PIN-campagne supers wekt retailbreed interesse

19-12-2008 00:00

De Nederlandse supermarkten lanceerden de campagne ‘Klein bedrag? Pinnen mag’, andere retailsectoren sluiten komend jaar aan. Dat heeft Ilya Bruggeman, secretaris Betalingsverkeer bij het Platform Detailhandel laten weten.

Met de campagne vragen supermarkten klanten kleine bedragen elektronisch af te rekenen. Het gebleken succes van de actie heeft nu ook de aandacht van andere retailers getrokken. De campagne krijgt begin 2009 een vervolg. Wie er exact mee gaan doen is nog niet bekend, stelt Bruggeman.

‘Klein bedrag? Pinnen mag’ is een het initiatief van supermarktkoepel CBL. Sinds de start van de campagne in september wordt vijftien procent meer met de pinpas betaald. Onder de tien euro is dat bijna 25 procent.

De helft van de transacties bestaat niettemin nog altijd uit contanten. De campagne is ingezet als wapen tegen het explosief stijgende aantal overvallen. Met minder cash in de kassalades hopen de supers minder aantrekkelijk te worden voor overvallers.