

Altijd en overal online betalen?

Ontwikkelingen op het vlak van mobiel en internetbetalen

E-commerce en m-commerce zijn nog niet van grote betekenis, maar groeien snel. Er is dan ook reden om online betaalmogelijkheden te realiseren, omdat daarmee het gemak voor de consument, de zekerheid voor de winkelier en de efficiency in het algemeen zijn gediend. Er liggen in het girale betalingsverkeer mogelijkheden voor elektronische online versies van traditionele, bancaire betaalproducten. Daarnaast zullen vermoedelijk voor microbetalingen nicheoplossingen in de markt succesvol blijken, zoals zogeheten 'wallet'-systemen en systemen van telefoonmaatschappijen.

Inleiding

De hype rond internet is voorbij, maar de groei van de handel via het internet (e-commerce) zet sterk door. E-commerce en ook de stormachtige ontwikkeling van transacties via de mobiele telefoon (m-commerce), vragen om methodes om ook de betaling van deze handel te verzorgen door middel van hetzelfde kanaal, dat wil zeggen 'online'. Dat dient het gemak, het vergroot de snelheid van transacties en het kan belangrijke kostenbesparingen opleveren.

De vraag is of de ontwikkeling van innovatieve betaalmiddelen in Nederland voldoende is om transacties die via het internet en het mobiele kanaal verlopen adequaat te kunnen faciliteren. In dit artikel wordt eerst een beeld geschetst van de ontwikkeling van e-commerce in Nederland. Vervolgens worden de aanbieders van betaaldiensten voor transacties die hun oorsprong vinden op het internet of de mobiele telefoon in kaart gebracht. Daarna wordt gekeken naar het feitelijk gebruik en de behoefte bij vragers op deze markt. Over het algemeen kan gesteld worden dat e-commerce niet wordt belemmerd door gebrek aan innovatie. Geleidelijk aan begint duidelijk te worden hoe vraag en aanbod elkaar gaan vinden.

Ontwikkeling e-commerce

Onder e-commerce worden in dit artikel alle transacties verstaan waarbij bestelling van goederen of diensten plaatsvindt door middel van het internet. Daarbij hoeft dus geen sprake te zijn van levering van de goederen of diensten langs elektronische weg, zoals downloads. De omvang van e-commerce in Nederland is relatief

gering, maar kent een snelle groei. (Voor een algemeen beeld van de ontwikkeling van e-commerce zie Buitelaar en Van Loo 2002 en Kappelhof 2003.) Nederlandse internetgebruikers kochten in 2002 voor EUR 980 miljoen aan goederen via het internet (tabel 1).¹ De omzet verdubbelde daarmee ten opzichte van een jaar eerder. Zowel het aantal kopers, als het gemiddeld bestede bedrag per persoon namen toe. Uitgedrukt als percentage van de totale consumptieve bestedingen van huishoudens is het nog steeds een zeer gering bedrag (0,3%); dit is 0,8% van de omzet van de detailhandel.

Onder m-commerce verstaan we in dit artikel alle transacties waarbij bestelling van goederen of diensten plaatsvindt door middel van de mobiele telefoon, waarbij eveneens niet alle goederen en diensten langs hetzelfde kanaal worden gedistribueerd. Omtrent m-commerce zijn weinig gegevens beschikbaar. De omvang van deze markt kan dan ook niet worden geschat, maar groot is deze zeker niet. Wel zit er vermoedelijk een sterke groei in m-commerce, voornamelijk vanwege de succesvolle distributie van informatiediensten via telefonie, mobiel internet (WAP), I-mode en sms-berichten. Spectaculair zijn met name de hoeveelheden transacties die incidenteel gerealiseerd worden in de sfeer van entertainment (in relatie met tv-programma's), maar ook diensten als het weerbericht of verkeersinformatie. Bij m-commerce moet verder worden gedacht aan diensten die gekoppeld zijn aan mobiliteit, zoals parkeren en openbaar vervoer. Ontwikkelingen op deze gebieden blijven vooralsnog echter beperkt tot lokale initiatieven.

De markt voor e-commerce en m-commerce is dus nog bescheiden, maar de groei is krachtig. De cijfers omtrent het pc-bezit, internetgebruik en elektronisch winkelen laten zien dat Nederland zeer goede condities

Tabel 1 Algemeen beeld e-commerce

	1999	2000	2001	2002
Omzet (EUR miljoen) ¹	147	321	554	980
Idem, procentueel aandeel in consumentenbestedingen ¹	0,1	0,1	0,2	0,3
Idem, procentueel aandeel in detailhandelomzet ¹	0,2	0,5	0,8	1,3
Aantal kopers (miljoenen) ¹			1,4	2,0
Pc bezit ²	66	70	74	
Internet toegang ²	26	45	56	61
Electronisch winkelen ²	3	7	11	20

¹ www.thuiswinkel.org/onderdeel/welkomspagina/home_shopping_netherlands/engels/dutch_online_consumer_expenditure.asp.

² CBS, Digitale economie 2003 (procentueel aandeel van de totale bevolking).

kent voor verdere ontwikkeling van e-commerce, ook in vergelijking met het buitenland. De verspreiding van mobiele telefoons is hoog in Nederland (alleen Zweden en Finland kennen een hogere penetratiegraad). Het aandeel van de bevolking dat minstens eens per maand het internet gebruikt is alleen hoger in Denemarken en de Verenigde Staten (vs). Een vijfde van de bevolking boven de 16 jaar doet aan elektronisch winkelen, waar het internationale gemiddelde 15% is (CBS 2003).

Organisaties van consumenten en (web)winkeliers hebben de laatste jaren regelmatig gesteld dat de ontwikkeling van e-commerce werd belemmerd door de afwezigheid van een goede betaaloplossing. Uit diverse onderzoeken blijkt evenwel dat wereldwijd de redenen om niet elektronisch te kopen en verkopen voor een belangrijk deel in de sfeer van vertrouwen en veiligheid liggen. Bij verkoop op afstand spelen vrijwel altijd problemen met betrekking tot onzekerheid over de identiteit van de tegenpartij (voor zowel koper als verkoper) en onzekerheid omtrent betaling en levering een belangrijke rol. De motor van e-commerce moet gezocht worden in het gemak en in een gunstige prijs voor producten en diensten bij het kopen via internet. Betalingsverkeer kan slechts faciliterend werken. Niettemin dient de innovatie op het vlak van betalingsverkeer voldoende te zijn om de e-commerce te faciliteren.

Wie bieden betaaldiensten aan?

Bij het analyseren van de aanbodkant van de betaalmarkt dienen twee activiteiten te worden onderscheiden: administratieve verwerking van betaalinformatie enerzijds en het debiteren en crediteren van betaalrekeningen anderzijds. Dit laatste is voorbehouden aan banken. Om echter te komen tot overdracht van geldswaarde door de bank is een aantal administratieve activiteiten nodig. Het aanmaken, aanleveren en verwerken van betaalopdrachten kan ook door andere partijen dan banken worden verricht, omdat bijvoorbeeld de winkelier of bank dat uitbesteedt. Hieronder wordt een onderscheid aangebracht tussen de bancaire en de niet-bancaire innovaties, gebaseerd op het onderscheid tussen banken die wél en andere betaaldienstverleners die geen geld van particulieren op betaalrekeningen beheren.

Traditionele betaaldiensten

Uit onderzoek komt naar voren dat traditionele betaalproducten het meest voor e-commerce, net als voor traditionele transacties, worden gebruikt. De creditcard, de

overschrijving en de incassomachtiging domineren momenteel het betalingsverkeer op internet. Afgezien van de creditcard, worden deze momenteel off-line gebruikt. Dat wil zeggen dat de aanlevering van de betaalopdrachten niet via internet gebeurt. De creditcard werd tot voor kort in Nederland het meest gebruikt, maar verliest de laatste jaren terrein aan de acceptgiro en de machtiging (tabel 2). Het aandeel van de niet-bancaire betaalmogelijkheden is vooralsnog erg klein. In tabel 3 wordt een overzicht gegeven van de bancaire internet betaalmogelijkheden in een aantal landen.

De creditcard is geen typisch bancair product, omdat deze niet direct is gekoppeld aan een bank(rekening). Dit biedt anderzijds echter het voordeel, dat de creditcard niet aan een nationale infrastructuur is gebonden: er is een wereldwijde standaard nummer-systematiek. Dit vergemakkelijkt de informatieverwerking van betalingen met een creditcard. De creditcard domineert dan ook de betalingen bij buitenlandse internetaankopen.

De innovaties bij het product creditcard zijn gericht op het terugdringen van de relatief hoge fraudegevoeligheid door het ontwikkelen van nieuwe beveiligingsmaatregelen. De fraude brengt vooral kosten mee vanwege het ontkennen van transacties door consumenten. Bij verkoop op afstand, zoals via internet, kan een klant immers geen handtekening zetten, waardoor de winkelier geen bewijs heeft dat de transactie is afgesloten. Dit leidt tot de mogelijkheid van het ontkennen van de transactie en het terugvragen van het geld (chargeback). Het niveau van de chargebacks is in de loop van de jaren hoog geworden. Anderzijds is er de perceptie van consumenten dat het versturen van een creditcard-

Tabel 2 Gebruik van betaalmethoden in Nederland bij e-commerce

Procentueel aandeel in het aantal transacties

	2000	2001	2002
Credit card	33	27	22
Rekening/acceptgiro ¹	25	28	31
Aflevering (cash)	19	17	8
Machtiging	11	9	12
Telebankieren en overige ²	12	19	27

Bron: CBS, De digitale economie, 2002 en Blauw Research, in opdracht van Thuiswinkel.org.

¹ Op rekening en factuur zijn samengevoegd. Categorie ontbreekt in Blauw 2003. In plaats daarvan genomen: acceptgiro.

² Voor 2002 inbegrepen RABO Direct Betalen (3%), digitaal geld (1%) en telefonische overboeking (1%).

nummer over internet onveilig is, waardoor het aantal transacties hoogstwaarschijnlijk een neerwaartse druk ondervond. Productinnovaties hebben zich voornamelijk gericht op het bestrijden van deze negatieve gebruikerservaring voor zowel de consument als de winkelier. In dit licht moeten de recente creditcardinnovaties (Verified by VISA en SecureCode van MasterCard) worden gezien. Deze innovaties baseren zich op het vaststellen van de identiteit van de consument op basis van techniek of wel het neerleggen van de aansprakelijkheid bij de winkelier als deze geen gebruik maakt van deze techniek.

De overschrijving en de incassomachtiging zijn bij uitstek geschikt voor het betalen op afstand en worden veel gebruikt voor het doen van betalingen in verband met e-commerce. Ze zijn daar echter niet specifiek geschikt voor, omdat ze offline, dat wil zeggen zonder directe koppeling met de onderliggende e-commerce transactie bij de bank worden aangeleverd.

Elektronisch overschrijven is mogelijk via de internetbankierproducten van individuele banken. In dit verband kunnen ook m-bankieren en bankieren via i-mode zoals dat door sommige banken wordt mogelijk gemaakt, genoemd worden. Hoewel het idee voor de hand ligt, bestaat er in Nederland slechts één rechtstreekse koppeling tussen websites waarop gekocht kan worden en een internetbankiersite van een Nederlandse bank: het product Direct Betalen van Rabobank. Hierbij kan de klant direct van de webwinkel naar de bank ter autorisatie van een betaling ten laste van zijn 'gewone' betaalrekening. Hierbij is sprake van beveiliging door middel van zware methodes ter identificatie van de klant en autorisatie van de betaling. Dat is van belang, omdat het onwenselijk is dat onbevoegden toegang hebben tot de betaalrekeningadministratie van de bank.

Er is (nog) geen betaalproduct 'internetmachtiging'. De Bank heeft bij haar risicoanalyse van de machtiging de aanbeveling gedaan om een dergelijk product spoedig te ontwikkelen (DNB 2003). Het principe waarop dit product gebaseerd is, is dat de consument aan de webwinkelier door middel van een enkele 'muisklik' kan aangeven geen bezwaar te hebben tegen een machtiging ten laste van zijn bankrekening. De winkelier dient een incassocontract met zijn bank te hebben en kan dan zelf de betaalopdracht geven om de rekening van de klant te debiteren ten gunste van zijn rekening. Dit werkt goed en efficiënt als er voldoende vertrouwen tussen de debiteur en crediteur bestaat. Gebrek aan vertrouwen is echter vaak het probleem bij transacties die geïnitieerd worden via internet, omdat partijen elkaar niet kennen.

Bij gebrek aan vertrouwen is dan ook bewijs nodig (een schriftelijke handtekening) ter afdekking van problemen bij betwisting door een consument van de rechtmatigheid van een uitgevoerde machtiging.

De meest voor de hand liggende mogelijkheid ter verkrijging van die handtekening is op dit moment dat de debiteur een schriftelijke handtekening instuurt per 'gewone' post. Sinds op 21 mei 2003 de Wet Elektronische Handtekening van kracht is geworden kan een elektronische handtekening worden gemaakt die juridisch gezien gelijk staat aan de schriftelijke handtekening. De eisen die gesteld worden om een elektronische handtekening gelijk te stellen met een schriftelijke zijn echter zodanig zwaar dat deze oplossing voor het faciliteren van laagwaardige betalingen kostbaar is.

Voor de volledigheid zij nog opgemerkt dat voor gebruik van debitcard (pinpas) en chipknip de consument een kaartlezer (betaalterminal) thuis nodig zou hebben en toegang zou moeten hebben tot het beveiligde bancaire netwerk Beanet (het bancaire netwerk voor autorisatie van pintransacties) via het internet. Die mogelijkheden bestaan niet. Er is ook (nog) geen bancaire elektronische acceptgiro.

Nieuwe, niet-bancaire betaaloplossingen

In het algemeen kunnen nieuwe, niet-bancaire aanbieders van betaaldiensten in drie categorieën worden verdeeld: wallet-aanbieders (of elektronisch geld instellingen), telefoonmaatschappijen (telco's) en internet-betaalkantoren. In tabel 4 wordt een overzicht gegeven van de Nederlandse aanbieders in genoemde categorieën alsmede van buitenlandse betaaldienstverleners,

Tabel 3 Overzicht van bancaire mobiele en internetbetaalmogelijkheden in Nederland en het buitenland

Land	Systeem
België	Banksys Mobiel
België	Banxafe (Banksys)
Japan	InterDebit
Japan	NetDebit
Nederland	i-mode bankieren
Nederland	Mobiel bankieren
Nederland, Duitsland,	
Japan, Zweden	Internetbankieren
Wereldwijd	MasterCard SecureCode
Wereldwijd	VISA Verified by VISA

Bron: BIS, Survey of innovations in internet and mobile payments, 2003.

gebaseerd op een onderzoek van de BIS in 2003. Bij voorbaat moet worden opgemerkt dat de omvang van deze dienstverlening (nog) zeer bescheiden is.

Een wallet-systeem is een administratief systeem waarin de klant een tegoed heeft dat bedoeld is om online te kunnen betalen. Dit tegoed wordt gecreëerd in ruil voor giraal geld dat een consument overmaakt naar de bankrekening van de wallet-aanbieder. Dit tegoed wordt ook wel 'elektronisch geld' genoemd. Op een website van een winkel waar met de 'wallet' betaald kan worden, kiest de consument voor betaling op die wijze. Vervolgens wordt hij doorgeschakeld naar de website van de wallet-aanbieder waar hij zich moet identificeren. Dat kan door middel van password en rekeningnummer, naam of e-mailadres. Na controle van password en saldo wordt een betaling geautoriseerd en geadmistreerd ten laste van het elektronisch-geld-tegoed van de consument en krijgt de webwinkelier een bericht dat de betaling succesvol is verricht.

De feitelijke waardeoverdracht aan de winkelier vindt meestal op periodieke basis plaats, door middel van een traditionele girale betaling ten laste van de bankrekening waarop de consument geld overgemaakt heeft. In Nederland zijn er diverse voorbeelden van deze manieren van werken (Moxmo, Secoin, WayzPay, www.bon). In het buitenland zijn er ook voorbeelden van: czit in de vs, EggPay en Splashplastic in het Verenigd Koninkrijk (VK), en PaySafeCard en Micro-Money in Duitsland.

Een telefoonmaatschappij kan door gebruik te maken van haar administratie voor het registreren en in rekening brengen van de kosten van verleende communicatiediensten ook andere diensten in rekening brengen aan de klant. Het gaat daarbij voornamelijk om de betaling van kleine bedragen voor diensten die afgenomen worden via mobiele telefonie of gerelateerde kanalen. Gedacht kan worden aan het bellen van een 0900-betalnummer. Bij sms-diensten wordt gewerkt met het principe dat de ontvanger betaalt voor berichten van de dienstverlener (reversed charge billing). Ook kunnen telefoonmaatschappijen een rol spelen in het faciliteren van betaling van kleine bedragen op internet (als de verbinding via de telefoonlijn gelegd wordt). De klant dient in te bellen naar een specifiek betaaltelefoonnummer en krijgt de extra kosten toegevoegd aan zijn periodieke rekening. In Nederland biedt Switchpoint deze mogelijkheid. Deze activiteiten van telefoonmaatschappijen zijn in het buitenland ook zichtbaar. Het VK en Duitsland rapporteren over vergelijkbare diensten in het genoemde BIS onderzoek. De telefoonmaatschappij brengt de consument de kosten

Tabel 4 Overzicht van niet-bancaire nieuwe betaalmogelijkheden

Land	Systemen
	Walletsystemen
Nederland	Moxmo Secoin WayzPay Www.bon
Duitsland	Micromoney PaySafeCard
Verenigd Koninkrijk	EggPay NatWest FastPay Splashplastic Yahoo!PayDirect HSBC
Verenigde Staten	czit
	Telefoonmaatschappij-betaalsystemen
Duitsland	FirstGate Click&Buy Click & Pay
meer landen	sms, of 0900 betalen
Nederland	Switchpoint
	Internetbetaalkantoren
Nederland	Mobile2Pay ¹
Nederland, Belgie, Zwitserland	BIBIT
België	Ogone
Duitsland, Verenigd Koninkrijk	PayBox
Verenigd Koninkrijk, Verenigde Staten	Paypal

Bron: BIS, Survey of innovations in internet and mobile payments, 2003.

¹ Gebaseerd op machtiging.

in rekening door middel van de periodieke telefoonrekening of belast een prepaid-beltegoed. De telefoonmaatschappij keert deze inkomsten periodiek uit aan de aanbieders van de informatiediensten langs traditionele girale weg.

Internetbetaalkantoren zijn onafhankelijke administratieve dienstverleners die zorgen voor de koppeling tussen de administratie van de 'webwinkelier' en de back-office van een bank, creditcardmaatschappij of andere betaaldienstverlener. Deze zorgt voorts voor een probleemloze betaaltransactie in de ogen van de consument. Een voorbeeld van een internetbetaalkantoor is BIBIT. Dit bedrijf verzorgt in verschillende Europese

landen de administratieve verwerking van betalingen op internet. Diverse betaalproducten (van creditcard tot overschrijving en wallet) kunnen door een webwinkelier geaccepteerd worden, omdat BIBIT voor de technologie zorgt die nodig is voor aansluiting op de verschillende aanbieders van betaaldiensten op het internet (banken, creditcardmaatschappijen, wallet-aanbieders of telco's). De dienstverlening bestaat uit de toegang tot een betaalplatform, koppeling van de betalingen aan de individuele orders en rapportages. Webwinkels betalen hiervoor een vast abonnements-tarief per maand en een tarief per transactie. In België biedt Ogone een vergelijkbaar dienstenpakket.

Mobile2Pay is een specifiek geval van een internet-betaalkantoor dat aanschaf op internet mogelijk maakt. Op de website van de verkoper wordt gekozen voor Mobile2Pay en identificeert de klant zich door user name en password. Vervolgens wordt de klant gebeld op zijn mobieltje en moet hij de transactie autoriseren door een pincode in te geven. Op basis van een eerder (bij aanmelding voor deze dienst) langs schriftelijk weg gegeven eenmalige machtiging ten laste van een bekende bankrekening wordt de girale verwerking bij elke volgende transactie geregeld. In Duitsland en het VK bestaat een vergelijkbaar systeem: Paybox. Door middel van een code die met de mobiele telefoon wordt aan-geleverd, geeft de klant toestemming tot incasso ten laste van zijn bankrekening. Deze producten bieden in de ogen van de consument de mogelijkheid om te 'pin-nen op de mobiel', maar zijn niet vergelijkbaar met de debitcardbetaling, omdat er geen sprake is van directe verbinding via BEANET met de bank ter autorisatie en saldocontrole.

PayPal, ook een internetbetaalkantoor, is vooral actief in de VS en het VK, en verzorgt betalingen door middel van e-mailberichten (vooral) ten laste van creditcards.

Er zijn weinig statistische gegevens omtrent de niet-bancaire initiatieven, maar de omvang en het markt-aandeel van deze systemen zijn vermoedelijk gering.

Waarom bestaat behoefte aan de vraagzijde?

Het beeld van de aanbodzijde moet nu geconfronteerd worden met de vraagzijde van betaalmarkt, de behoeften van consumenten (debiteuren) en verkopende partijen (crediteuren). Uit onderzoek en in contacten met marktpartijen wordt regelmatig de wens geuit dat er één online betaalproduct voor internetbetalen en/of mobiel betalen moet komen. Deze wens komt mogelijk

voort uit een behoefte aan duidelijkheid in een dynamische markt. Ook wordt deze wens ingegeven door een behoefte aan lagere kosten. Voor crediteuren, de verkopende partij, bestaat het voordeel vooral uit een betrouwbaar en gemakkelijk op de eigen administratie aan te sluiten betaalsysteem dat breedgedragen is, zodat vanwege schaalvoordelen de kosten per transactie zo laag mogelijk zijn. Voor consumenten zijn met name de veiligheid en transparante productvoorwaarden van een betaalproduct van belang. Een uniforme gebruikerservaring zou daaraan kunnen bijdragen, maar belangrijker is de mogelijkheid om verschillende betaaloplossingen algemeen geaccepteerd te laten worden.

Verdere ontwikkeling van mobiel en internetbetalen

Op basis van een beeld van het aanbod en de vraag naar betaalmethoden voor internet en mobiel, kan gekeken worden naar de mogelijke verdere ontwikkeling. Vermoedelijk zal er niet slechts één standaardbetaalproduct komen dat in alle betaalbehoeften kan voorzien. De markt kent nu ook meerdere producten naast elkaar die in verschillende behoeften voorzien. Transacties in verschillende producten en diensten gaan gepaard met verschillende manieren van betalen.

Voor het betalingsverkeer door middel van de nieuwe kanalen is met name het onderscheid tussen betalingen van verschillende waarden van belang. Zo zal bijvoorbeeld bij een betaling van een relatief hoge waarde, zowel de consument als de winkelier minder geneigd zijn risico's te aanvaarden dan bij een betaling van lagere waarde. Een relatief hoge waarde wordt al gauw bereikt bij fysieke goederen en diensten die via internet worden verkocht en thuisbezorgd, vanwege onder andere bijkomende verzendkosten. Voor digitale diensten (muziek, software en allerlei informatiediensten) is een veel lagere prijs mogelijk. Bij informatiediensten of bijvoorbeeld pay-per-view kan het gaan om zeer laagwaardige betalingen (zogenoemde microbetalingen) van hooguit enkele euro's per transactie.

Voor betalingen van een hogere waarde ligt het voor de hand dat er online bancaire varianten komen van de incassomachtiging, overschrijving en de acceptgiro. Al naar gelang de karakteristieken van een transactie en bijvoorbeeld de mate van bekendheid van de transactiepartijen met elkaar, wordt gekozen voor één van deze producten.

Voor microbetalingen is een groep nieuwe, niet-bancaire aanbieders in de markt actief geworden. Het girale betalingsverkeer van de banken en de betaal-

dienstverlening door niet-bancaire aanbieders is momenteel complementair. Niet uitgesloten is dat op termijn echter de banken zich ook op het gebied van microbetalingen zullen begeven. Het girale betalingsverkeer is voorbehouden aan banken. Aan het bancaire betalingsverkeer worden zware eisen wat betreft beveiliging gesteld. Dat is begrijpelijk, maar brengt wel mee dat de kosten per transactie relatief hoog zijn. Microbetalingen worden gefaciliteerd in systemen die mede vanwege de beperkte functionaliteit en geringere risico's aan minder zware eisen hoeven te voldoen. De kostenbesparing die deze systemen realiseren is gelegen in de aggregatie van veel microbetalingen tot een gering aantal (periodieke) girale betalingen van hogere waarde. Daarnaast is ook de specifieke technologie van belang, omdat deze het mogelijk maakt transacties volledig elektronisch online en volautomatisch te verwerken.

Hindernissen

Het centrale probleem van het ontwikkelen van online betaaloplossingen volgens de wensen van de consumenten en webwinkeliers is dat bij geringe omvang van de markt, het onzeker is of de investering terugverdiend kan worden in een afzienbare tijd. Dit probleem is des te prangender omdat het een markt met een breed scala aan spelers betreft. De Nederlandse banken kunnen niet alleen bepalen wat de standaard wordt, omdat zij in een Europees en wereldwijd speelveld opereren. Met name op Europees niveau vinden momenteel veel ontwikkelingen plaats die de banken nopen tot het heroverwegen van nationale posities en producten.

Daarnaast zijn vanwege de technologische bepaaldheid van de distributiekanaal ook de beheerders van die kanalen cruciale spelers, met name telefoonmaatschappijen. Tenslotte is er nog een aantal andere partijen die in mindere mate een rol spelen, zoals de creditcardmaatschappijen, de producenten van mobiele telefoons, aanbieders van informatiediensten en nieuwe betaaldienstverleners. De diversiteit aan spelers komt ook tot uitdrukking in het aantal fora gericht op standaardisatie van betalingsverkeer via mobiel en internet. Alle verschillende categorieën aanbieders, creditcardmaatschappijen, telefoonmaatschappijen en banken hebben een eigen forum opgericht om gemeenschappelijke standaarden te bevorderen. Deze verspreide initiatieven dragen vermoedelijk niet bij tot het spoedig realiseren van een wenselijke oplossing.

Tenslotte is beveiliging van met name het girale betalingsverkeer een belangrijke belemmering voor

snelle ontwikkeling van oplossingen in het online betalingsverkeer. Het is van belang dat beveiliging van betalingsverkeer goed wordt verzorgd en getest. Vanuit het oogpunt van het vertrouwen van de consument en de winkelier is het vertrouwen cruciaal voor het welslagen van een betaaloplossing. Overigens is voor het vestigen van het vertrouwen van de consument in een product tenslotte eveneens van belang dat een product door alle marktpartijen wordt ondersteund.

Rol van de Bank

De Bank heeft als wettelijke taak de goede werking van het betalingsverkeer te bevorderen en is voorts prudentieel toezichthouder op (onder meer) bancaire instellingen. Op het gebied van betalingsverkeer stelt de Bank zich over het algemeen op het standpunt dat goede marktwerking het beste de goede werking van het betalingsverkeer garandeert. In die visie past dat marktpartijen zoveel mogelijk zelf oplossingen genereren voor problemen. Standaardisatie van infrastructuur en eventueel van producten is dan ook een primaire verantwoordelijkheid van marktpartijen. Centrale banken, ook DNB, stellen zich daarbij op als katalysator. Dat betekent dat zij desgewenst behulpzaam kunnen zijn bij het genereren van oplossingen, waarbij zij zoveel mogelijk een neutrale positie innemen. Dit neemt evenwel niet weg dat centrale banken in het kader van hun taak op het gebied van betalingsverkeer toezien op de veiligheid, de consequenties voor de financiële stabiliteit en de mate van consumentenbescherming van betaalsystemen en betaalproducten in generieke zin. Dit zogenoemde overzicht beoogt de uitkomst van de marktwerking derhalve aan bepaalde condities te binden.

Wat betreft haar rol als prudentieel toezichthouder baseert de Bank zich op de Wet toezicht kredietwezen waarin zowel het toezicht op banken als het toezicht op instellingen voor elektronisch geld is geregeld. Dit toezicht richt zich, in tegenstelling tot het overzicht, op de soliditeit van de individuele aanbieders van financiële producten, waaronder betaalproducten. Voor de banken als aanbieders van betaalproducten gelden daarbij de gebruikelijke bepalingen op het gebied van solvabiliteit, liquiditeit en bedrijfsvoering. Het toezichtregime voor aanbieders van elektronisch geld (zoals de hierboven genoemde microbetaaldienstverleners) is gebaseerd op de Europese Richtlijn elektronisch geld. Deze richtlijn beoogt een verlicht toezichtregime te creëren voor instellingen voor elektronisch geld (egi's). De wijze van implementatie van deze richtlijn is in Europa (en ook

in Nederland) nog niet geheel uitgekristalliseerd. Zo is in de richtlijn niet voorzien in een vergunningsplicht voor (en daaraan gekoppeld toezicht op) telefoonmaatschappijen die (op basis van prepaidtegoeden) betaling voor informatiediensten faciliteren, terwijl deze systemen wel een belangrijk deel van de markt uitmaken. Ter bevordering van een gelijk Europees speelveld is het van belang dat in Europees verband duidelijkheid wordt gecreëerd hoe toezichthouders hiermee om dienen te gaan. De Europese discussie hierover is thans gaande, ondermeer geïnitieerd door de Bank.

Conclusie

Betalingsverkeer is niet de bottleneck voor de ontwikkeling van e-commerce. Ook is de mate van innovatie in het betalingsverkeer voldoende om transacties die op internet of via de mobiele telefoon worden aangegaan, te faciliteren. Het proces van innovaties is echter nog niet uitgemond in concrete breed bruikbare online betaalproducten. De uitkomst lijkt zich echter geleidelijk aan af te tekenen, want er is behoefte aan girale en microbetaaloplossingen. In de eerste plaats kunnen betalingen van hogere waarde vermoedelijk het meest efficiënt via elektronische online varianten van bestaande bancaire betaalinstrumenten worden verzorgd (incasso, acceptgiro of overschrijving). In de tweede plaats zijn voor microbetalingen momenteel verschillende nicheoplossingen in de markt, zoals wallet-systemen en systemen van telefoonmaatschappijen.

Literatuurlijst

BIS, Survey of innovations in mobile and internet payments (2003).

Buitelaar, P. en P.D. van Loo, *E-business wordt 'big business.'* Op de grens van de oude en de nieuwe economie in de reeks Financiële en Monetaire Studies, jaargang 20, nr. 4 (Amsterdam: NIBESVV 2002).

CBS, De digitale economie 2002, (Den Haag 2002).

CBS, De digitale economie 2003, (Den Haag 2003).

DNB, mei 2003, Rapportage veiligheid betaalproducten, pinpas en incasso

(www.dnb.nl/betalingsverkeer/index.htm).

Kappelhof, S., 'Oud geld in nieuwe zakken', Economische en Statistische Berichten, dossier Nederland Handelsland, september 2003.

www.thuiswinkel.org/onderdeel/welkomspagina/home_shopping_netherlands/engels/dutch_online_consumer_expenditure.asp.

¹ Onderzoek van Blauw Research in opdracht van Thuiswinkel.org (2003).