

## Hoe blijven retailers baas in eigen beurs?

22-04-2015 09:42

Met het groeiende gebruik van de smartphone lijkt ook de wens om mobiel te betalen toe te nemen. Steeds meer retailers spelen daar op in, met supermarkten in België in de hoofdrol. Zo kunnen klanten van [Delhaize](#) hun boodschappen binnenkort afrekenen met hun smartphone, waar [Colruyt](#) dat al in 350 supermarkten faciliteert. De ketens werken daarvoor samen met de apps van respectievelijk Bancontact en SEQR. [Sainsbury's](#) introduceerde in het Verenigd Koninkrijk op zijn beurt een eigen app, waarmee gebruikers ook direct kunnen afrekenen.

Tegelijkertijd zitten ook banken niet stil. Rabobank laat klanten met bepaalde typen Samsungs hun telefoon al als portemonnee gebruiken, door de betaalpas aan de Wallet-app te koppelen. Voor retailers verandert er weinig omdat de transactie nagenoeg hetzelfde verloopt als bij een pintransactie: via de bank.



Andere betaaloplossingen voegen juist meerdere betaalmethoden samen. Zo kunnen gebruikers van Apple Pay al acht creditcards toevoegen om mee te betalen. In een dergelijke mobiele portemonnee kunnen klanten zelf aangeven welke betaalmethode zij willen gebruiken als zij hun aankopen afrekenen. En dat heeft wel verstrekende gevolgen voor retailers, waarschuwt **financieel directeur Carlo Engelhard van BCC**, die tevens in de stuurgroep Betalingsverkeer van Detailhandel Nederland zit.

Wanneer Nederlandse retailers betalingen met mobiele wallets gaan accepteren – een ontwikkeling die niet lijkt tegen te houden – dreigen de gebruikelijke en bovenal goedkope pintransacties de dupe te worden. "Gebruikers kunnen bijvoorbeeld hun creditcard van de Bijenkorf als 'preferred supplier' aanmerken. Nu zal die alleen nog bij grote aankopen gebruikt worden om punten te sparen voor de Bijenkorf, en wordt die kaart niet gepakt als er boodschappen afgerekend moeten worden. Maar wanneer die kaart eenvoudig gekoppeld kan worden aan de mobiele telefoon, gebeurt dat misschien wel."

Een duur geintje, weet Engelhard. "Als klanten pinnen kost ons dat vier cent per transactie, maar in zulke gevallen moet je commissie in percentages betalen. Voor kleinere retailers ligt dat al gauw op anderhalf tot twee procent." Voor BCC is dat een reden om voor elke betaalmethode een kosten-batenanalyse te maken. Wanneer iemand een wasmachine afrekent, zijn enkele procenten commissie namelijk wel heel veel euro's. Hoe hoger de orderwaarde, hoe duurder de winkelketen uit is. "Dat wegen we af tegen de extra service die een betaalmethode biedt."

Bij de introductie van mobiele wallets, waarbij klanten hun eigen betaalmethode kunnen selecteren, zijn die afwegingen echter niet meer te maken. Met het risico dat consumenten massaal wegblijven van pin, dat volgens Engelhard voor retailers juist zo 'voordelig en effectief' is. "De vraag is hoe je dan toch als retailer aan het stuurwiel kan blijven staan", zegt de financieel directeur. Daarbij ziet hij een grote rol weggelegd voor communicatie rond het betaalmoment richting de klant. "Je moet klanten proberen te pushen in de richting van pin."

Een 'best lastige uitdaging', zegt de BCC-topman. In een tijd waarin de ene naar de andere retailer surseance of zelfs faillissement aanvraagt, zit volgens hem niemand te wachten op zulke onnodige kosten. "Ook de consument niet. Want het kan ten koste gaan van onze marge, maar ook worden doorberekend in de prijs."

Dit probleem speelt niet alleen in de fysieke winkel, maar ook online. "Wanneer we een achteraf betaalmethode zoals Klarna of AfterPay accepteren, vindt er een hele shift vanuit iDEAL plaats." En laat dat systeem net als pin juist heel voordelig en effectief voor retailers zijn. "Als klanten de keuze krijgen om voor niets later te betalen, zullen ze daar gebruik van maken. Moeten we dat gebruik dan gaan tarifieren? Dat zijn afwegingen die we momenteel maken."

*Carlo Engelhard is één van de sprekers op het congres [Toekomst van het Betalingsverkeer](#), dat dit jaar op 16 juni plaatsvindt.*