

Zes vragen over het einde van de pinpas

24-01-2018 12:40



Wachten in een rij voor de kassa: over een paar jaar is dit misschien wel hopeloos ouderwets. Want Europa wil meer concurrentie op de betaalmarkt. Daarom treedt de herziene Payment Service Directive 2 (PSD2) in werking, met innovatie en veiligheid als doel. Komt er een vloedgolf aan nieuwe betaalmethoden?

De nieuwe betaalwet PSD2 gaat dit jaar in. Van de Nederlandse consumenten heeft 82 procent er nog nooit gehoord, blijkt volgens [RTL Z](#) uit onderzoek van DVJ Insights. Bij het horen over de nieuwe regels denken consumenten vooral aan negatieve effecten. Van alle termen die genoemd worden om PSD2 te omschrijven, is 81 procent negatief. Consumenten denken aan fraude en vrezen voor hun privacy. Vooral oudere consumenten zien zijn erg kritisch. In het decembernummer van RetailTrends stelden we zes vragen over nieuwe betaalmethoden aan Vincent Jansen van adviesbedrijf Innopay.

1. Wat is de kern van PSD2?

“Eén gevolg van PSD2 is dat banken verplicht zijn andere bedrijven toegang te geven tot iemands bankrekening en rekeningdata. Bijvoorbeeld via een API, een technische toegangspoort. Een klant krijgt het recht om een bedrijf of app een transactie te laten starten of betaalgegevens in te laten zien. Daarnaast zijn er allerlei regels die de beveiliging beter waarborgen. De deadline in januari is hier overigens niet gehaald. Waarschijnlijk heeft Nederland tot juni nodig om PSD2 om te zetten in wetgeving.”

2. Verandert dit de praktijk?

“Het aantal betaaldiensten gaat toenemen. Omdat de openstelling van de bankrekening niet zo open is als gedacht, verwacht ik op korte termijn extra mobiele betaaloplossingen die zoals iDEAL werken. Een

consument moet de transactie nog steeds bevestigen via het controlesysteem van de bank – de bankierenapp bijvoorbeeld. Hij scant dan een QR-code of houdt zijn telefoon met NFC-chip bij de terminal en bevestigt vervolgens de betaling met zijn bankapp. Betalen verandert, maar een nieuwe standaard naast pinnen zie ik niet direct. We worden niet overspoeld met nieuwe betaaldiensten.”

3. Betalen we over vijf jaar anders?

“Amazons toekomstbeeld – je wandelt naar buiten en vanuit de bijbehorende app reken je automatisch af – komt dichterbij. In ‘selfservice’-omgevingen als een supermarkt is dat een aantrekkelijk vooruitzicht. Voor een Albert Heijn zijn de gemaksfactor en de personeelsbesparing echt waardevol. Lever je als retailer iets van service, dan wil je waarschijnlijk graag het contact behouden. De kans dat de pinpas helemaal verdwijnt, is heel klein. Al is het maar omdat contactloos pinnen nog altijd sneller is dan de telefoon. Maar het wordt wel makkelijker om een echt vernieuwende betaaldienst te beginnen.”

4. Biedt PSD2 een doorsnee retailer voordelen?

“Vanaf 2019 verwacht ik mooie effecten. Banken sluiten samenwerkingen met startups of elkaar. Op initiatief van ING experimenteren Nederlandse banken gezamenlijk al met Payconiq. In één app komen al hun betaalapps samen. En het integreert bijvoorbeeld met apps voor loyaliteitsmarketing. De nieuwe app OK Betalen wil ook dé plek worden voor alle betaalmethoden, spaaracties of kortingsbonnen. Dankzij PSD2 krijgt dit meer mogelijkheden. Met dit soort initiatieven kunnen retailers samen optrekken: de betaling bij de ene winkelier is dan automatisch verderop in de straat iets waard. De bredere ontwikkeling is dat betalen naar de achtergrond verdwijnt. Het wordt een kleiner, soms automatisch onderdeel. PSD2 versnelt dit. De toegevoegde waarde zit in nieuwe dienstverlening en de marketing daar omheen.”

5. Bereik blijft lastig. De retailer wacht op succes, de consument wacht op betaalpunten.

“Een enorm kip-en-ei-probleem. Hetzelfde zag je ooit met de pinpas. Die deelden banken vervolgens gratis uit. De massa bereiken is lastig. Zowel banken als Apple en Google hebben de benodigde (marketing)budgetten, maar de rest moet slim zijn. Er blijft maar een handvol initiatieven over. Onze markt is gewoon te klein voor versnippering.”

6. Je hoort weleens dat Apple Pay en Android Pay alleen interessant zijn voor creditcardgebruikers – dus nauwelijks voor de Nederlander.

“Op de pof kopen wordt hier normaler. Creditcards worden daarnaast goedkoper en pinnen op termijn juist iets duurder. Maakt dat Apple en Google marktleider? Nee, bij de bakkerij in Sneek wordt het geen vereiste. Maar een hippe schoenenwinkel in de Rotterdamse ‘Koopgoot’ kan er niet omheen. De rol van mobiel betalen wordt, gestimuleerd door PSD2, al met al groter en de hoeveelheid betaaldiensten neemt toe. Of de klant nu vanuit zijn webbrowser betaalt of bij een fysieke kassa, hij gebruikt straks dezelfde betaalservices. Nieuwe structuren sluiten straks naadloos aan op omnichannelretail. Kanalen versmelten en de mobiel heeft daarin een brugfunctie.”