

DURFKAPITAALFONDS STIMULEERT SAMENWERKING TUSSEN BANKEN EN TECHNOLOGIEBEDRIJVEN

SmartFin wil Fintech Valley uitbouwen in België

De disruptieve impact van technologie op de financiële sector is het favoriete speelveld van ondernemer Jurgen Ingels. Hij bouwde eerder Clear2Pay tot een succesvol bedrijf uit, en mikt nu met het durfkapitaalfonds SmartFin Capital op de ontwikkeling van een fintech-industrie in België. *Patrick Claerhout en Bruno Leijnse*

Technologie heeft de voorbije jaren zowat elke klassieke industrietak door elkaar gegoooid. “Mijn vader is vijftien jaar geleden overleden”, vertelt Ingels. “In die periode heeft technologie onze manier van werken, leven en communiceren totaal veranderd. Mocht mijn vader terugkeren, dan zou hij merken dat zijn boekwinkel, platenzaak en reisbureau vervangen zijn door onlinewinkels.”

Dankzij mobiele toestellen kan iedereen op elk moment en op elke plaats bereikbaar zijn. Cloudcomputing vermindert de investeringskosten voor starters. De opslagcapaciteit van computers is goedkoop geworden en de verwerking van gegevens gaat supersnel. Sociale media faciliteren informatie-uitwisseling. Big data vormen een bron van kennis en inzicht. “Het gevolg is dat het voor nieuwe spelers gemakkelijker is om de markt te betreden. De barrières zijn weggevallen”, besluit Ingels.

De financiële sector is een van de laatste die de digitale omwenteling

ondergaat. “Dat komt omdat banken in een sterk gereguleerde omgeving werken, en de verplichtingen nemen nog toe”, verklaart Ingels. “Door de financiële crisis was er de voorbije jaren ook geen gunstige voedingsbodem voor. Bovendien is het een zeer gespecialiseerde sector, met een lange verkoop- en adaptatiecyclus, die gedomineerd wordt door een beperkt aantal zeer grote spelers.”


“Voor banken zijn digitale kanalen nog altijd ‘alternatieve’ kanalen”

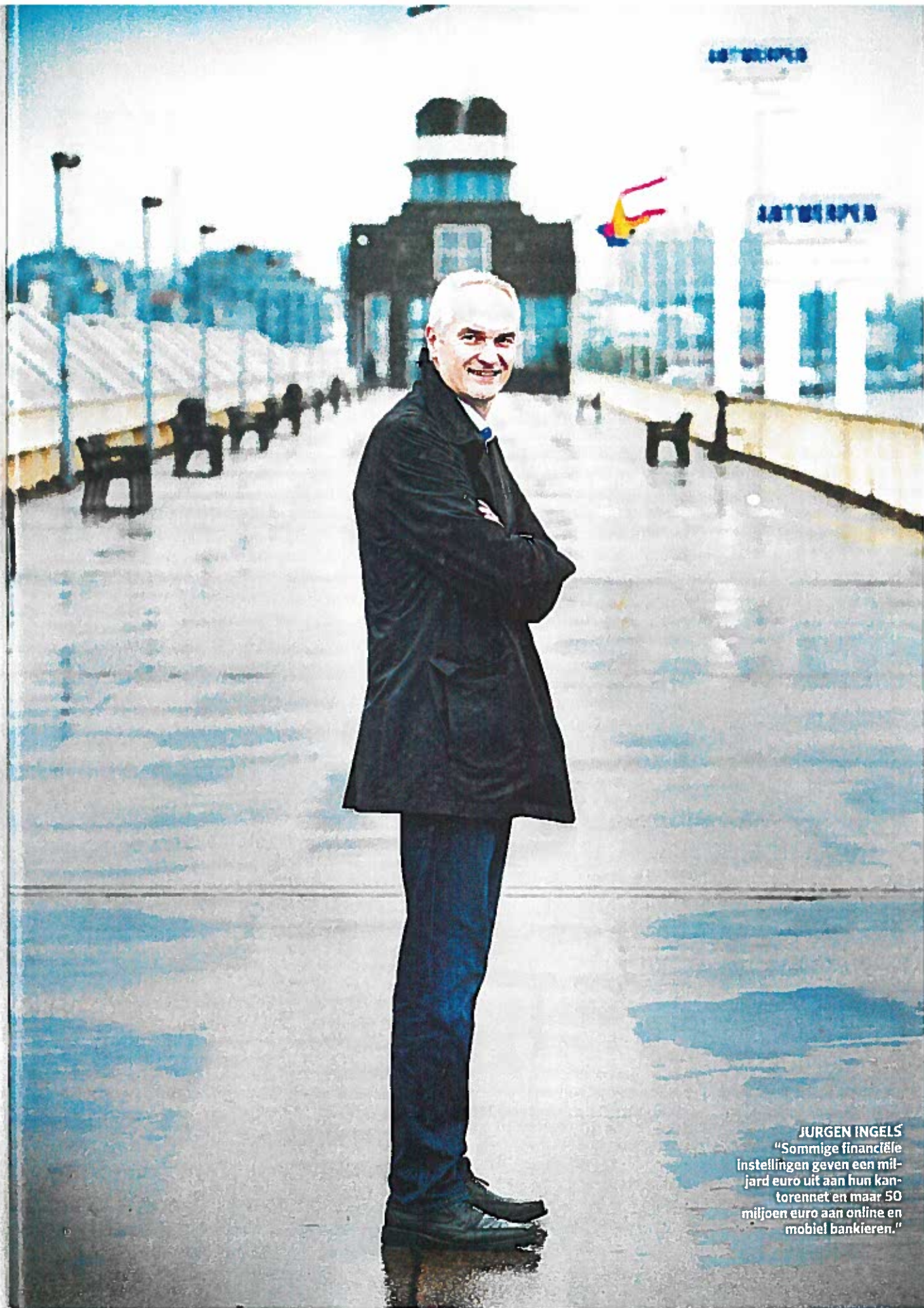
Volgens Ingels hebben de technologiebedrijven eerst enkele jaren de kat uit de boom gekeken. Maar de tijden zijn veranderd. Technologische veranderingen worden in de banksector veel sneller opgepikt dan in het verleden. Elektronisch bankieren heeft er in België bijvoorbeeld zo’n tien jaar over gedaan om ingeburgerd te geraken.

Mobiel bankieren is na twee jaar al aan zijn grote doorbraak toe.

Katalysator voor fintech

Na de verkoop van Clear2Pay richtte Ingels samen met Bart Luyten (Sniper Investments), analist Edward Schietecatte en Stefan Dierckx (Projective) het risicokapitaalfonds SmartFin Capital op. Onlangs kwam ook Ellen Thijs (ex-Accenture en ex-Clear2Pay) erbij als partner. SmartFin moet een katalysator worden voor de ontwikkeling van een community van bedrijven gespecialiseerd in financiële technologie (fintech) in België. Daarmee worden vooral ondernemingen bedoeld die innovatieve technologie of apps ontwikkelen, met een focus op de financiële sector. Ingels denkt dat ons land kan uitgroeien tot een vooraanstaand centrum voor fintech, zoals het dat geworden is voor biotech.

“We hebben de mensen en de know-how, maar de ontwikkeling gebeurt niet op een gestructureerde manier”, oordeelt Ingels. “Londen is op dit moment hot in fintech, en dat dankt het 



JURGEN INGELS
"Sommige financiële instellingen geven een miljard euro uit aan hun kantorennet en maar 50 miljoen euro aan online en mobiel bankieren."

➤ aan het feit dat er een ecosysteem gecreëerd is door al die bedrijven samen te zetten en ze gezamenlijk te promoten. Zo ontstaat een community van getalenteerde mensen die informatie delen en ideeën uitwisselen." Met SmartFin wil Ingels kapitaal, kennis, ervaring, internationale contacten aanreiken, en ook zo'n ecosysteem in ons land ontwikkelen. Hij droomt van een Fintech Valley, naar analogie met de biotechnologiecluster rond Gent.

Technologiebedrijven hebben volgens Ingels veel kans door te breken in de financiële sector. "Giganten zoals Facebook en Apple hebben een grote klantenbasis en zitten op een enorme berg cash. Ze leveren eenvoudige mobiele betaaloplossingen met een groot gebruiksgemak, en dat is wat de

klant vraagt. Bovendien zijn technologiebedrijven het gewoon om in realtime te werken, iets wat de mainframes van de banken niet aankunnen. Convenience, het gebruik van sociale media, realtime transacties, user experience, dat zijn allemaal kernactiviteiten van technologiebedrijven en niet zozeer van banken, die blijven kampen met een logge en complexe organisatie."

Klantgericht

Ook de manier waarop ze in dialoog gaan met de klant, maakt dat technologiebedrijven in het voordeel zijn, vindt Ingels: "Technologiebedrijven zijn heel gefocust op de klant. Ze willen alles van hem weten, zodat ze producten op maat kunnen aanbieden. Ze zijn heel erg *data-driven*; data zijn de grondstof

van hun business. Technologiebedrijven ontwikkelen heel snel, maar sturen ook snel bij in functie van de feedback van de klant. Technologiebedrijven durven producten te lanceren voor ze optimaal zijn, maar ze schakelen razendsnel."

Banken daarentegen werken vaak nog volgens 'het stramien van de Sovjet-Unie', grapt Ingels: met vijfjarenplannen die opgedeeld worden in jaarbudgetten. "60 procent van de banken geeft toe dat het meer dan een jaar duurt voor het IT-departement oplossingen heeft voor innovatieve ontwikkelingen. Als de cyclus van ontwikkeling tot productlancering te lang aansleept, word je aan alle kanten ingehaald. Bovendien zijn banken geen dataspecialisten. Ze beschikken over ➤

ING BELGIË ONDERSTEUNT SMARTFIN CAPITAL

ING België stapte voor 7,5 miljoen euro in het kapitaal van SmartFin Capital. "Zo positioneren we ons centraal in het ecosysteem van bedrijven die zich specialiseren in financiële technologie. Daarnaast bieden wij hen de ideale omgeving om zaken uit te testen", zegt Rik Vandenberghe, CEO van ING België. SmartFin Capital had begin dit jaar al 35 miljoen euro opgehaald. ING België stapte in februari in het kapitaal. Na de Zwitserse vermogensbank Thaler is ING de tweede financiële instelling die in SmartFin participeert. "Innovatie staat al jaren centraal in onze strategie", verklaart Rik Vandenberghe. "Voor onze bank is technologische innovatie een belangrijk aandachtspunt. Maar ook buiten de bank gebeuren er veel innovatieve zaken, die we met aandacht volgen. Door met SmartFin Capital in zee te gaan, zitten we dicht bij de bedrijven waarin het

fonds participeert of wil participeren, en bij de technologische ontwikkelingen waarmee die bedrijven bezig zijn." ING België ziet opportuniteiten om rechtstreeks in die bedrijven te investeren of hen financieel te ondersteunen met adequate financieringsformules. "Wij geloven in starters en in innovatie", zegt Vandenberghe. "Daarom denken we dat het interessant kan zijn een klantenportefeuille van fintechbedrijven uit te bouwen. Ik zie ook mogelijkheden om expertise te delen. Onze bank wil deze bedrijven een uitgelezen omgeving bieden om ontwikkelingen of producten uit te testen. Daar wordt iedereen beter van." Dat banken te log en complex zouden zijn om de strijd met technologiebedrijven aan te gaan, spreekt Vandenberghe resoluut tegen: "Dat gaat zeker niet op voor ING België. In enkele jaren heeft deze instelling een metamorfose ondergaan. Wij zijn een



RIK VANDENBERGHE
"Wij geloven in starters en in innovatie."

heel wendbare organisatie geworden, gericht op de kracht van innovatie. We trekken andere profielen van medewerkers aan, staan open voor ideeën uit andere landen, en stimuleren het ondernemerschap van ons personeel." Vandenberghe vreest de concurrentie van grote technologie-reuzen als Google of

Facebook niet: "Uiteindelijk is het de klant die zal beslissen. Grote spelers zijn vaak enkel geïnteresseerd in de commerciële exploitatie van klantgegevens. Ze trekken zich weinig aan van de privacy van de klant. Ik denk dat de banken op dat vlak een sterke reputatie genieten en meer vertrouwen inboezemen."

JURGEN INGELS
"De banken moeten die spaghetti van systemen en processen omvormen tot één platform."

➤ veel klanteninformatie, maar ze weten nog niet hoe ze de relevante informatie naar boven kunnen brengen, en wat ze ermee kunnen aanvangen."

"Veel banken beklemtonen hun klantgerichtheid, maar eigenlijk zijn ze meer gericht op de verkoop van financiële producten, de rendabiliteit van hun kantoren, efficiëntie en compliance", vindt Ingels. "De distributiekanaalen zijn meestal gescheiden en communiceren niet met elkaar. Voor banken zijn digitale kanalen nog altijd 'alternatieve' kanalen. Sommige financiële instellingen geven een miljard euro uit aan hun kantorennet en maar 50 miljoen euro aan online en mobiel bankieren."

Van spaghetti naar platform

Als de technologiebedrijven in het voordeel zijn, wat moeten de banken dan doen? Resoluut de weg van de technologie inslaan, maar zonder dat ze al die fintechbedrijven, die telkens op een specifiek domein actief zijn, afzonderlijk beconcurreren, aldus Ingels. "Een bank heeft een hele reeks ver-



schillende activiteiten: de eigenlijke bankdivisie, de betalingen, de kredieten, de verzekeringen, de effectenhandel enzovoort. Die hebben elk een eigen databestand en een verbinding met diverse distributiekanaalen. Dat kun je zien als een grote spaghetti van systemen en processen die niet geïntegreerd zijn, hoge onderhoudskosten vergen, soms zaken dupliceren en bijna nooit in realtime functioneren. Om in de toekomst goed te kunnen werken, moeten de banken die spaghetti omvormen tot één platform."

Ingels heeft daarvoor een duur woord uitgevonden: de *digital experience layer*. "De banken moeten de omslag maken naar een overkoepelende structuur, waardoor alle kanalen – agentschap, website, applicatie, callcenter – en alle divisies van de bank met elkaar in verbinding staan en in realtime over dezelfde klanteninformatie beschikken. Net zoals wij met Clear2Pay het betalingsverkeer van verschillende bankafdelingen overkoepelden, moet de *digital experience layer* alle contactkanalen van de bank met de

DE VIER PARTICIPATIES VAN SMARTFIN

SmartFin Capital is een durfkapitaalfonds dat 75 miljoen euro wil ophalen. Daarvan is al 51 miljoen binnen. In een eerste fase kwam het kapitaal van de vier oprichters van het fonds, enkele family offices en ondernemers, en de financiële instellingen ING België en de Zwitserse bank Thaler. In een volgende fase wil SmartFin meer institutionele investeerders aantrekken. Intussen telt het fonds vier participaties. De belangrijkste

is die in NG Data, een bedrijf gespecialiseerd in big-datatechnologie. NG Data maakt ongeveer 5 miljoen euro omzet. De onderneming werkt vooral voor telecom (Telenet) en mediabedrijven (VRT, VTM), maar de bedoeling is dat ze zich meer op de banksector richt. Onlangs werden contracten getekend met KBC, Wells Fargo, BNP Paribas en ING. ING heeft intussen 10 procent van de aandelen van NG Data gekocht, SmartFin con-

treleert 11 procent. De strategie van NG Data is gericht op het bouwen van een geïntegreerd digitaal platform aan de datakant. "Voorlopig wordt vooral veel gesproken over dataverwerking en -exploitatie", zegt Jurgen Ingels. "Maar eigenlijk moet de markt nog van de grond komen. Er is nog veel werk, en we hebben nog veel te bewijzen om van NG Data het succesverhaal te maken dat het in potentie is." Behalve in NG Data partici-

peert SmartFin nog in drie bedrijven. Het Nederlandse Divitel (participatie van 9%) is het enige niet-fintechbedrijf uit de portefeuille. Het bedrijf bouwt systemen voor multimedialbedrijven. Ancoa (deelname van 10%) maakt compliance-software zodat beurstransacties in realtime kunnen gerapporteerd en geanalyseerd worden. Unified Post (10%) ten slotte is gespecialiseerd in het digitaliseren van facturen.

klant en alle databestanden bijeenbrengen.”

Vanuit dit geïntegreerde platform kunnen banken dan apps ontwerpen (of laten ontwerpen), die ermee interageren. “Dat opent fantastische mogelijkheden”, zegt Ingels. “Een bakker zou bijvoorbeeld zijn facturen kunnen linken aan het betalingssysteem van de bank, dat voor hem op die manier de boekhouding opvolgt. Zo kan die bakker aan het einde van de week met één druk op de knop zien hoeveel hij verdient. Omgekeerd krijgt de bankier een goed inzicht in de rendabiliteit van de bakkerij en kan hij hem bijstaan in het optimaliseren van bepaalde financiële aspecten.”

App-strategie

“Dergelijke apps creëren toegevoegde waarde en/of verhogen het gebruiksgemak voor de klant”, gaat Ingels verder. “Op die manier kan de

“De bank van de toekomst wordt de bank die zich het beste weet te differentiëren via de aangeboden apps”

bank zich differentiëren via de apps die ze aanbiedt.” Banken zullen met andere woorden een app-strategie moeten ontwikkelen. “De bank van de toekomst wordt de bank die zich het beste weet te differentiëren via de aangeboden apps”, gelooft Ingels.

Banken hoeven die apps niet zelf te ontwikkelen, ze kunnen daarvoor ook een beroep doen op fintechbedrijven. En zo komt Ingels opnieuw bij zijn SmartFin-fonds uit: “Met SmartFin willen we bereiken dat in België een community van fintechbedrijven ontstaat die technologie ontwikkelen en

apps bouwen. Door met die bedrijven samen te werken, kunnen banken de technologie in huis halen. Een bank moet technologie implementeren, niet zelf een technologiebedrijf worden.”

“Ik vermoed dat we ecosystemen zullen zien ontstaan van technologiebedrijven die samenwerken, en van banken die samenwerken met technologiebedrijven. Dat is wat we met ons fonds willen stimuleren”, zegt Ingels. De intrede van ING België in het kapitaal van SmartFin Capital (zie *ING België ondersteunt SmartFin Capital*) kan de basis leggen voor een dergelijk netwerk van banktechnologie.

“SmartFin wil op termijn een portefeuille uitbouwen met daarin een tiental bedrijven die een belangrijke rol spelen in financiële technologie. Daarnaast bestuderen we de inrichting van een ecovalley waar starters zich kunnen vestigen en ondersteuning krijgen”, besluit Ingels. ©

FEED YOUR MIND TO GROW YOUR BUSINESS

**NIEUWE IDEEËN.
NIEUWE INSPIRATIE.
NIEUWE DENKPATRONEN.**

Powered by:

Trends

WWW.VLERICK.COM/FEED-NL



**4 avondsessies
Keuze uit Antwerpen, Brussel of Gent**



**“VERANDERINGSMANAGEMENT
OF STABILITEITSMANAGEMENT.”**
Professor Peter De Prins

**“EEN VOOR ALLEN
EN ALLEN VOOR EEN.”**
Professor Smaranda Boros

“WE OOGSTEN WAT WE ZAAIEN.”
Professor Barney Jordaan

**“SOCIALE MEDIA? SOCIAAL
ZIJN IS DE BOODSCHAP!”**
Professor Steve Muylle

