

Creditcards

Acceptatie en gebruik van toeslagen
door winkeliers

Een Pilot Onderzoek

Juni 2010

Anneke Kosse

De Nederlandsche Bank

Secretariaat Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer

INHOUDSOPGAVE

1. SAMENVATTING.....	3
2. ACHTERGROND: CREDITCARDS IN NEDERLAND	
2.1. Gebruik van creditcards.....	4
2.2. Acceptatie van creditcards	4
2.3. Kosten van creditcardbetalingen	5
3. INLEIDING PILOT ONDERZOEK	
3.1. Achtergrond en aanleiding.....	6
3.2. Doel en afbakening.....	6
3.3. Organisatie.....	7
4. ONDERZOEKSMETHODE	
4.1. Methode van dataverzameling	7
4.2. Samenstelling van de steekproef	7
5. RESULTATEN PILOT ONDERZOEK	
5.1. Acceptatie van betaalmiddelen	8
5.2. Redenen voor creditcardacceptatie.....	8
5.3. Redenen voor geen creditcardacceptatie.....	9
5.4. Voorkeur van betaalmiddelen	9
5.5. Toeslagen voor creditcardbetalingen.....	10
5.6. Redenen voor creditcardtoeslagen.....	10
5.7. Redenen voor geen creditcardtoeslagen	11
6. CONCLUSIES	12
BIJLAGE I De Nederlandse creditcardmarkt in beeld gebracht	
BIJLAGE II Voorbeeld vragenlijst	
BIJLAGE III Resultaten pilot onderzoek: additionele grafieken en tabellen	

1. SAMENVATTING

*Gebruik
creditcard
beperkt,
maar
acceptatie
groeit*

Het gebruik van de creditcard in Nederland is beperkt. Voor ongeveer 3% van alle niet-contante betalingen aan de kassa is in 2009 een creditcard gebruikt. De groei van het aantal creditcardbetalingen kwam in 2009 tot stilstaan en de totale creditcardomzet daalde. Wel openen steeds meer toonbank- en webwinkels hun deuren voor de creditcard. Dit terwijl het gebruik van de creditcard als betaalmiddel relatief hoge kosten met zich meebrengt vergeleken met alternatieve betaalmiddelen.

*Onderzoek
naar redenen
en barrières
van winkeliers*

In 2007 heeft het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (MOB) aan de Werkgroep Maatschappelijke Efficiency (WME) gevraagd om de haalbaarheid van directe toeslagen op creditcardbetalingen aan de kassa en de impact hiervan op het betaalgedrag van de consument te onderzoeken. Doel hiervan was inzicht te krijgen in de mogelijkheden om de consument bewust te maken van de kosten van hun betaalkeuze en om hen eventueel te sturen naar het gebruik van relatief goedkopere betaalmiddelen. Ter aanvulling van reeds beschikbare onderzoeken heeft de MOB-Kerngroep in het najaar van 2009 besloten een pilot te houden onder een beperkte groep winkeliers om een globaal beeld te krijgen van hun achterliggende redenen en barrières om al dan niet creditcards te accepteren en te tarifieren en om op basis daarvan een advies uit te brengen in hoeverre een representatief vervolgonderzoek zinvol is. Het MOB-secretariaat heeft daarop in overleg met Detailhandel Nederland, VNPI, Koninklijke Horeca Nederland en Thuiswinkel.org een vragenlijst uitgestuurd naar 30 winkeliers in 8 verschillende branches.

*Service,
concurrentie,
omzet, kosten
en veiligheid
belangrijke
factoren voor
winkelier*

Uit de resultaten van het pilot onderzoek blijkt dat het voor winkeliers, zowel uit klantvriendelijkheid als uit concurrentie- en omzetoogpunt, van groot belang is dat klanten met een creditcard kunnen betalen. De veiligheid en kosten worden als belangrijkste nadelen gezien. Vrijwel alle creditcardacceptanten hebben het liefst dat klanten hun pinpas of iDEAL gebruiken. Vaak proberen zij hun klanten dan ook actief te sturen in hun betaalkeuze. Vooral door niet-financiële prikkels. De belangrijkste redenen waarom nog altijd weinig gebruik gemaakt wordt van een transactietoeslag komen overeen met de redenen waarom men in de eerste plaats creditcards accepteert; men wil de klant niet beletten in de betaalkeuze en geen concurrentienadelen en kooldrempels opwerpen. Slechts een kleine groep winkeliers brengt hun klanten wel een toeslag in rekening, zowel om de creditcardkosten te kunnen dekken als om de klant bewust te maken van de kosten van hun betaalkeuze.

*Creditcard
acceptatie en
toeslag is vrije
keuze van
winkelier*

Dit pilot onderzoek geeft een goed beeld van de achterliggende redenen en barrières van winkeliers om al dan niet creditcards te accepteren en te tarifieren. De verwachting is dan ook dat een groot representatief vervolgonderzoek niet tot andere of nieuwe inzichten zal leiden. De resultaten laten zien dat het al dan niet accepteren en tarifieren van creditcards een ondernemerskeuze is. Het accepteren en tarifieren van creditcardbetalingen biedt de ondernemer bepaalde voordelen, maar brengt ook kosten met zich mee. Het is aan de ondernemer om op basis hiervan een afweging te maken. Er zijn vrijwel geen signalen ontvangen dat ondernemers zich hierbij beperkt voelen. Wel ervaren winkeliers de kosten en relatief hoge onzekerheid als belangrijkste nadelen van de creditcard en zal een verlaging van de creditcardtarieven en de veiligheidsrisico's leiden tot een stijging van de acceptatie van de kaart.

2. ACHTERGROND: CREDITCARDS IN NEDERLAND

2.1. Gebruik van creditcards

Bezit van creditcards

5,8 miljoen creditcards in omloop

Eind 2009 telde Nederland iets meer dan 5,8 miljoen in Nederland uitgegeven creditcards. Dat is 1,5% meer dan eind 2008, maar nog altijd 4% – 6% minder dan in 2005 – 2007 (zie Grafiek I-1 in Bijlage I). Gemiddeld werd elke Nederlandse kaart 9,6 keer gebruikt om te kunnen betalen in het buitenland en 5,8 keer werd de kaart tevoorschijn gehaald aan de kassa in Nederland. Daarnaast werd per kaart gemiddeld 1,1 keer geld opgenomen in het buitenland tegen 0,4 keer in het binnenland (zie Grafiek I-2 in Bijlage I).

Betalen met creditcards

Gebruik creditcard vlakt af

Het aantal creditcardbetalingen in Nederland is in 2009 verder toegenomen. De groei ten opzichte van het jaar ervoor was echter minder sterk dan in de voorgaande jaren. Qua omzetten was in 2009 zelfs sprake van een daling (zie Grafiek I-3 en I-4 in Bijlage I). De afnemende groei van het aantal transacties en de daling van de totale omzet is volledig toe te schrijven aan het afnemende gebruik door Nederlanders in Nederland. Buitenlandse kaarthouders betaalden in 2009 namelijk wel vaker en meer met hun creditcard in Nederland. Hierdoor is 2009 zelfs het eerste jaar dat buitenlanders vaker met hun creditcard betaalden in Nederland dan Nederlanders. Ook in het buitenland gebruikten Nederlandse consumenten minder vaak hun creditcard. Toch gebruiken Nederlanders hun creditcard nog altijd vaker in het buitenland dan in Nederland. Vaker zelfs dan dat buitenlanders dat doen in Nederland.

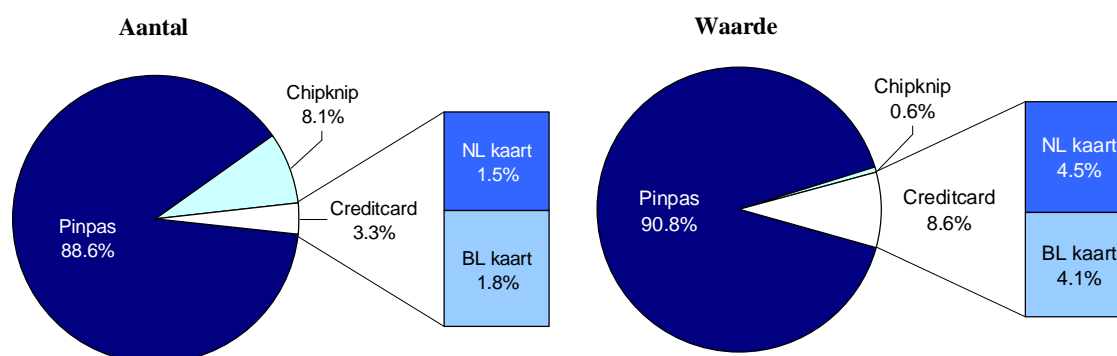
Rol van creditcard aan kassa beperkt

Het belang van de creditcard is in Nederland, zowel qua aantallen betalingen als qua omzet, beperkt. In 2009 werd slechts 3,3% van alle niet-contante betalingen aan de toonbank met een creditcard betaald. In termen van omzet lag het aandeel van de creditcard aan de kassa op 8,6% (zie Grafiek 1). Ook vergeleken met andere landen is Nederland bij lange na geen creditcardland (zie Grafiek I-6 in Bijlage I).

2.2. Acceptatie van creditcards

In totaal kan in Nederland op ongeveer 100.000 plaatsen betaald worden met een creditcard¹. De mate waarin ondernemers creditcardbetalingen accepteren verschilt sterk per sector en branche (zie Tabel I-1 in Bijlage I). Wel is er over de hele linie sprake van een lichte toename. In 2009 accepteerde meer dan 96% van alle tankstations minimaal één creditcard. In de gevestigde detailhandel steeg de acceptatie van de kaart van 36% in 2008 naar bijna 40% in 2009 (zie

Grafiek 1. Verdeling niet-contante betalingen aan de kassa in Nederland (2009)



Bron: DNB. Opmerking 1: Maestrobetalingen van buitenlandse kaarthouders in Nederland buiten beschouwing gelaten.

Opmerking 2: NL staat voor Nederland en BL voor buitenland.

Opmerking 3: "creditcard" is inclusief remote betalingen. Helaas kunnen deze niet uit de cijfers gefilterd worden. Het aandeel van de creditcard aan de toonbank is dus in werkelijkheid nog lager dan in de grafiek aangegeven.

¹Het aantal locaties waar met de pinpas betaald kan worden lag eind 2009 op 205.000 (Bron: Currence)

Acceptatie
creditcard
stijgt

Grafiek I-7 in Bijlage I). Vooral in de sectoren kleding (67%), persoonlijke verzorging (60%) en genotmiddelen (50%) kunnen klanten relatief vaak met hun creditcard terecht. De creditcard is ook een veel geaccepteerd betaalmiddel in webwinkels. Meer dan 45% van alle webwinkeliers in Nederland accepteerde in 2009 minimaal één creditcard. In 2008 was dit nog ongeveer 43%. Ook in de horeca kan vaak met een creditcard worden betaald en dan met name bij restaurants en hotels. Tussen 2003 en 2006 steeg de acceptatie in deze sector van 28% tot 33%.

2.3. Kosten van creditcardbetalingen

Creditcard
relatief duur
betaalmiddel

De afgelopen jaren zijn in Nederland diverse onderzoeken gedaan naar de kosten van betalen. Hoewel de studies van elkaar verschillen qua scope en onderzoeksjaar laten zij allemaal zien dat de creditcard vergeleken met de andere toonbankbetaalmiddelen relatief de hoogste kosten met zich meebrengt voor banken, winkeliers en de maatschappij als geheel (zie Tabel 1). Een extra gemiddelde creditcardbetaling kost de maatschappij volgens het MOB-rapport 'Betalen kost geld' uit 2004 EUR 1,09. Dat is ongeveer 6 keer zo veel als een contante of pinbetaling. De kosten van een creditcardbetaling voor de detaillist of horeca-ondernemer blijken volgens het EIM-kostenonderzoek uit 2007 nog hoger te zijn; EUR 2,78 en EUR 3,42 respectievelijk. Dat is meer dan 16 keer zo veel als een betaling met contant geld of de pinpas.

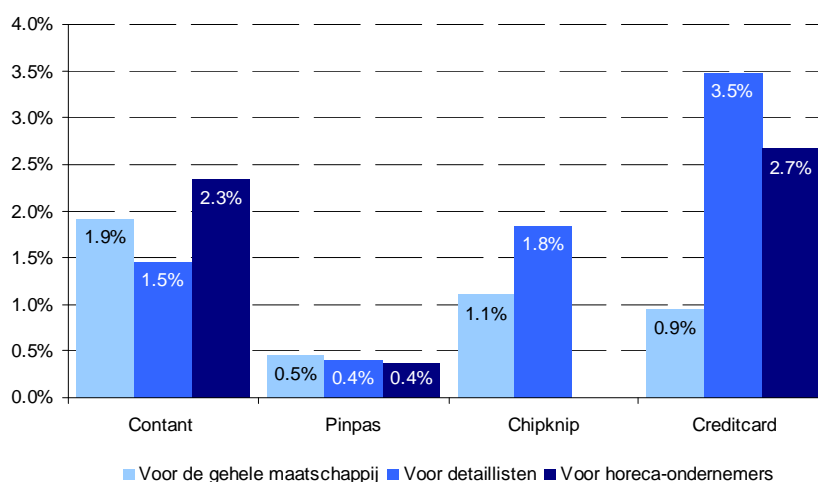
Naast de kosten per betaling is het goed om te kijken naar de kosten per omgezette euro; de relatieve kostendruk. De creditcard wordt namelijk vaak gebruikt voor relatief dure aankopen. De totale kosten per betaling wegen daarom wellicht relatief minder zwaar. De kosten van een contante of pinbetaling liggen weliswaar lager, maar vaak worden deze betaalmiddelen gebruikt voor kleinere aankopen. Grafiek 2 geeft per betaalmiddel de kosten weer van 1 extra betaling als percentage van het gemiddelde aankoopbedrag. Hieruit blijkt dat de creditcard, ondanks de hoge transactiebedragen, relatief de meeste kosten met zich meebrengt voor de acceptant. Zo bedragen de kosten van een creditcardbetaling voor een winkelier gemiddeld 3,5% van het aankoopbedrag. Elke contante betaling daarentegen kost de winkelier gemiddeld 1,5% van het aankoopbedrag. De kosten per pinbetaling bedragen slechts 0,4% van het gemiddelde aankoopbedrag.

Tabel 1. Kosten van 1 extra betaling van gemiddelde transactieomvang (In EUR)

	<i>Contant</i>	<i>Pinpas</i>	<i>Chipknip</i>	<i>Creditcard</i>
Voor de gehele maatschappij ¹	0,18	0,20	0,03	1,09
Voor detaillisten ²	0,14	0,16	0,12	2,78
Voor horeca-ondernemers ³	0,22	0,20	0,00	3,42

¹ Bron: Payments are no free lunch, Brits and Winder 2005. ² Bron: Het toonbankbetalingsverkeer in Nederland, EIM 2007 en berekeningen DNB. ³ Bron: Het toonbankbetalingsverkeer in Nederland, EIM 2007 en berekeningen DNB.

Grafiek 2. Kosten van 1 extra betaling als percentage van gemiddeld aankoopbedrag



3. INLEIDING PILOT ONDERZOEK

3.1. Achtergrond en aanleiding

*Kosten
creditcard op
diverse
manieren
doorberekend*

Het gebruik van de creditcard als betaalmiddel brengt relatief hoge kosten met zich mee. Deze kosten worden onder meer veroorzaakt door de extra functionaliteiten van de kaart, zoals de kredietfaciliteit, de verzekering van aankopen en door de kosten van voorfinanciering. Banken berekenen deze kosten vooral door aan de winkeliers die creditcards accepteren via een variabel transactietarief. Kaarthouders betalen hun bank alleen een jaarlijkse bijdrage voor de kaart. Verder hebben winkeliers sinds de opheffing van de zogeheten ‘no-discrimination-rule’ geen juridische belemmeringen meer om de klant een toeslag te vragen voor creditcardbetalingen. In de praktijk komt dit echter beperkt voor, en dan vooral in ‘card-not-present’ situaties. Dit leidt tot de veronderstelling dat de kosten die de ondernemer maakt voor een creditcardtransactie vooral indirect via de verkoopprijzen worden doorberekend aan alle consumenten, ook aan hen die de creditcard niet gebruiken.

*Verzoek MOB
voor groot
onderzoek
naar toeslagen*

In de voorjaarsvergadering van 2007 heeft het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (MOB) aan de Werkgroep Maatschappelijke Efficiency (WME) gevraagd om de haalbaarheid van directe toeslagen op creditcardbetalingen en de impact hiervan op het betaalgedrag van de consument te onderzoeken. Daarbij gaat het om het in rekening brengen van een toeslag door de winkelier aan de creditcardgebruiker, zowel aan de toonbank als in ‘card-not-present’ situaties. Het MOB wilde met een onderzoek onder zowel consumenten als ondernemers inzicht krijgen in de mogelijkheden om de consument bewust te maken van de kosten van hun betaalkeuze en om hen eventueel te sturen naar het gebruik van efficiëntere betaalmiddelen. Bovendien is een transactietoelage een manier om de kosten alleen neer te leggen bij de creditcardgebruikers volgens het zogenoemde ‘de vervuiler betaalt’ principe.

*Al veel
materiaal
beschikbaar...*

Het onderzoek onder consumenten is inmiddels uitgevoerd en de resultaten zijn in de najaarsvergadering van 2009 aan het MOB gepresenteerd². Voor het onderzoek onder ondernemers heeft het MOB-secretariaat in de voorjaarsvergadering van 2009 een voorstel gepresenteerd. Na goedkeuring van het MOB is een aanbestedingsprocedure gestart. De uitgebrachte offertes waren echter substantieel duurder dan het beschikbare budget, voornamelijk vanwege de hoge kosten voor het realiseren van een representatieve steekproef van creditcardacceptanten. Het MOB-secretariaat heeft daarom getoetst in hoeverre een representatief onderzoek, gezien de beschikbaarheid van al bestaand onderzoek en het belang van de creditcard in het Nederlandse betalingsverkeer, de investering in geld en tijd rechtvaardigt. De conclusie was dat alle onderzoeksvragen voldoende worden beantwoord in de bestaande studies, met uitzondering van de vraag wat de achterliggende redenen en barrières zijn van ondernemers om wel of geen creditcardbetalingen te accepteren en te tarifieren. In de MOB-kerngroep najaarsvergadering van 2009 werd de vraag van de redenen en barrières wel van belang geacht. Daarom is besloten om in overleg met Detailhandel Nederland (DN) een pilot te houden onder een beperkte groep winkeliers en om de resultaten, als ook een advies in hoeverre een representatief onderzoek zinvol is, in de MOB voorjaarsvergadering van 2010 te presenteren.

*...daarom pilot
onderzoek...*

3.2. Doel en afbakening

*... naar
redenen en
barrières voor
creditcard
acceptatie en
toeslagen*

Uit de cijfers blijkt dat de creditcardacceptatie in bepaalde sectoren stijgt terwijl de creditcard relatief meer kosten met zich meebrengt dan de andere betaalmiddelen. Verder blijkt dat weinig creditcardacceptanten een toeslag vragen aan hun klanten voor het gebruik van de creditcard. Het doel van dit pilot onderzoek is daarom om een globaal inzicht te krijgen in de achterliggende redenen en barrières die ondernemers ervaren bij het bepalen van hun acceptatie –en tarifieringsbeleid t.a.v. creditcards.

² Rapport ‘Creditcardgebruik in Nederland, een onderzoek naar de beleving en het gedrag van Nederlandse consumenten’, DNB, oktober 2009.

Het pilot onderzoek dient antwoord te geven op de volgende vraag:
Wat zijn de achterliggende redenen en barrières van ondernemers voor het al dan niet accepteren en tarifieren van creditcardbetalingen?

Afbakening:

Pilot geeft kwalitatief en globaal inzicht

- De impact van toeslagen op het betaaldrag van consumenten valt buiten de scope. Het 2009 DNB consumentenonderzoek biedt hiervoor voldoende inzicht.
- De pilot is gericht op het verkrijgen van een globaal en kwalitatief inzicht en geeft dus geen representatief beeld van de huidige situatie.
- Voor de pilot is van belang dat er voldoende creditcardacceptanten in de steekproef zitten. Het pilot onderzoek is daarom uitsluitend gericht op die sectoren waar de creditcard een rol speelt.
- Gekeken zal worden naar zowel toonbankwinkeliers als webwinkeliers.

3.3. Organisatie

Het pilot onderzoek is uitgevoerd door het MOB-secretariaat, in samenwerking met Detailhandel Nederland, Koninklijke Horeca Nederland, de Vereniging Nederlandse Petroleum Industrie (VNPI) en Thuiswinkel.org. Verder zijn MKB Nederland en de NVB gedurende het traject op de hoogte gehouden.

4. ONDERZOEKSMETHODE

4.1. Methode van dataverzameling

Verspreiding vragenlijst via branche verenigingen

In overleg met Detailhandel Nederland, VNPI, Koninklijke Horeca Nederland en Thuiswinkel.org is in de periode van 1 tot 5 maart een vragenlijst uitgestuurd naar 30 winkeliers uit 8 verschillende branches waar de creditcard een rol speelt. Om de non-response te beperken waren de winkeliers van te voren benaderd door hun branchevereniging. De vragenlijst bestond uit maximaal 20 vragen. Om te voorkomen dat de winkeliers gestuurd zouden worden in hun antwoorden, bevatte de vragenlijst veel open vragen. Zie bijlage II voor een voorbeeld van de vragenlijst.

4.2. Samenstelling van de steekproef

Steekproef: 27 winkeliers

In totaal hebben 27 ondernemers de vragenlijst volledig ingevuld: 8 webwinkeliers, 1 supermarkt, 2 bouwmarkten, 4 tankstations, 2 restaurants, 3 hotels, 4 modezaken en 3 winkeliers uit de huisinrichting- en electrobranche. Samen vertegenwoordigen zij meer dan 2.500 verkooppunten in Nederland. Van de 27 deelnemers accepteren 23 ondernemers de creditcard. 4 hiervan vragen een toeslag wanneer de klant wil betalen met de creditcard. Omdat bij de selectie bewust is gezocht in branches waar de creditcard een rol speelt, is de steekproef niet representatief voor de totale retailmarkt. De cijfers dienen dan ook met enige voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden. Zie Tabel 2 voor de belangrijkste kenmerken van de steekproef.

Tabel 2. Karakteristieken steekproef

	<i>Respon-</i> <i>denten</i>	<i>Verkoop</i> <i>punten</i>	<i>Gemiddelde</i> <i>omzet</i>	<i>Gemiddelde</i> <i>aankoop</i>	<i>Creditcard</i> <i>acceptatie</i>		<i>Toeslag voor</i> <i>gebruik</i> <i>creditcard</i>	
	Aantal	Aantal	EUR miljoen	EUR	Aantal	%	Aantal	%
Webwinkeliers	8	8	1,5 – 3	100 – 200	5	63%	2	40%
Toonbankwinkeliers	19	2503	1,5 – 3	50 – 100	18	95%	2	11%
Totaal	27	2511	1,5 – 3	50 – 100	23	85%	4	17%

5. RESULTATEN PILOT ONDERZOEK

5.1. Acceptatie van betaalmiddelen

*Acceptatie
betaalmiddelen
divers*

De 27 deelnemende winkeliers accepteren een mix aan betaalmiddelen (zie Tabel III-1 in Bijlage III). Daarbij zijn grote verschillen te zien tussen de verschillende branches. Alle 19 toonbankwinkeliers accepteren contant geld en de pinpas. 18 van hen accepteert tevens de creditcard. De acceptatie van de chipknip, een klantenkaart en een tankpas is beperkt tot bepaalde sectoren. Verder kan op diverse plaatsen betaald worden met een acceptgiro, een overschrijving, onder rembours of via een machtiging. De 8 webwinkeliers accepteren vooral creditcards, iDEAL, acceptgiro en overschrijvingen. Ook betalen onder rembours, via een machtiging of op rekening is bij een aantal webwinkels mogelijk.

*Visa en
Mastercard
meest
geaccepteerde
creditcards*

Vrijwel alle creditcardaccepterende winkeliers uit het onderzoek accepteren creditcards van Visa en Euro/Mastercard (zie Tabel III-2 in Bijlage III). Driekwart heeft daarnaast ook een contract afgesloten met American Express. Bij slechts een aantal winkeliers kan betaald worden met een Diners kaart of een JCB kaart. In sommige sectoren wordt daarnaast ook vaak een eigen klantenkaart geaccepteerd, zoals bij tankstations, bouwmarkten en bij sommige mode- of woninginrichtingzaken.

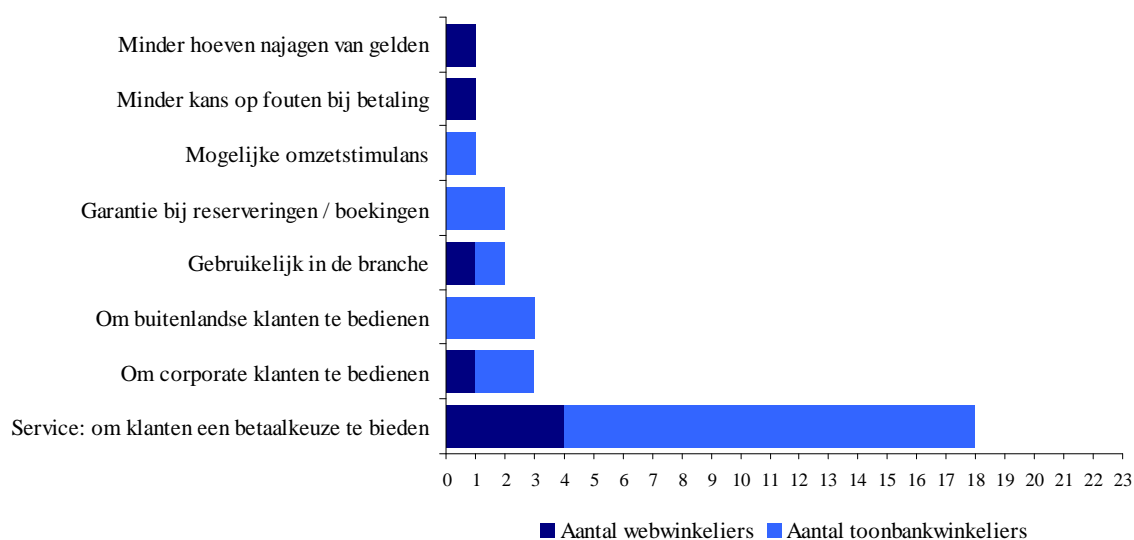
5.2. Redenen voor creditcardacceptatie

*Creditcard
acceptatie:
service,
garantie,
concurrentie,
omzet en
gemak*

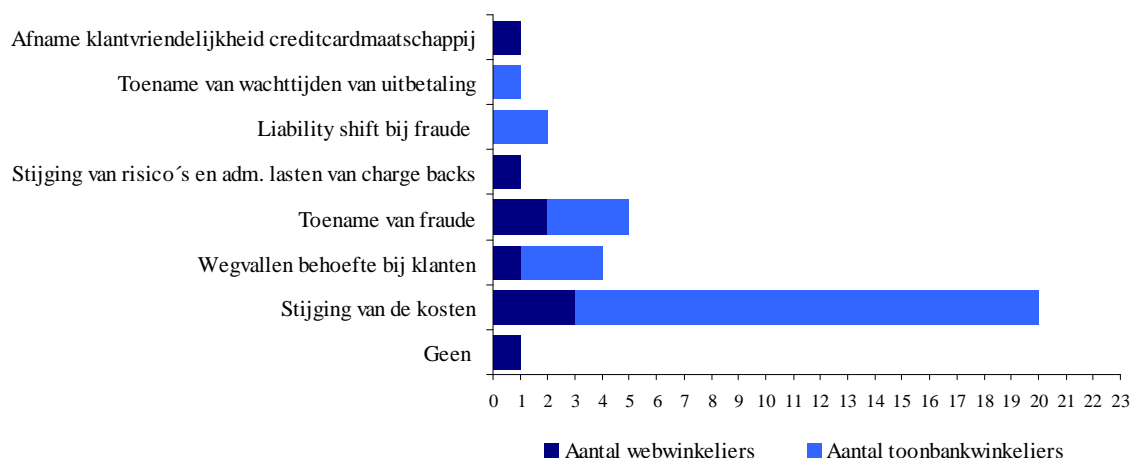
23 van de 27 deelnemende ondernemers accepteert een creditcard. Veruit de meest genoemde reden door zowel de webwinkeliers als de toonbankwinkeliers is dat zij uit serviceoogpunt en klantvriendelijkheid de klant graag de mogelijkheid willen bieden om met de creditcard te betalen (zie Grafiek 3). Ook het kunnen bedienen van buitenlandse en zakelijke klanten is voor een aantal winkeliers een reden om creditcards te accepteren. In de horeca speelt de creditcard daarnaast een belangrijke rol bij reserveringen en boekingen. Om reserveringen of boekingen te garanderen wordt vaak gevraagd om een creditcardgarantie voor het geval niet of te laat wordt geannuleerd. Voor sommigen spelen ook concurrentieoverwegingen een belangrijke rol; zij accepteren de creditcard puur omdat dat gebruikelijk is in de branche. Andere genoemde redenen zijn de mogelijke omzetstimulans, minder kans op fouten en het minder hoeven najagen van gelden. Kortom, de beweegredenen voor het wel accepteren van creditcards zijn grofweg samen te vatten in 5 woorden: service, garantie, concurrentie, omzet en gemak.

Alle creditcardacceptanten is gevraagd wat voor hen redenen zouden zijn om geen creditcards meer te accepteren. “De kosten” was veruit het meest genoemde antwoord door zowel webwinkeliers als toonbankwinkeliers (zie Grafiek 4). Veel acceptanten vinden de tarieven die zij nu per transactie

Grafiek 3. Waarom accepteert u een creditcard? (aantal creditcardacceptanten)



Grafiek 4. Overwegingen om geen creditcard meer te accepteren (aantal creditcardacceptanten)



Redenen om te stoppen: kosten, veiligheid en vraag

betalen te hoog en overwegen om te stoppen met het accepteren van creditcards wanneer de tarieven verder verhoogd zouden worden. Ten tweede spelen veiligheid en zekerheid een belangrijke rol. Een aanzienlijk deel van de deelnemers gaf aan niet langer creditcards te zullen accepteren wanneer de fraude met creditcards toeneemt, de liability shift gaat gelden of het aantal chargebacks toeneemt. Ten derde zullen verschillende winkeliers stoppen met het accepteren van creditcards wanneer klanten er niet meer om vragen. Dit bevestigt wederom dat veel winkeliers enkel creditcards accepteren als service naar hun klant.

5.3. Redenen voor geen creditcardacceptatie

“Kosten” belangrijkste barrière...

Slechts 4 van de 27 ondervraagde winkeliers accepteren geen creditcards. In de meeste gevallen vanwege de hoge transactiekosten (zie Grafiek III-1 in Bijlage III). Verder is de beperkte veiligheid en betrouwbaarheid genoemd als reden om geen creditcards te accepteren, alsook het ongemak van de betaalprocedure en de technische implementatie. Bovendien speelt ook hier de service een rol; een winkelier die zijn klanten de mogelijkheid biedt om in termijnen te betalen geeft aan geen creditcards te accepteren omdat het niet mogelijk is om creditcardbetalingen te spreiden. Kortom, kosten, ongemak, veiligheid en service zijn de belangrijkste beweegredenen om geen creditcards te accepteren.

...gevolgd door onveiligheid en ongemak

3 van de 4 winkeliers die nu geen creditcards accepteren geven aan te overwegen dit wel te gaan doen wanneer de creditcardtarieven zouden dalen (zie Grafiek III-2 in Bijlage III). Andere, maar minder vaak genoemde, overwegingen om over te gaan tot het accepteren van creditcards zijn het willen aanspreken van nieuwe doelgroepen, toenemende vraag onder consumenten, toename van de veiligheid van creditcardbetalingen, het willen terugdringen van het gebruik van contant geld en een verbetering van het gemak van de betaalprocedure. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het ook hier vooral draait om de kosten, gevolgd door mogelijke omzetstijging, gemak, service en veiligheid.

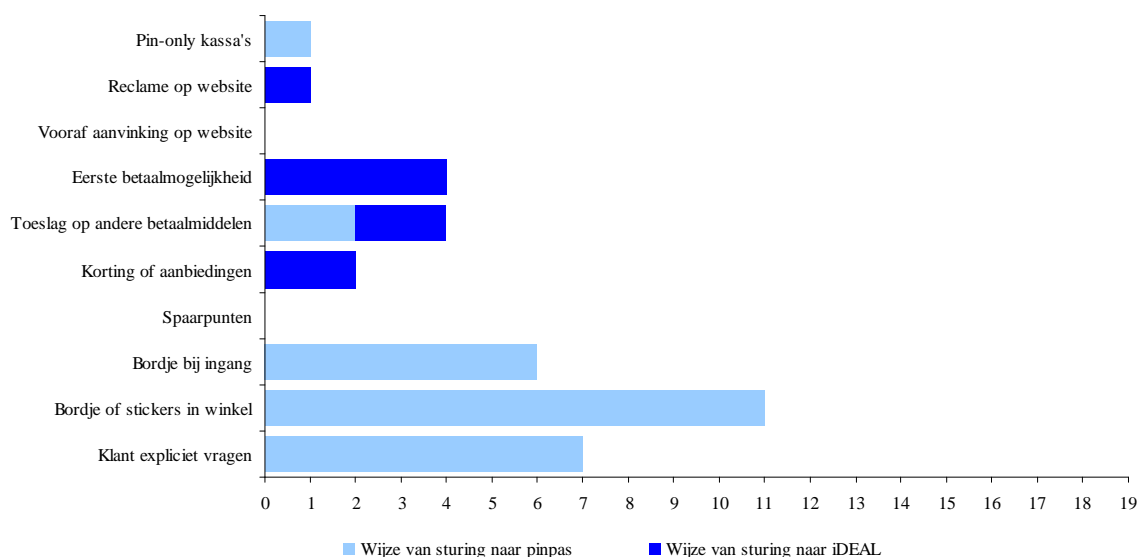
5.4. Voorkeur van betaalmiddelen

Voorkeur voor pinpas en iDEAL

Aan alle winkeliers is gevraagd met welk betaalmiddel zij hun klanten het liefst zien betalen. De uitkomsten geven voor wat betreft de toonbankwinkeliers een overduidelijke voorkeur weer voor de pinpas; 18 van de 19 ondernemingen accepteert het liefst pinpasbetalingen. Driekwart van de webwinkeliers accepteert bij voorkeur iDEAL betalingen. Een kwart heeft het liefst dat de klant een acceptgiro gebruikt (zie Tabel III-3 in Bijlage III).

Een meerderheid van de winkeliers promoot hun voorkeursbetaalmiddel actief. Meer dan de helft van de webwinkeliers probeert het gebruik van iDEAL te stimuleren, met name door iDEAL als eerste betaalmogelijkheid aan te bieden, maar ook door extra kosten in rekening te brengen voor

Grafiek 5. Wijze van promoten van voorkeursbetaalmiddel



Meerderheid promoot voorkeur

andere betaalmiddelen, door reclame op de website of door middel van kortingen of aanbiedingen (zie Grafiek 5). Ongeveer driekwart van de toonbankwinkeliers uit het onderzoek probeert de klanten te sturen richting de pinpas. Dat doen zij vooral door middel van bordjes of stickers in de winkel of door de klant het expliciet te vragen. Ook zijn er enkelen die bewust een toeslag vragen voor andere betaalmiddelen.

Gebruik creditcard toeslagen beperkt

5.5. Toeslagen voor creditcardbetalingen

Slechts 4 (17%) van de 23 creditcardacceptanten uit het onderzoek vraagt klanten een toeslag te betalen wanneer zij met een creditcard willen afrekenen (zie Tabel III-4 in Bijlage III). Hoewel de steekproef onvoldoende representatief is voor de Nederlandse retailmarkt, duiden de resultaten er wel op dat webwinkeliers eerder geneigd zijn een toeslag te vragen voor creditcards dan toonbankwinkeliers; twee van de vijf creditcardaccepterende webwinkeliers brengt een transactietarief in rekening versus 2 van de 18 toonbankwinkeliers.

Toeslag heeft diverse vormen

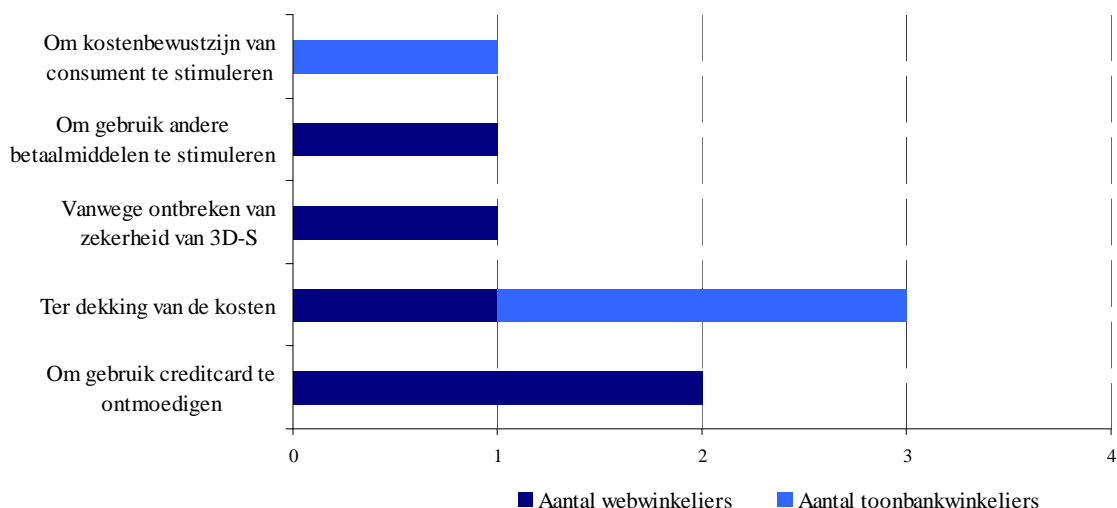
De wijze waarop de toeslag in rekening wordt gebracht verschilt van winkelier tot winkelier; sommigen vragen een vast bedrag per transactie van bijvoorbeeld EUR 1,50 of EUR 7,50 terwijl anderen een percentage van het aankoopbedrag in rekening brengen van bijvoorbeeld 0,8% of 1,5%. Allemaal geven ze aan de hoogte van de toeslag te hebben vastgesteld op basis van de tarieven die ze zelf gemiddeld per creditcardtransactie moeten betalen. Ook hanteren alle 4 winkeliers een ander beleid wat betreft voor welke creditcardbetalingen een toeslag gevraagd wordt. Daar waar de één een toeslag vraagt voor alle creditcardbetalingen, brengen anderen alleen een tarief in rekening voor lagere tariefklassen, bij specifieke creditcardmerken of alleen bij niet-vaste klanten.

Belangrijkste reden toeslag: kosten dekken en sturing

5.6. Redenen voor creditcardtoeslagen

Vrijwel alle genoemde redenen om een toeslag te vragen voor het gebruik van de creditcard vinden hun oorsprong in de kosten (zie Grafiek 6). Enerzijds vragen de winkeliers een toeslag om de creditcardkosten te kunnen dekken en anderzijds hopen ze de klant bewust te maken van de kosten van hun betaalkeuze en ze te stimuleren om op een andere manier te betalen. Alle winkeliers geven dan ook aan afschaffing van de toeslag in overweging te nemen zodra de kosten van creditcardbetalingen zouden dalen (zie Grafiek III-3 in Bijlage III). Ook speelt de veiligheid voor een enkele webwinkelier een rol; vanwege het ontbreken van de zekerheid van 3D-S wordt getracht het gebruik van de creditcard te ontmoedigen met een toeslag. Daling van het risico op charge backs zou in dat geval een reden zijn om te stoppen met het vragen van een toeslag voor het gebruik van de creditcard.

Grafiek 6. Waarom vraagt u een toeslag voor creditcardbetalingen? (aantal creditcardacceptanten dat een toeslag vraagt)



5.7. Redenen voor geen creditcardtoeslagen

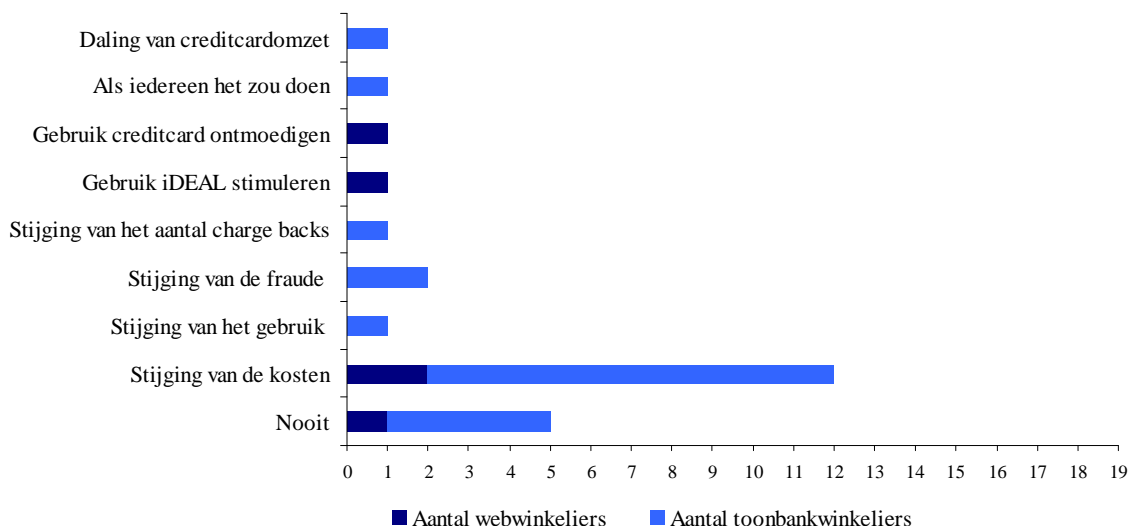
Reden voor geen toeslag: service, concurrentie en omzet...

19 (83%) van de 23 creditcardacceptanten brengen hun klanten geen tarief in rekening voor het gebruik van de creditcard. Veruit de meest genoemde reden is de klantvriendelijkheid en service aan de klant (zie Grafiek III-4 in Bijlage III). De meeste acceptanten vinden het klantvriendelijk om onderscheid aan te brengen tussen betaalmiddelen en om klanten te laten betalen voor een keuze die hen wordt geboden. Ongeveer een kwart van de winkeliërs geeft dan ook aan nooit een toeslag te zullen gaan vragen (zie Grafiek 7). Ook spelen voor sommige winkeliërs concurrentie en omzet een rol; men wil geen kooldrempels of concurrentienadelen opwerpen. Opvallend is ook dat een enkeling nog in de veronderstelling is dat het niet is toegestaan om de klant een toeslag te vragen voor het gebruik van de creditcard.

... mits kosten en fraude niet stijgen

Hoewel de kosten de meest genoemde reden is voor het vragen van een toeslag, vinden sommige winkeliërs het nog niet nodig, omdat het creditcardgebruik nog laag is, de kosten al zijn gedaald of omdat andere betaalwijzen ook hoge kosten met zich meebrengen. Wel geeft een overgrote meerderheid aan een toeslag te zullen overwegen wanneer de kosten van creditcards zouden stijgen. Op afstand volgt stijging van fraude en charge backs. Ook zal een aantal winkeliërs een toeslag gaan vragen wanneer het gebruik ervan zou toenemen en men het gebruik ervan zou willen ontmoedigen (zie Grafiek 7).

Grafiek 7. Overwegingen om wel een toeslag te vragen voor creditcardbetalingen (aantal creditcardacceptanten dat geen toeslag vraagt)



6. CONCLUSIES

Gebruik creditcard beperkt, maar acceptatie groeit

Het belang van de creditcard is in Nederland, zowel qua aantal als qua omzet betalingen, beperkt. In 2009 werd voor minder dan 1 op de 30 niet-contante toonbankbetalingen een creditcard gebruikt. Toch kan op ongeveer 100.000 plaatsen in Nederland worden betaald met een creditcard. Vooral in bepaalde sectoren, zoals tankstations, kledingzaken en restaurants. Ook webwinkeliers bieden hun klanten steeds vaker de mogelijkheid om met een creditcard te betalen.

Service en omzet...

Ondernemers in Nederland zijn vrij om te beslissen al dan niet creditcards te accepteren. De resultaten laten zien dat zij daarbij vooral een afweging maken tussen service, omzet en het garanderen van reserveringen enerzijds en de kosten, veiligheid en zekerheid anderzijds. Voor veel winkeliers is het, zowel uit klantvriendelijkheid als uit concurrentie- en omzetoogpunt, van groot belang dat klanten met een creditcard kunnen betalen. De veiligheid en kosten worden echter als belangrijkste nadelen gezien. De meeste acceptanten overwegen om te stoppen met creditcards wanneer de tarieven verder omhoog gaan en de veiligheidsrisico's toenemen. Ook zijn het vooral de kosten en de relatief hoge onzekerheid en onveiligheid die veel winkeliers er nu van weerhouden om creditcards te accepteren.

...versus...

...kosten, veiligheid en zekerheid

Sturing betaalgedrag vooral door niet-financiële prikkels

Vrijwel alle creditcardacceptanten hebben het liefst dat klanten hun pinpas of iDEAL gebruiken. Vooral vanwege de relatief hoge kosten en onveiligheid van creditcards. Vaak proberen zij hun klanten actief te sturen in hun betaalkeuze. Hoofdzakelijk door niet-financiële prikkels, zoals door middel van bordjes en promotiemateriaal. De belangrijkste redenen waarom nog altijd weinig gebruik gemaakt wordt van een financiële prikkel in de vorm van een transactietoeslag komen overeen met de redenen waarom men in de eerste plaats creditcards accepteert; klantvriendelijkheid, concurrentie en omzet. Men wil de klant niet beletten in de betaalkeuze en geen concurrentienadelen en kooldrempels opwerpen. Tenminste, zolang de kosten en veiligheidsrisico's niet verder stijgen. Slechts een kleine groep winkeliers brengt hun klanten wel een toeslag in rekening voor het gebruik van de creditcard, zowel om de creditcardkosten te kunnen dekken als om de klant bewust te maken van de kosten van hun betaalkeuze.

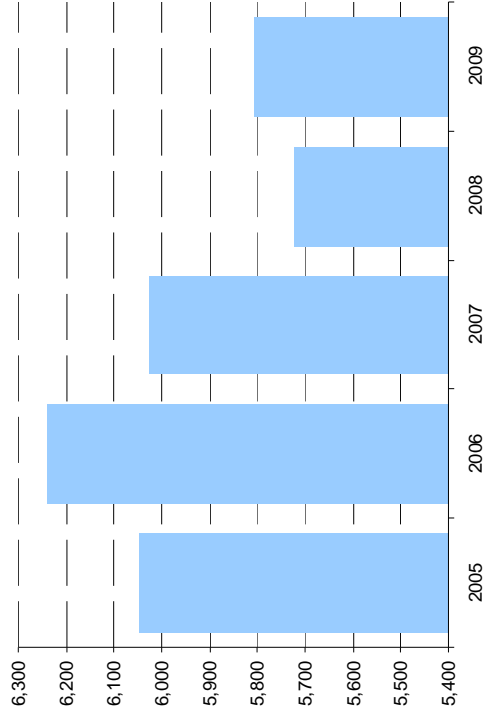
Creditcard beleid is vrije ondernemerskeuze

Dit pilot onderzoek geeft een goed beeld van de achterliggende redenen en barrières van winkeliers om al dan niet creditcards te accepteren en tarifieren. De verwachting is dan ook dat een nieuw representatief onderzoek niet tot andere inzichten zal leiden. De resultaten laten zien dat het al dan niet accepteren en tarifieren van creditcards een ondernemerskeuze is. Het accepteren van de creditcard biedt de ondernemer bepaalde voordelen, maar brengt ook kosten met zich mee. Het is aan de ondernemer om een afweging te maken tussen service, concurrentie, omzet, kosten en veiligheid en op basis daarvan zijn acceptatiebeleid te bepalen. Gedurende het onderzoek zijn vrijwel geen signalen ontvangen dat ondernemers zich hierbij beperkt voelen. Wel ervaren winkeliers de kosten en relatief hoge onzekerheid als belangrijkste nadelen van de creditcard en zal een verlaging van de creditcardtarieven en de veiligheidsrisico's leiden tot een stijging van de acceptatie van de kaart.

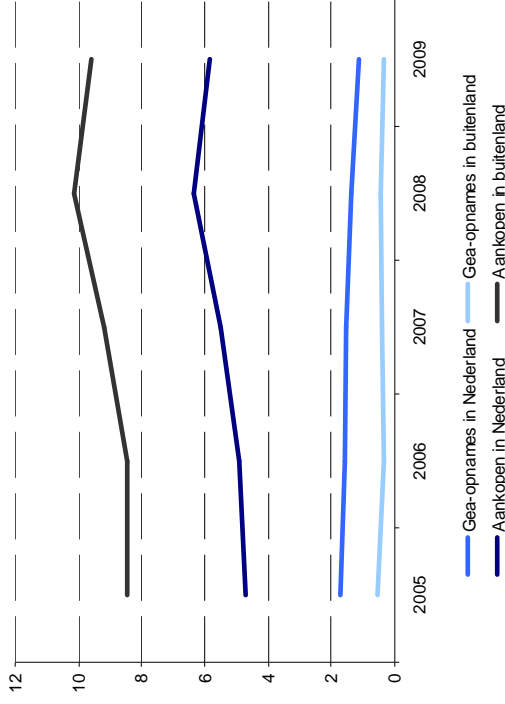
BIJLAGE I

DE NEDERLANDSE CREDITCARDMARKT IN BEELD GEBRACHT

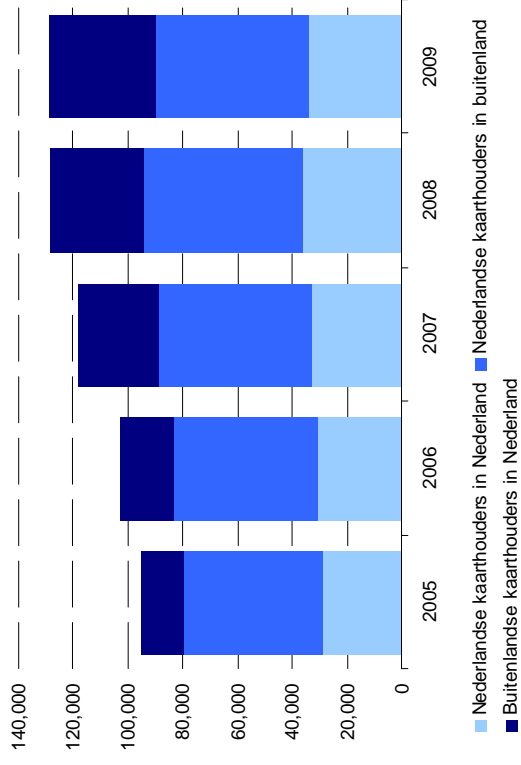
**Grafiek I-1. Aantal in Nederland uitgegeven creditcards
In duizenden, einde jaar (Bron: DNB)**



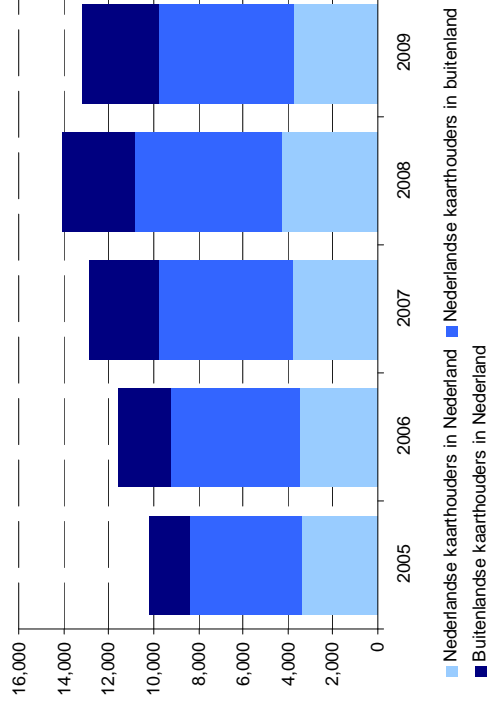
**Grafiek I-2. Gemiddeld aantal creditcardtransacties per
Nederlandse creditcard (Bron: DNB)**



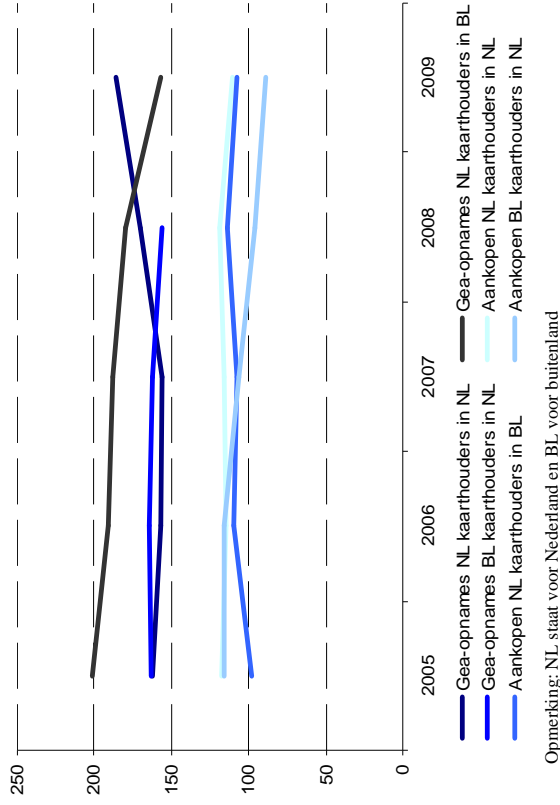
**Grafiek I-3. Aantal aankopen met creditcards
In duizenden (Bron: DNB)**



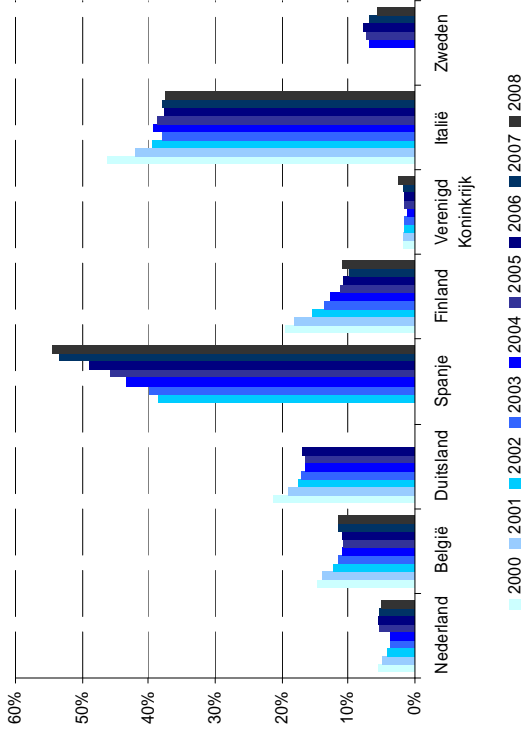
**Grafiek I-4. Omzet aankopen met creditcards
In EUR miljoen (Bron: DNB)**



**Grafiek I-5. Gemiddeld bedrag per creditcardtransactie
In EUR (Bron: DNB)**



**Grafiek I-6. Aandeel creditcardbetalingen in totaal kaartbetalingen
In procenten (Bron: ECB Datawarehouse)**

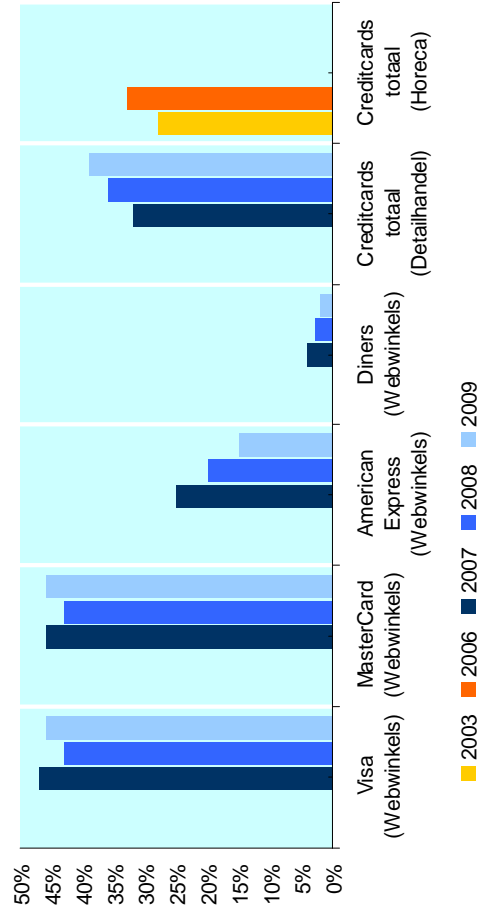


**Tabel I-1. Acceptatie betaalmiddelen in gevestigde detailhandel,
ambulante handel en benzinstations 2009**

Branche	% winkeliers
Totaal gevestigde detailhandel	39%
Food special	10%
Supermarkten (≥ 5 werkz. Pers.)	19%
Genotmiddelen	50%
Kleding, schoenen en lederwaren	67%
Persoonlijke verzorging	60%
Woon en verlichting	24%
Consumentenelektronica	42%
Media	35%
Overige non food	20%
Ambulante handel en rijdende winkels	5%
Benzinstations	96%

Bron: HBD Monitor Betalingsverkeer 2009 en Tankstations in cijfers 2009-2010

**Grafiek I-7. Ontwikkeling acceptatie creditcards in gevestigde
detailhandel, horeca en webwinkels**



BIJLAGE II
VOORBEELD VRAGENLIJST

Achtergrondgegevens

Naam contactpersoon	
Telefoonnummer	
E-mailadres	
Naam onderneming	

- 1. In welke branche is uw onderneming actief? (1 antwoord mogelijk)**
- Supermarkten
 - Mode
 - Bouwmarkten
 - Woningruiming en elektra
 - Benzinstations
 - Online aankopen
 - Restaurants
 - Weet niet / geen opgave
 - Hotels

- 2. Wat is uw gemiddelde bruto jaaromzet? (U kunt een schatting geven)**
- Minder dan € 50.000
 - € 50.000 – € 150.000
 - € 150.000 – € 300.000
 - € 300.000 – € 500.000
 - € 500.000 – € 750.000
 - € 750.000 – € 1.000.000
 - € 1.000.000 – € 1.500.000
 - € 1.500.000 – € 3.000.000
 - Meer dan € 3.000.000
 - Weet niet / geen opgave

- 3. Wat besteden uw klanten gemiddeld per aankoop? (1 antwoord mogelijk)**
- minder dan € 10
 - € 10 - € 25
 - € 25 - € 50
 - € 50 - € 100
 - € 100 - € 200
 - € 200 - € 500
 - Meer dan € 500
 - Weet niet / geen opgave

- 4. Welke betaalmiddelen accepteert u? (meerdere antwoorden mogelijk)**
- Contant geld
 - Tankpas
 - IDEAL
 - Mochtiging
 - Pmpas
 - PayPal
 - Chipknip
 - Acceptgiro
 - Anders, nl...
 - Creditcard
 - Overschrijving
 - Klantenkaart
 - Rembours

- 5. Met welk betaalmiddel wilt u het best dat uw klanten betalen? (1 antwoord mogelijk)**

- Contant geld
- Tankpas
- Mochtiging
- Pmpas
- IDEAL
- PayPal
- Chipknip
- Acceptgiro
- Anders, nl...
- Creditcard
- Overschrijving
- Klantenkaart
- Rembours

- 6. Promoot u dit betaalmiddel actief in uw onderneming? (1 antwoord mogelijk)**

- Ja
- Nee — indien u wel creditcards accepteert, ga door naar vraag 8. Zo niet, ga verder met vraag 11

- 7. Op welke manier stimuleert u het gebruik van dit betaalmiddel? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Klant expliciet vragen
- Eerste betaalmogelijkheid
- Bordje of sticker aan kassa
- Voortaanwinking op website
- Bordje bij ingang
- Reclame op website
- Spaarrekenen
- Anders, namelijk
- Met korting of aanbiedingen
- Weet niet / geen opgave
- Toeslag op betaalmiddelen

- Indien u géén creditcards accepteert, ga verder met vraag 11.**

- 8. Welke creditcard merken accepteert u? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Euro / Mastercard
- JCB
- Visa
- Onze klantenkaart
- American Express
- Anders, namelijk ...
- Diners
- Weet niet / geen opgave

- 9. Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om de creditcard te accepteren?**

10. Wat zouden voor u de belangrijkste overwegingen zijn om de creditcard niet meer te accepteren?

Indien u wel creditcards accepteert, ga verder met vraag 13.

11. Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om de creditcard niet te accepteren?

12. Wat zouden voor u de belangrijkste overwegingen zijn om de creditcard wel te gaan accepteren?

4

Indien u geen creditcards accepteert, ga nu verder naar het einde van de vragenlijst waar u eventueel nog opmerkingen kwijt kunt over dit onderzoek of onderwerp.

13. Vraagt u uw klanten een toelage te betalen wanneer zij met de creditcard afrekenen? (1 antwoord mogelijk)

- Ja
- Nee — ga door naar vraag 19
- Weet niet — ga door naar het einde van de vragenlijst

14. Wanneer vraagt u een toelage voor creditcardbetalingen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Altijd
- Bij niet-vaste klanten
- Bij buitenlandse klanten
- Tijdens de uitverkoop
- Onder een bedrag van ... Euro
- Boven een bedrag van ... Euro
- Anders, namelijk ...

15. Hoe brengt u deze toelage in rekening? (1 antwoord mogelijk)

- Als een vast bedrag, te weten ... Euro per betaling
- Als % van de aankoopprijs, te weten ... % op het aankoopbedrag
- Anders, namelijk ...

16. Hoe heeft u deze toelage bepaald?

17. Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om een toelage te vragen voor een creditcardbetaling?

5

18. Wat zouden voor u de belangrijkste overwegingen zijn om geen toelage meer te vragen voor een creditcardbetaling?

Indien u wel een toelage vraagt voor creditcardbetalingen, ga nu verder naar het einde van de vragenlijst waar u eventueel nog opmerkingen kwijt kunt over dit onderzoek of onderwerp.

19. Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om geen toelage te vragen voor een creditcardbetaling?

20. Wat zouden voor u de belangrijkste overwegingen zijn om wel een toelage te gaan vragen voor een creditcardbetaling?

Eventuele opmerkingen

Einde vragenformulier

Wij danken u hartelijk voor uw medewerking!

BIJLAGE III

**RESULTATEN PILOT ONDERZOEK:
ADDITIONELE GRAFIEKEN EN TABELLEN**

Tabel III-1. Acceptatie van betaalmiddelen (% deelnemende winkeliers)

<i>Branche (aantal deelnemende winkeliers)</i>	<i>Cash</i>	<i>Pin</i>	<i>Chipknip</i>	<i>Creditcard</i>	<i>Klanten-kaart</i>	<i>Tankpas</i>	<i>iDEAL</i>	<i>Acceptgiro</i>	<i>Over-schrijving</i>	<i>Rembours</i>	<i>Machtiging</i>	<i>Anders</i>
Webwinkeliers (8)	0%	0%	0%	63%	0%	0%	75%	88%	88%	38%	50%	13% ¹
Toonbankwinkeliers (19)	100%	100%	32%	95%	42%	21%	0%	16%	16%	5%	11%	5%
<i>Supermarkten (1)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>
<i>Bouwmarkten (2)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>100%</i>	<i>50%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>
<i>Tankstations (4)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>25%</i>	<i>0%</i>
<i>Restaurants (2)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>50%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>50%</i> ²
<i>Hotels (3)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>67%</i>	<i>67%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>
<i>Mode (4)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>100%</i>	<i>25%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>25%</i>	<i>0%</i>
<i>Huisinrichting/elektra (3)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>67%</i>	<i>100%</i>	<i>67%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>33%</i>	<i>0%</i>	<i>33%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>
Totaal winkeliers (27)	70%	70%	22%	85%	30%	15%	22%	37%	37%	15%	22%	7%

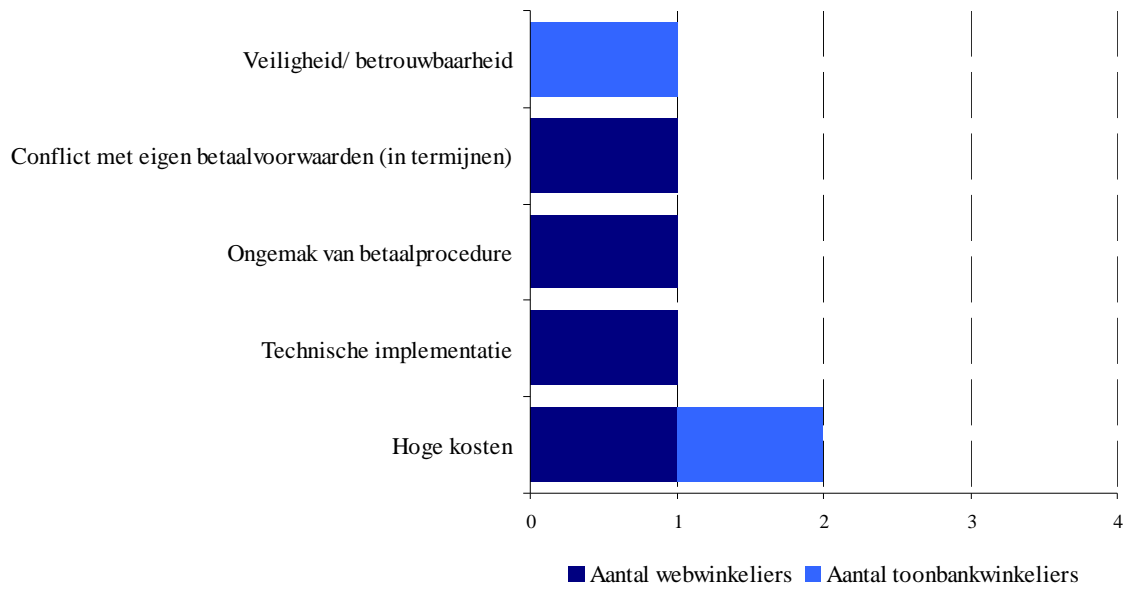
¹ Op rekening

² Vooruitbetaling

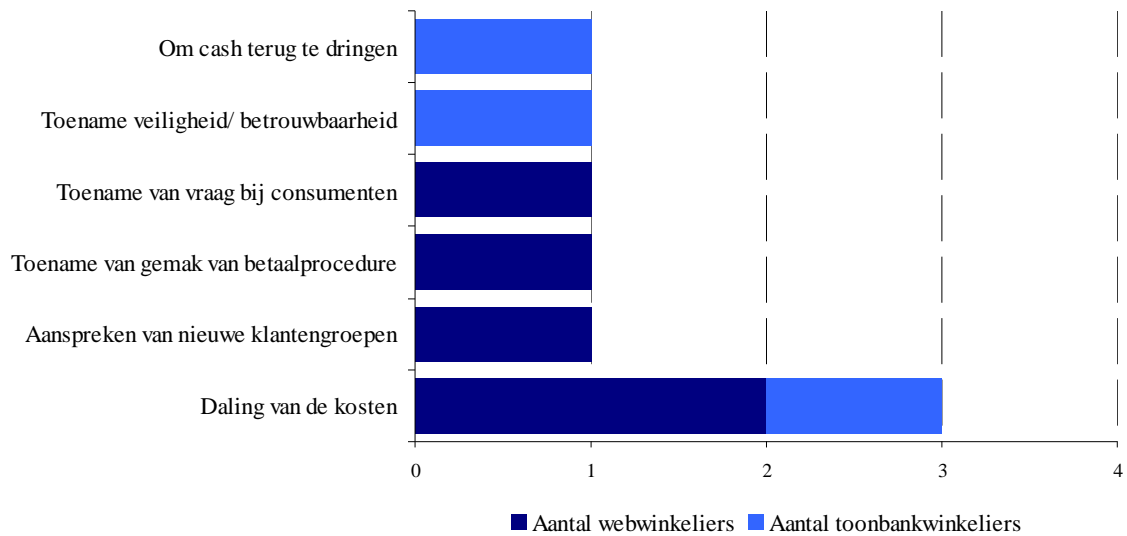
Tabel III-2. Acceptatie van creditcards (% deelnemende creditcardacceptanten)

<i>Branche (aantal creditcard acceptanten)</i>	<i>Euro/Mastercard</i>	<i>Visa</i>	<i>Amex</i>	<i>Diners</i>	<i>JCB</i>	<i>Klanten-kaart</i>
Webwinkeliers (5)	100%	100%	60%	20%	20%	0%
Toonbankwinkeliers (18)	94%	100%	78%	39%	11%	44%
<i>Supermarkten</i>	<i>.</i>	<i>.</i>	<i>.</i>	<i>.</i>	<i>.</i>	<i>.</i>
<i>Bouwmarkten (2)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>50%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>50%</i>
<i>Tankstations (4)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>75%</i>	<i>0%</i>	<i>100%</i>
<i>Restaurants (2)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>
<i>Hotels (3)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>67%</i>	<i>67%</i>	<i>33%</i>	<i>0%</i>
<i>Mode (4)</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>75%</i>	<i>25%</i>	<i>25%</i>	<i>25%</i>
<i>Woninginrichting/ elektra (3)</i>	<i>67%</i>	<i>100%</i>	<i>67%</i>	<i>33%</i>	<i>0%</i>	<i>67%</i>
Totaal winkeliers (23)	96%	100%	74%	35%	13%	35%

Grafiek III-1. Waarom accepteert u geen creditcard? (aantal winkeliers dat geen creditcard accepteert)



Grafiek III-2. Overwegingen om creditcards te gaan accepteren (aantal winkeliers dat geen creditcard accepteert)



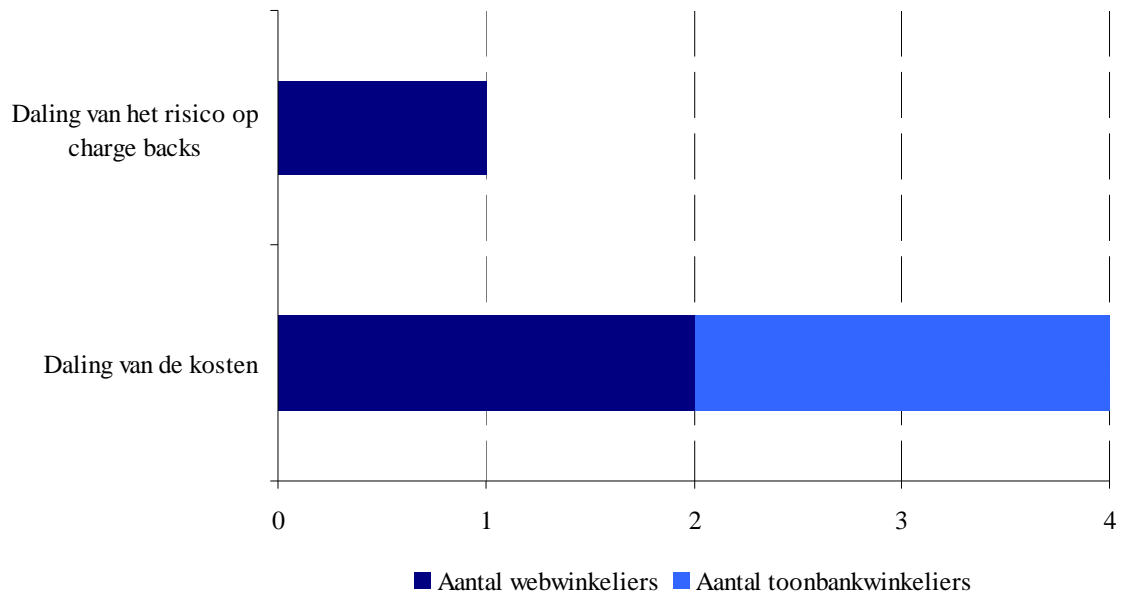
Tabel III-3. Voorkeur van betaalmiddelen (% deelnemende winkeliers)

<i>Branche (aantal deelnemende winkeliers)</i>	<i>Cash</i>	<i>Pinpas</i>	<i>iDEAL</i>	<i>Acceptgiro</i>	<i>Promoot u uw voorkeurs-betaalmiddel?</i>	
					Aantal	%
Webwinkeliers (8)			75%	25%	5	63%
Toonbankwinkeliers (19)	5%	95%			14	74%
<i>Supermarkten (1)</i>		100%			1	100%
<i>Bouwmarkten (2)</i>		100%			2	100%
<i>Tankstations (4)</i>		100%			4	100%
<i>Restaurants (2)</i>	50%	50%			1	50%
<i>Hotels (3)</i>		100%			3	100%
<i>Mode (4)</i>		100%			2	50%
<i>Woninginrichting/ elektra (3)</i>		100%			1	33%
Totaal winkeliers (27)	4%	67%	22%	7%	19	70%

Tabel III-4. Gebruik van toeslagen voor creditcardbetalingen (% van creditcardacceptanten)

<i>Branche (aantal creditcard acceptanten)</i>	<i>Brengt u een toeslag in rekening voor creditcardbetalingen?</i>		<i>Wijze van toeslag</i>	
			<i>Vast bedrag per transactie</i>	<i>% van het aankoopbedrag</i>
	Aantal "ja"	% "ja"	Aantal	Aantal
Webwinkeliers (5)	2	40%	1	1
Toonbankwinkeliers (18)	2	11%	1	1
<i>Supermarkten (0)</i>
<i>Bouwmarkten (2)</i>	0	0%	.	.
<i>Tankstations (4)</i>	1	25%	1	0
<i>Restaurants (2)</i>	0	0%	.	.
<i>Hotels (3)</i>	1	33%	0	1
<i>Mode (4)</i>	0	0%	.	.
<i>Woninginrichting/ elektra (3)</i>	0	0%	.	.
Totaal winkeliers (23)	4	17%	2	2

**Grafiek III-3. Overwegingen om geen toeslag meer te vragen voor creditcardbetalingen
(aantal creditcardacceptanten dat een toeslag vraagt)**



**Grafiek III-4. Waarom vraagt u geen toeslag voor creditcardbetalingen?
(aantal creditcardacceptanten dat geen toeslag vraagt)**

