

# Nieuwe betaalmethoden: wat moet je ermee?



Nieuwe technologie en regelgeving zorgen ervoor dat er talloze nieuwe betaalapps en -methoden zullen verschijnen. Dat roept de vraag op wat dit voor een retailer betekent. Welke methoden omarm je en welke niet?

En hoe verandert het betalen op langere termijn?

TEKST: STICHTING BEVORDEREN EFFICIËNT BETALEN EN DIBEVO | ILLUSTRATIE: SBEB EN SHUTTERSTOCK

**Z**owel in ons eigen land als daarbuiten wordt er druk geëxperimenteerd met nieuwe betaaldiensten. Voor het betalen van de tankbeurt of parkeerplek zijn nu al tal van bekende applicaties op de markt. Mobiel afrekenen via een scanbare QR-code of via de contactloze NFC-chip in een telefoon wordt langzaam aan steeds normaler. Daarnaast experimenteren banken stuk voor stuk met allerlei betaalapps. Een aantal is, zoals dat gaat met experimenten, zelfs alweer geruisloos verdwenen.

Het aantal betaaldiensten zal voorlopig alleen maar toenemen, vertelt Max Geerling, executive adviser bij Betaalvereniging Nederland en expert op het gebied van elektronisch betalingsverkeer. Banken bieden al hun eigen betaalapps aan. Mogelijk komen ook grote techbedrijven als Apple en Google met hun betaalproducten op de Nederlandse markt. Consumenten gebruiken de producten van deze grote techbedrijven namelijk al volop, vertelt Geerling. Met mobiele portemonnees zoals Apple Pay en Android Pay kunnen gebruikers hun betaalmethoden in één app bundelen. "Het is dan mogelijk om zowel in de winkel als online te betalen. Alles komt samen op de mobiele telefoon."

## Nog meer nieuwe methoden op komst

Maar wie over een aantal jaar een klant wil laten betalen, moet er volgens hem niet raar van opkijken als dat gebeurt via een betaalmethode die we nu nog helemaal niet kennen. Dit heeft alles te maken met vernieuwde

Europese regelgeving, de herziene Richtlijn Betaaldiensten of Payment Services Directive (PSD2). Vanaf volgend jaar zijn banken verplicht andere bedrijven die daarvoor een vergunning hebben, toegang te geven tot iemands bankrekening en rekeningdata. Mits de rekeninghouder daarvoor toestemming geeft. Wanneer de klant daarmee instemt, mag zo'n bedrijf via een API – een technische toegangspoort – een betaling opstarten op de betaalrekening. En rekeninginformatie is bruikbaar in software van andere organisaties. In iemands digitale huishoudboekje, bijvoorbeeld. Of in een systeem waarmee een hypotheekofferte is aan te vragen.

Concreet betekent dit dat betaalbedrijven niet meer afhankelijk zijn van de bestaande infrastructuur van betaalkaarten om een transactie op een bankrekening te starten, vertelt Geerling. De bedoeling is dat PSD2 zorgt voor meer innovatie. Bedrijven zouden bijvoorbeeld een alternatief kunnen starten voor bestaande online betaalmiddelen.

De manier waarop klanten betalen gaat veranderen, dat staat voor Eus Peters vast. De directeur bij de Raad Nederlandse Detailhandel verwacht vooral betaalmiddelen die zowel online als in de winkel bruikbaar zijn en daarmee aansluiten bij de trend van omnichannel retail. Bedrijven volgen dit dan ook nauwgezet, zegt hij. "Klanten gebruiken straks offline dezelfde betaalmiddelen als in een webwinkel. De grens tussen verkoopkanalen vervaagt en dat heeft voor ondernemingen voordelen: de boekhouding en productvoorraad worden bijvoorbeeld echt één."



## Hoe te kiezen?

Maar als klanten naast de huidige offline en online betaalmiddelen straks ook nog kunnen kiezen uit Apple Pay, Android Pay en talloze andere digitale services, zien ondernemers waarschijnlijk door de bomen het bos niet meer. Betekent dit dan dat ze maar alle mogelijke betaalopties moeten accepteren om klanten nog te kunnen helpen? Zoiets zou onverstandig zijn, zeggen zowel Geerling als Peters.

Peters legt uit: "Het is slim om iedere methode te beoordelen op de beprijzing, het bereik en de conversie." Die eerste factor is natuurlijk een kwestie van marktwerking. Maar willen nieuwe diensten concurreren met het huidige pinnen dan zullen die hun dienst wel heel scherp moeten prijzen, voegt hij daaraan toe. "Of aanvullende services moeten bieden waardoor een ondernemer of consument wel bereid is iets extra's te betalen."

Hij verwacht dat de keuze hoofdzakelijk gemaakt zal worden op basis van die laatste twee – het bereik en de conversie. Wordt een betaalmethode door een grote groep mensen gebruikt en op veel plekken geaccepteerd? En hoe zeker is de transactie? Van creditcards is het bereik internationaal

Over een paar jaar zal het afrekenen heel anders verlopen dan nu en verschillen van klant tot klant.

en groot, maar de conversie niet optimaal. De transactie is namelijk omkeerbaar en niet gegarandeerd. "Van betaalmethoden als iDEAL en PayPal is de conversie juist erg goed, maar de methoden zijn in huidige vorm niet optimaal voor de fysieke winkelomgeving."

## Telefoon zorgt voor klantherkenning

Er lijkt daarom nog ruimte voor betaalmethoden die speciaal gericht zijn op de omnichannel retailer en zowel online als in de fysieke omgeving makkelijk werken. Over een paar jaar zal het afrekenen heel anders verlopen dan nu en verschillen van klant tot klant. De één betaalt bij de kassa via een mobiele app, de ander loopt naar buiten zonder een betaalhandeling te verrichten. Bij het binnenwandelen is de mobiele telefoon al herkend, bij het verlaten van de winkel wordt het verschuldigde bedrag automatisch afgeschreven van zijn betaalrekening of bijvoorbeeld uit een digitale portemonnee. Of iemand blijkt geregistreerd te staan als trouwe klant en mag daarom op rekening kopen. Het proces van herkennen en betalen wordt als het ware in tweeën geknipt, zo schetst Geerling. Nu is het nog zo dat de klant pas wordt herkend op het moment dat de betaalkaart wordt gebruikt. Maar bij een aanzienlijk deel van de klanten

## Copyright foto

gaat straks de mobiele telefoon daarin een belangrijke rol spelen. Aan de hand van de telefoon 'ziet' de ondernemer bij de online of offline binnenkomst en aan de kassa wie hij in zijn winkel heeft en op welke manier diegene het liefste betaalt. Uit een 'mandje' van beschikbare betaalopties wordt dan automatisch een passende gekozen. "De klant merkt daar dan nog weinig van. Eigenlijk verdwijnt de betaling dus naar de achtergrond. Kijk maar hoe dat nu al gaat bij Uber. Bij het verlaten van de taxi schrijft de app het bedrag automatisch af."

### 'Iemand betaalt de rekening'

Of de ondernemers en klanten uiteindelijk gebaat zijn bij die versplintering van het betaallandschap is nog wel de vraag. Natuurlijk zullen er partijen opstaan die al die betaalopties bundelen en in één keer integreren met de kassasystemen. Zo hoeft de ondernemer niet met iedere individuele aanbieder een contract te sluiten. Maar dat is niet automatisch het beste antwoord op de vraag hoe een bedrijf om moet gaan met het toenemend aantal betaalmethoden. Het wordt er voor de retailer namelijk niet per definitie goedkoper van. Linksom of rechtsom betaalt iemand de prijs voor die versplintering. Juist daarom is het goed dat bedrijven blijven nadenken over welke betaalwijzen ze omarmen, denkt Peters. Want hoewel vaststaat dat de klant op termijn kan bepalen hoe hij ergens betaalt, moet de ondernemer bewust blijven kiezen voor dat mandje aan opties. Hij verwacht dat zodra retailers klakkeloos iedere nieuwe betaalmethode accepteren, ze niet meer kunnen sturen.

"Ieder betaalmerk of -verwerker rekent andere prijzen. Soms tot wel een paar procent over het aankoopbedrag", legt hij uit. Betaalt een klant met een mobiele 'wallet' waarin meerdere kaarten en digitale oplossingen zitten dan heeft de winkelier geen enkel zicht meer op de methode die daadwerkelijk wordt gebruikt. En wat de transactie hem dus kost.

"Het laatste wat een ondernemer wil, is een percentage van de omzet weggeven voor iets dat in de kern een transactie is."

### Mogelijkheden voor samenwerking

Geerling zegt in deze situatie kansen te zien voor betaaldienstenaanbieders. Net zoals er tussen betaalaanbieders wordt samengewerkt met iDEAL en het pinnen (Maestro en V PAY) zo zouden bedrijven nu kunnen optrekken om tot één nieuwe oplossing te komen die extra toegevoegde waarde biedt voor zowel de ondernemer als de consument. "Maar de betrokken partijen moeten hier dan wel de gezamenlijkheid zoeken." Geen ondernemer is er in zijn ogen uiteindelijk bij gebaat als de markt wordt overspoeld door betaalmethoden met minimaal bereik en fikse kosten.

Voor de korte termijn is versplintering onvermijdelijk, verwacht Peters. Maar daarna zullen betaalbedrijven en banken naar elkaar toetrekken voor samenwerking. Mede daartoe aangezet door ondernemers en hun kassa's en betaalterminals die digitaal worden en in de cloud samensmelten. Dan is samenwerking een must. "Soms moet je even loslaten om iets te bereiken", schat hij in. Idealiter zullen betaalbedrijven de ondernemer dan niet alleen helpen aan een betaaloplossing. Maar ook – als de consument dat wil – aan een klantprofiel met voorkeuren en andere data. Uiteindelijk verdwijnt het betalen als aparte handeling dan grotendeels van het toneel. Maar het persoonlijke kennen van de klant komt ervoor in de plaats. Kennis die de retailer weer kan inzetten voor een betere service. ←

### TARIEVEN PINBETALINGEN: WAT GAAT ER VERANDEREN?

In 2005 tekenden de banken en de belangenbehartigers van winkeliers, horeca en benzinstations het Convenant Betalingsverkeer. Dat heeft ertoe geleid dat Nederland het meest efficiënte en goedkope betalingsverkeer heeft van de EU. Eind 2018 loopt het Convenant Betalingsverkeer af en daarmee komt een einde aan de intensieve samenwerking. Banken en de belangenbehartigers hebben het vertrouwen dat die efficiëntie ook zonder tarief- en functionaliteitsgarantie behouden kan blijven. Om dit vertrouwen te bevestigen hebben de convenantpartijen afgesproken dat de tarieven door een objectieve partij gemonitord worden. De Nederlandsche Bank (DNB) voert dit onderzoek uit en rapporteert hierover. Dit gebeurt in 2018 voor de tweede keer. In 2015 heeft DNB al een nulmeting gedaan. Ondertussen zullen banken met nieuwe tarieven voor het betalingsverkeer komen. Mocht je te maken krijgen met verslechterde voorwaarden of overeenkomsten (duurder, minder service) neem dan contact op met Dibevo. Dan kunnen wij dat weer op de juiste plaatsen naar voren brengen.