

Onderzoek Commerciële Kansen vervallen Spaarloon!

Spaarloon vervalt per 1 januari 2012

Zoals u vast heeft vernomen, vervalt de Spaarloonregeling voor werknemers per 1 januari 2012. Dat is één van de maatregelen die gistermiddag is voorgesteld tijdens Prinsjesdag. Nu gaat er meer veranderen. Zeer waarschijnlijk vervalt ook de Levensloopregeling en komt er in 2013 een nieuwe Vitaliteitregeling. We gaan daar in ieder geval een wat uitvoeriger Multi Client onderzoek op richten, maar we willen nu vast vooruitlopen met een snel onderzoek naar de commerciële impact van het vervallen van Spaarloon.

U wacht het wegvallen van Spaarloon natuurlijk niet af. U komt met een commercieel aanvalsplan!

Natuurlijk wacht uw bank het vervallen van de Spaarloonregeling niet lijdzaam af. U komt met een commercieel aanvalsplan om de gelden binnenshuis te houden en de periodieke stortingen te continueren. En misschien opent u ook de aanval op werkgevers die u voor Spaarloon nog niet in de boeken heeft. Wij vermoeden dat er ook kansen zijn om nu een stap verder te gaan en gestructureerder producten aan te bieden met meer marge dan een recht-toe-recht aan spaarrekening... Maar onderzoek zal moeten uitwijzen of daar voldoende draagvlak voor bestaat.

Onderzoek nodig om de keuze te maken voor een effectieve campagne

Met gezond verstand zijn er eenvoudig enkele strategieën te bepalen om Spaarloongeld (en Spaarloonklanten) 'binnen' te houden. Maar natuurlijk is het veel effectiever als u middels marktonderzoek weet waar u aan toe bent, wat werknemers en werkgevers *denken* te gaan doen en voor welke alternatieven werkgevers en werknemers open staan. Er zijn allerlei alternatieven denkbaar:

- U biedt – platweg – een voorzetting aan van de Spaarregeling via de werkgever met een aantrekkelijke rente
 - o Welke rente moet u dan aanbieden? Is de huidige rente genoeg of moet u een half procent boven de gangbare spaarrente aanbieden? Of moet u méér uit de kast halen om werknemers vast te houden?
- U biedt een andere spaarfaciliteit aan
 - o Een vorm van deposito sparen? Moet u dan kiezen voor een vorm die lijkt op het huidige Spaarloonregime of mag de looptijd ook langer zijn?
 - o Of biedt u er gelijktijdig een beleggingsproduct naast (met of zonder garantie?)
- U bent iets ambitieuzer....
 - o U probeert werkgevers en werknemers ertoe te bewegen de Spaarloonregeling door te zetten in bijvoorbeeld een Bankspaarproduct. Dan zit er immers weer een aantrekkelijk fiscaal voordeel aan en kan de werkgever dit ook naar de werknemers toe neerzetten als een goede aanvulling op het pensioen. Zijn daarvoor voldoende werknemers te bewegen om deze businesscase rond te krijgen?

En zo zijn er meer alternatieven te bedenken. De markt komt nu in beweging. Nu moeten de plannen worden gemaakt om de grote groepen werknemers binnen te houden. Concurrenten staan op dit punt ook niet stil en zullen ook werkgevers gaan benaderen. Degelijk onderzoek als fundament onder de beslissingen die de bank neemt, is dan geen luxe. Dat onderzoek gaan we nu uitvoeren.

Snelheid geboden. Onderzoek start direct.

Het is duidelijk dat we niet kunnen wachten met dit onderzoek. U heeft uw tijd hard nodig om de keuzes te maken voor de juiste campagne, deze intern af te stemmen en in te richten. En dan wilt u de markt benaderen. Daarom is het onderzoek ook direct beschikbaar.

Het onderzoek.....

We doen onderzoek onder werknemers en werkgevers. Beide doelgroepen zijn van belang.

U zult de **werkgevers** in eerste instantie willen benaderen. Dus moet u weten wat hun voorkeuren en no-go area's zijn. En in het gesprek met werkgevers is het overtuigend als u hen duidelijk kunt maken wat de voorkeuren zijn van de werknemers.

Werknemers moeten uiteindelijk de beslissing nemen. Voor uw business case zult u willen weten welke aantallen wél en niet denken mee te gaan in uw plannen. En met welke rentes en voorwaarden u zult moeten komen. En u kunt werkgevers veel beter overtuigen als u weet wat de wensen van werknemers zijn.

De specificaties van het onderzoek zien er als volgt uit:

- Veldwerk: Online op het Consumentenpanel en Business panel van Intomart GfK.
- N=1000 werknemers met een Spaarloonregeling.
- N=200 werkgevers (functionaris verantwoordelijk voor de Spaarloonregeling)
- Vragenlijst van ca. 10 minuten (kort dus!) In de werknemers en werkgeverslijst zitten enkele open vragen waarvan we de listings met antwoorden rapporteren.
- Rapportage in PowerPoint. Een compacte geïntegreerde rapportage van werkgevers en werknemersresultaten met een bondige Management Summary.
- Natuurlijk zijn er ook tabellenboeken en SPSS files beschikbaar met uitsplitsingen naar grootte van de bedrijven, leeftijd en inkomen van de werknemers, branche, et cetera).

Vraagpunten en vragenlijsten

De vragenlijst bevat de volgende vraagpunten (voor zowel consumenten als werkgevers):

- Spaarloon
 - Deelname en reden (plus achterliggende behoefte) voor deelname
 - Bestedingsdoel gelden huidige regeling(en)
- Bekendheid met afschaffen Spaarloon per 1 januari a.s.
- Confrontatie met afschaffing Spaarloonregeling (goede uitleg over sparen, deblokking, mogelijkheden en onmogelijkheden voor sparen en opnemen/deblokkeren)
 - Eerste reacties
 - Beoordeling algemeen
- Gedragsintentie
 - Wat denkt men te gaan doen? Zowel met sparen als gespaarde kapitaal?
 - Waar zoekt men informatie?
- **Alternatieven (dit is het hart van het onderzoek)**
 - Schetsen van de alternatieven voor zowel sparen als het kapitaal (verschillende spaarvormen, lijfrente, pensioensparen, banksparen, et cetera).
 - Mate van voorkeur en acceptatie
 - Uitvragen van alle alternatieven op specifieke punten en productspecificaties (waaronder rentegevoeligheid)
 - Inleg (periodieke inleg)
 - Kanaal- en aanbiedervoorkeur
- Doorstorten van spaarloon naar lijfrentepolis
 - Impact van afschaffen Spaarloon op het automatisch voeden van lijfrentes en andere aanvullende inkomensproducten
- Rol van de werkgever in deze regeling
- Doelgroepypering

Van zowel de werkgevers als het werknemersonderzoek zijn vragenlijsten beschikbaar. Die kunnen we u direct toesturen.

Planning

De cijfermatige uitkomsten zijn reeds beschikbaar.

De complete rapportage van dit onderzoek is gereed op vrijdag 19 november.

Kosten

De kosten voor dit project bedragen **€ 6.400,-** (ex. BTW) **voor de beide onderzoeken (werkgevers en werknemers) gezamenlijk.**

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Carolien Babonnick van Ees.
Telefoon: 035-6258411.

Met vriendelijke groet,
Intomart GfK bv



Peter Mulder
Directeur Custom Research



Carolien Babonnick-van Ees
Senior Research Consultant Finance