorgt voor een stelselmatig wantrouwen tussen beide partijen. Fintechbedrijven in de verzekeringsmarkt, ook wel *insurtechs* genoemd, proberen de belangen te harmoniseren. Het Duitse Friendsurance zorgt voor een gedeeld belang door een cash-bonus uit te keren aan alle klanten wanneer er weinig claims worden ingediend. Dit moet zorgen voor minder *moreel wangedrag*, lagere kosten en een optimale uitkomst voor zowel verzekeraar

als klant. Het Amerikaanse Oscar innoveert door de informatie-asymmetrie te verminderen. Deze *insurtech* houdt via een applicatie bij of de klant genoeg lichaamsbeweging krijgt. Dit wijst op een laag risico op ziektekosten, wat beloond wordt met een lagere premie. Het verzekeringsplatform Teambrella faciliteert mensen om elkaar te verzekeren. Zelfsturende teams bepalen onderling of een lid recht heeft op uitbetaling, waarbij de reputatie van het lid cruciaal is. Er is hierdoor een gedeeld belang om alleen een claim in te dienen als het écht nodig is. Grote investeringen in bovenstaande (en andere) *insurtechs* tonen aan dat de verzekeringswereld aan de vooravond van een stormachtige periode staat.

