



# Mobiel betalen

Drs. Paul Geerts MMC en ir. Liesbeth Westenberg CISA

Mobiel betalen is in opkomst. Er zijn verschillende betaalmethoden en verschillende betrokken partijen bij het aanbieden van mobiele betaaldiensten. Het gevecht om de mobiele betaaldienst is begonnen. Naast banken en telco's mengen ook Google en Facebook zich in deze strijd, worden er samenwerkingsverbanden opgezet en ontbonden, maar er is nog geen winnaar.

In dit artikel wordt een overzicht gegeven van betaalmethoden en betrokken partijen, de nieuwste ontwikkelingen en de nieuwe rol van de banken. Daarnaast wordt ingegaan op mobiel betalen, als bron van innovatie.



Drs. P.C. Geerts MMC  
is senior manager bij KPMG Management Consulting, Financial Services.  
geerts.paul@kpmg.nl



Ir. L.H. Westenberg CISA  
is senior manager bij KPMG Management Consulting, IT Advisory.  
westenberg.liesbeth@kpmg.nl

## Inleiding

Uit onderzoek van KPMG onder 150 bestuurders in de bancaire sector blijkt dat 85 procent van de bestuurders verwacht dat mobiel betalen de komende één tot vier jaar een prominente plaats zal innemen in de klantbediening en het klantcontact ((KPMG11)).

Gartner voorspelt dat er in 2012 meer dan 171,5 miljard dollar aan mobiele betalingen zal plaatsvinden. Een stijging van meer dan 60 procent vergeleken met vorig jaar, waarbij 212,2 miljoen mensen (stijging van 32 procent) een vorm van mobiel betalen zullen gebruiken. Voor de langere termijn voorspelt Gartner dat er in 2016 617 miljard dollar wordt omgezet via mobiele transacties door 448 miljoen gebruikers ((Gart12)).

Hierdoor ontstaan er nieuwe kansen voor bedrijven, zowel voor bedrijven met een fysieke vestiging als voor onlinebedrijven. Sommige toepassingen zijn, ook in Nederland, al redelijk ingeburgerd, zoals mobiel betalen bij parkeren. Op andere gebieden wordt volop geëxperimenteerd. Mobiel betalen biedt een bron van innovatie en zal het bancaire landschap veranderen met nieuwe partijen die een rol zullen spelen.

In dit artikel wordt ingegaan op de verschillende manieren van mobiel betalen en de manieren waarop deze aangeboden (zullen gaan) worden. Daarnaast zullen aan de hand van een aantal voorbeelden de mogelijkheden voor consumenten en bedrijven uiteengezet worden. Dit artikel is tot stand gekomen in samenwerking met Raymond Custers, programmamanager mobiel betalen, en Gertjan Rösken, Business Development Manager, beiden van de Rabobank.

## Methoden voor mobiel betalen

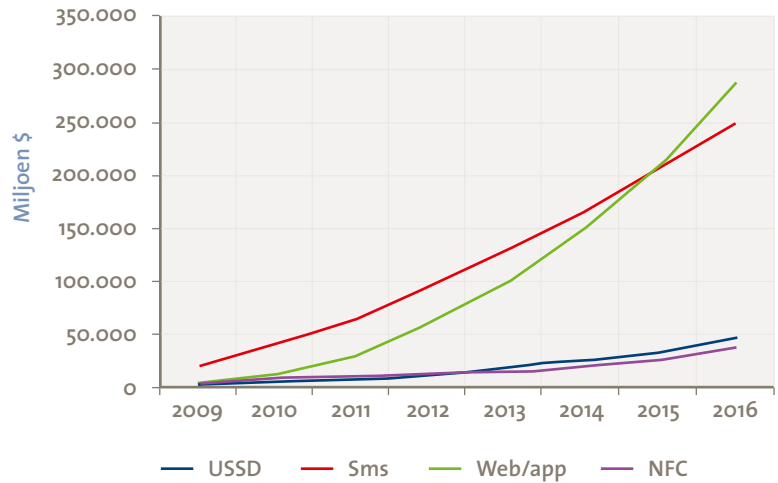
Mobiele betalingen zijn betalingen waarbij de betalingsgegevens en de betalingsinstructies via een mobiele telefoon of ander mobiel toestel worden gestart, verzonden of bevestigd. Het kan gaan om online- of offline-aankopen van diensten, digitale of fysieke goederen ([Euror2]).

Mobiele betalingen zijn betalingen die worden gedaan met behulp van een mobiel device, zoals een mobiele telefoon. Het kan gaan om het direct kopen van artikelen, maar ook om het autoriseren van de betaling. Er wordt overigens onderscheid gemaakt tussen mobiel bankieren en mobiel betalen. Bij mobiel bankieren gaat het om een platform dat consumenten ter beschikking hebben om toegang te hebben tot financiële diensten (zoals overmaken van geld, rekeningen betalen, sparen en rekeninginformatie). Bij mobiel betalen gaat het om het proces van betalen voor een product of dienst met gebruikmaking van een mobiel device.

Methoden voor mobiel betalen kunnen in vier groepen worden ingedeeld op basis van gebruikte technologie:

- betalen via sms;
- betalen met gebruikmaking van USSD (Unstructured Supplementary Service Data);
- betalen via internetbetaaloplossingen via de browser of een app op de mobiel; en
- betalen met behulp van NFC (Near Field Communication).

Deze laatste methode wordt veelal aangeboden door banken in samenwerking met telecomproviders en creditcard-aanbieders. In de derde groep zijn vele spelers actief, zoals

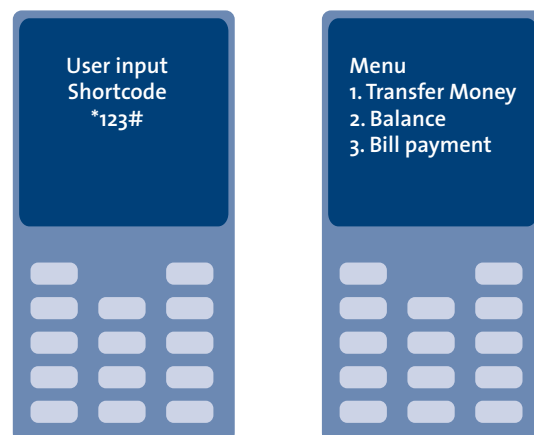


Figuur 1. Groei waarde mobiele transacties per technologie ([Gart12]).

PayPal, Square en Currence (iDEAL mobiel). Daarnaast zijn er veel startups op dit gebied. Betalen via sms en USSD wordt veel gebruikt in ontwikkelingslanden, maar is in de westerse wereld op zijn retour.

### USSD

USSD (Unstructured Supplementary Service Data) is een techniek waarbij met een GSM een sessie kan worden opgezet. USSD-berichten kunnen tot 182 alfanumerieke karakters bevatten. In tegenstelling tot sms-berichten wordt bij het verzenden van USSD-berichten een realtimeverbinding gemaakt in een USSD-sessie. Gedurende deze sessie kan een tweeweguitwisseling van gegevens plaatsvinden. Hiermee wordt het mogelijk om via een menu of via een vraag-antwoordstructuur een betaling uit te voeren. In een aantal landen (Brazilië, India, Polen, Zuid-Afrika) wordt de USSD-techniek gebruikt voor mobiele betaaldiensten.



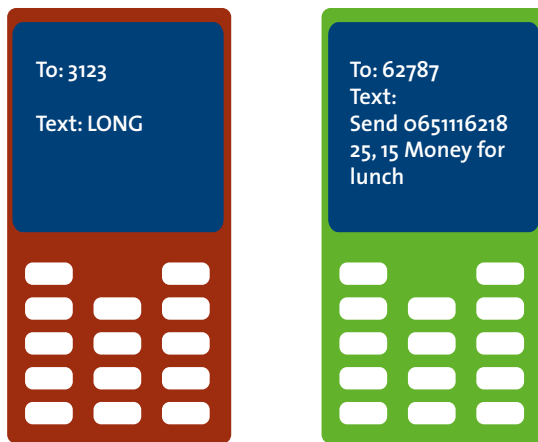
Figuur 2. Voorbeeld USSD-techniek.

## Sms

Bij betalingen via sms stuurt de consument een betaalverzoek via een sms-bericht naar een speciaal nummer. Het bedrag wordt dan van de telefoonrekening of de online 'wallet' gehaald. De betrokken winkelier wordt geïnformeerd over de transactie en kan de producten of diensten vrijgeven.

Tegenwoordig zijn er ook aanbieders waarbij de gebruiker niet vooraf een saldo hoeft te storten. Hij moet alleen het 'betaalwoord' sms'en dat hij bij het afrekenen te zien krijgt. Het bedrag zal dan van zijn rekening worden gehaald. Nieuwe gebruikers moeten zich eenmalig met een controlecode aanmelden.

Het voordeel van betalen via sms is dat deze techniek op alle mobiele telefoons beschikbaar is. Nadeel is dat sms-betalingen relatief duur zijn, vaak voor zowel consumenten als winkeliers. Daarnaast kunnen berichten zoekraken en kan het soms lang duren voordat het bevestigingsbericht bij de winkelier arriveert.



**Figuur 3. Twee voorbeelden van sms-betalingen. Eerste voorbeeld: sms-betaling naar een goed doel. Tweede voorbeeld: sms-betaling naar andere telefoon.**

## Mobiele internetbetaaloplossingen

Mobiele internetbetaaloplossingen zijn betaaloplossingen die via de mobiele browser of via een app op de mobiel betalingen verzorgen. Er zijn verschillende verschijningsvormen:

- Verschillende bedrijven hebben zich gespecialiseerd in het aanbieden van online (mobiele) betaaldiensten, zoals PayPal, Amazon Payments en Google Checkout. Gebruikers registreren zich bij deze bedrijven en koppelen hun creditcardinformatie of bankrekeningnummer of zorgen voor een tegoed op hun rekening bij de dienstaanbieder. Met deze methode hoeven gebruikers niet steeds opnieuw hun creditcardgegevens op het internet in te voeren.

- In Nederland is iDEAL de belangrijkste aanbieder van (mobiele) betaaldiensten via internet. Wanneer de consument kiest om te betalen via iDEAL op een webwinkel, dan wordt hij of zij naar de iDEAL-pagina geleid. Op deze pagina selecteert de consument zijn of haar bank en komt vervolgens in de iDEAL-omgeving van de betreffende bank. Deze omgeving lijkt sterk op de internetbankieren-omgeving die consumenten gewend zijn. De consument geeft de webwinkelier autorisatie om het bedrag voor het gekozen product of dienst over te maken naar de rekening van de webwinkelier. Nadat de consument deze handeling heeft gedaan wordt de consument teruggeleid naar de webwinkel. De Rabobank heeft onlangs in een onderzoek onder 1000 klanten een mobiele versie van iDeal die samenwerkt met een app van de Rabobank getest. De deelnemers aan de test beoordeelden deze manier van betalen zeer positief.

- Een bekend voorbeeld in Nederland is MiniTix. MiniTix is een virtuele portemonnee waarmee consumenten online en via hun mobiel kleine bedragen (tot € 300) kunnen afrekenen. Het opwaarderen kan onder andere via iDEAL. MiniTix kan worden ingezet in verschillende betaaloplossingen. Je betaalt met één aanraking bij de kassa.
- Square is een innovatieve betaalmethode, die in de Verenigde Staten in opkomst is. Gebruikers kunnen met behulp van een kleine cardreader creditcardgegevens invoeren in een applicatie op hun mobiele device. Het is ook mogelijk de gegevens handmatig in te voeren. Hierna wordt de creditcardbetaling uitgevoerd.
- Een mobiele betaalmethode die steeds meer op e-commerce websites gebruikt wordt, is 'direct mobile billing'. Hierbij kan de gebruiker op de (mobiele) website kiezen voor deze methode (eventueel zijn mobiele telefoonnummer invoeren) en de betaling verifiëren door de pincode die hij op zijn mobiel heeft ontvangen, op de website in te voeren. De betaling wordt verrekend met de telefoonrekening.

Het gebruik van het onlinebetaalmiddel iDEAL is in 2011 opnieuw fors gestegen. Het aantal transacties steeg met 36 procent tot een totaalwaarde van 7 miljard euro. Nederlanders kozen in totaal 94 miljoen keer voor het afrekenen met iDEAL. Dat blijkt uit de jaarcijfers van Currence, merkeigenaar van collectieve betaalproducten zoals Acceptgiro, Incasso, iDEAL, Chipknip en tot eind 2011 PIN. ([Curr12])

## Betalen met NFC

Near Field Communication (NFC) is een draadloze verbindingstechnologie voor korte afstanden, die veilige communicatie mogelijk maakt tussen verschillende apparaten. Hiermee kan een consument betalen door zijn telefoon met NFC-technologie tegen een point-of-sale (POS-) terminal aan te houden.



Figuur 4. Square (bron: Square Media Resources).

In Japan wordt NFC-technologie al door meer dan 45 miljoen mensen gebruikt. Het systeem is daar standaard ingebouwd in de nieuwste mobiele telefoons en wordt dagelijks gebruikt als pinpas, creditcard, lidmaatschapskaart, spaarkaart, treinticket, vliegticket en huissleutel ([Rabor2]). Juniper Research voorspelt dat over vijf jaar één op de vier consumenten (met een mobiele telefoon) in de Verenigde Staten en West-Europa zijn aankopen in de winkel met NFC-technologie afrekenen. In 2012 is dat nog twee procent van de consumenten ([Junir2]).

Rabobank biedt mijn ID en Cashless betalen aan als mobiele betaaloplossing. Deze werkt op basis van een sticker met NFC-technologie, die je op of in je telefoon plakt. De werking is gebaseerd op Rabobank's virtuele portemonnee MiniTix.

Albert Heijn en Rabobank hebben samen negen maanden een proef uitgevoerd in een AH to go-winkel. Klanten kunnen in deze AH to go vanaf nu snel en gemakkelijk met één aanraking betalen. In combinatie met scan&go (zelf scannen van producten) kan de Albert Heijn-klant nog sneller winkelen.



Figuur 6. Cashless betalen in de supermarkt.



Figuur 5. Gebruik van NFC-technologie bij een parkeerautomaat.

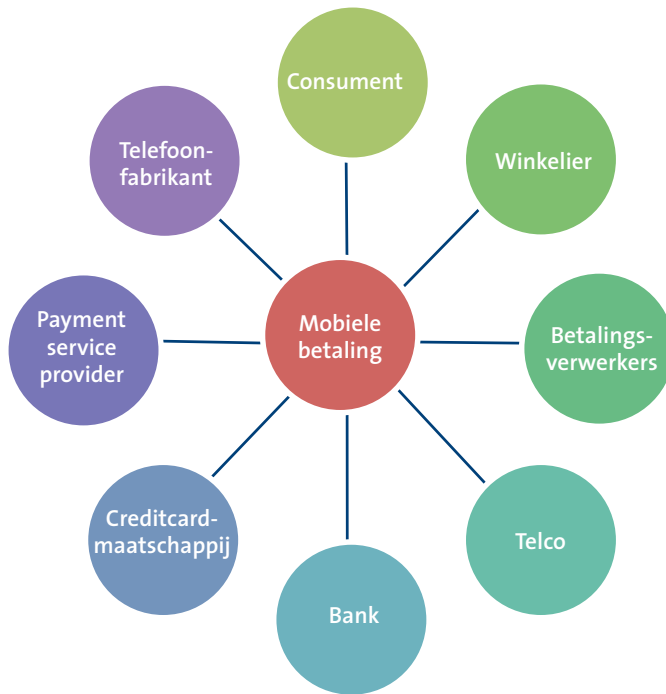
## Partijen bij mobiel betalen: een gevecht om de markt

Het gevecht om de mobiele betaaldienst is begonnen. Het is een complexe markt met grote partijen in concurrentie en in samenwerkingsverbanden. De spelers zijn: banken, creditcardmaatschappijen, (retail)bedrijven, mobiele-telefoonmaatschappijen, telefoonfabrikanten, internetbedrijven. Al deze partijen proberen hun rol in de waardeketen te vergroten, met name richting de uiteindelijke klant en zijn behoeften. Al deze spelers hebben hun eigen klantenbestand: Apple had in 2011 200 miljoen iTunes-accounts ([Tech12]), Visa Europe heeft 380 miljoen creditcards in omloop (december 2009) ([Visa12]) en Amazon heeft 114 miljoen actieve gebruikers.

Er worden vier mogelijke modellen onderscheiden om de waardeketen voor mobiel betalen in te richten [Smaro8]:

### 1. De telecomprovider centraal

In dit model speelt de aanbieder van mobiele telefonie een centrale rol, waarbij hij de mobiele telefoon van de consument voorziet van mobiele applicatie voor betalen (en eventueel NFC-technologie). De consument kan een prepaid tegoed opladen of de betalingen kunnen via de telefoonrekening worden verrekend. De telecomprovider kan ook een stap verder gaan en zelf het betalingsverkeer direct verzorgen. In dat geval wordt de provider een zoge-



Figuur 7. Partijen bij mobiel betalen.

naamde Payment Institution, waarbij hij onder toezicht van een centrale bank zoals DNB komt te staan.

## 2. De bank centraal

In dit model verzorgt de bank de mobiele betaalapplicatie en eventueel de NFC-technologie (bijvoorbeeld via een sticker op de telefoon) voor de consument. Daarnaast voorziet zij de retailer van een geschikte POS voor het ontvangen van de betalingen. De transacties worden verwerkt over de bestaande bankinfrastructuur.

## 3. Peer-to-peer model

Een onafhankelijke provider van mobiel betalen levert diensten ten behoeve van betalingen tussen consumenten onderling of tussen consumenten en retailers. PayPal is hiervan het bekendste voorbeeld.

## 4. Samenwerkingsmodel

In dit model werken verschillende partijen samen om mobiele betalingen mogelijk te maken. Een belangrijk samenwerkingsinitiatief in Nederland, Sixpack, is in juli 2012 gestaakt. In deze samenwerking probeerden ABN Amro, ING en Rabobank en de telecombedrijven KPN en Vodafone (en eerder ook T-Mobile) een nationaal platform voor mobiel betalen op te zetten. Volgens KPN is het besluit het gevolg van ontwikkelingen in de markt die het mogelijk maken om het gestelde doel op een snellere, efficiëntere manier te bereiken. Het initiatief liep vertraging op doordat de Nederlandse Mededingingsautoriteit NMa Sixpack naar de Europese Commissie stuurde om een uitspraak te doen over het samenwerkingsverband.

Onderzoek ([KPMG11]) laat zien dat de spelers in de markt hun posities aan het consolideren zijn en proberen om grote delen van de inkomstenstroom binnen te halen. Betalingsverwerkers bijvoorbeeld anticiperen op een grotere rol in de waardeketen voor mobiel betalen en velen werken al samen met payment serviceproviders zoals PayPal.

## Ontwikkeling van standaarden

Eén van de belangrijkste oorzaken voor de tragere marktreactie in Europa (in tegenstelling tot Azië) is de zeer versnipperde markt voor mobiele betalingen. Er zijn verschillende technische ontwikkelingen, die het mobiel betalen steeds makkelijker maken en steeds meer opkomende partijen. QR-codes, NFC-technologie, apps voor de mobiele telefoon, het Nederlands Travik consortium, bankpas op SIM-kaart en andere beveiligingsmogelijkheden voor de Smartphone, Omnikassa, Square. De belangrijkste marktspelers zijn het nog niet eens geworden over een geschikt businessmodel dat interoperabele betalingsoplossingen ondersteunt. Dat heeft echter tot gevolg dat de grootste en meest veelbelovende mondiale mobiele betalingsinitiatieven momenteel buiten Europa worden gestart. Een de-factostandaard voor mobiel betalen is nog ver weg en dit maakt de keuze voor consumenten en (online) retailers lastig. Gartner verwacht dat deze fragmentatie nog zeker twee jaar zal voortduren ([Gart12]).

De komende jaren zullen buiten Europa de standaarden worden gezet, waarbij massale adoptie het belangrijkste criterium is. Hierbij zullen technische oplossingen hooguit tijdelijk op Nederlandse schaal worden ingevoerd, maar op de langere termijn zullen ook vanuit Europese regelgeving internationale standaarden de overhand krijgen.

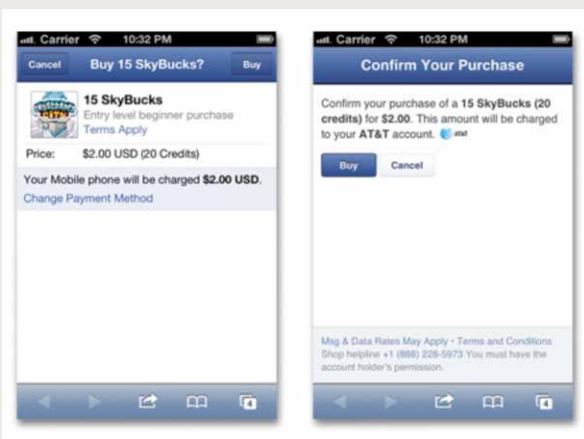
Inspanningen voor mobiele betalingsintegratie op Europees niveau vinden momenteel op zelfregulerende basis plaats. De EPC (European Payment Council) werkt in deze context samen met de internationale organisatie van mobiele exploitanten (GSMA). Op een Europees kader met betrekking tot technische normen, veiligheid, interoperabiliteit en de samenwerking tussen marktdeelnemers wordt nog gewacht. En zolang er wordt gewacht zullen particuliere spelers de normen bepalen en beheersen, zowel met betrekking tot het apparaat, het applicatieplatform als het beveiligingsbeheer. Hierbij maakt Europa zich zorgen om het gebruik van bedrijfsgebonden oplossingen en de daaruitvolgende fragmentering, zeker als het gaat om publieke diensten als openbaar vervoer en de zorg ([Euro12]).

## Wat betekent dit voor de banken?

Ook voor banken heeft mobiel betalen impact. Betalingsverkeer is een dienstverlening die relatief veel IT-investeringen van banken vraagt en voor de kleine betalingen (low value payments) eigenlijk pas rendabel wordt met grote volumes. En dit wordt naar de toekomst niet minder voor banken. De druk op efficiency van banken, mede als gevolg van de crisis, de toenemende concurrentie en margedruk in het betalingsverkeer om schaal te krijgen, de nieuwe investeringen die van banken worden vereist (onder andere door SEPA) en de concurrentie van betaaldiensten buiten banken om zoals PayPal, maken het banken moeilijker om geld te verdienen aan betalingsverkeer. Het is dan ook de vraag of de diverse banken in de toekomst allemaal nog eigen betalingsverkeerssystemen

### Facebook

Facebook gaat mobiel betalen via zijn platform eenvoudiger maken. In plaats van de zeven stappen die het nu vaak kost om een transactie te doen, wil men dit terugbrengen tot twee stappen. Het bedrijf werkt hiertoe samen met T-Mobile, Telefónica, Vodafone en Orange in Europa, AT&T en Verizon in Amerika, en KDDI en Softbank in Azië. Dat heeft Facebook bekendgemaakt tijdens het Mobile World Congress 2012.



Figuur 8. Mobiel betalen met Facebook.

Facebook zal samen met de telecombedrijven een softwareontwikkelkit aanbieden voor mobiele betalingen. Dit moet ontwikkelaars stimuleren om meer apps te maken, waarmee de waarde van het platform toeneemt voor gebruikers en softwaremakers. De mobiele gebruikers van Facebook moeten in twee stappen kunnen betalen. In stap één wordt de betaaldialoog geopend, waarna de gebruiker in stap twee de betaling kan bevestigen ([Face12]).

zullen blijven houden. Joint ventures of partnerships liggen voor veel banken voor de hand.

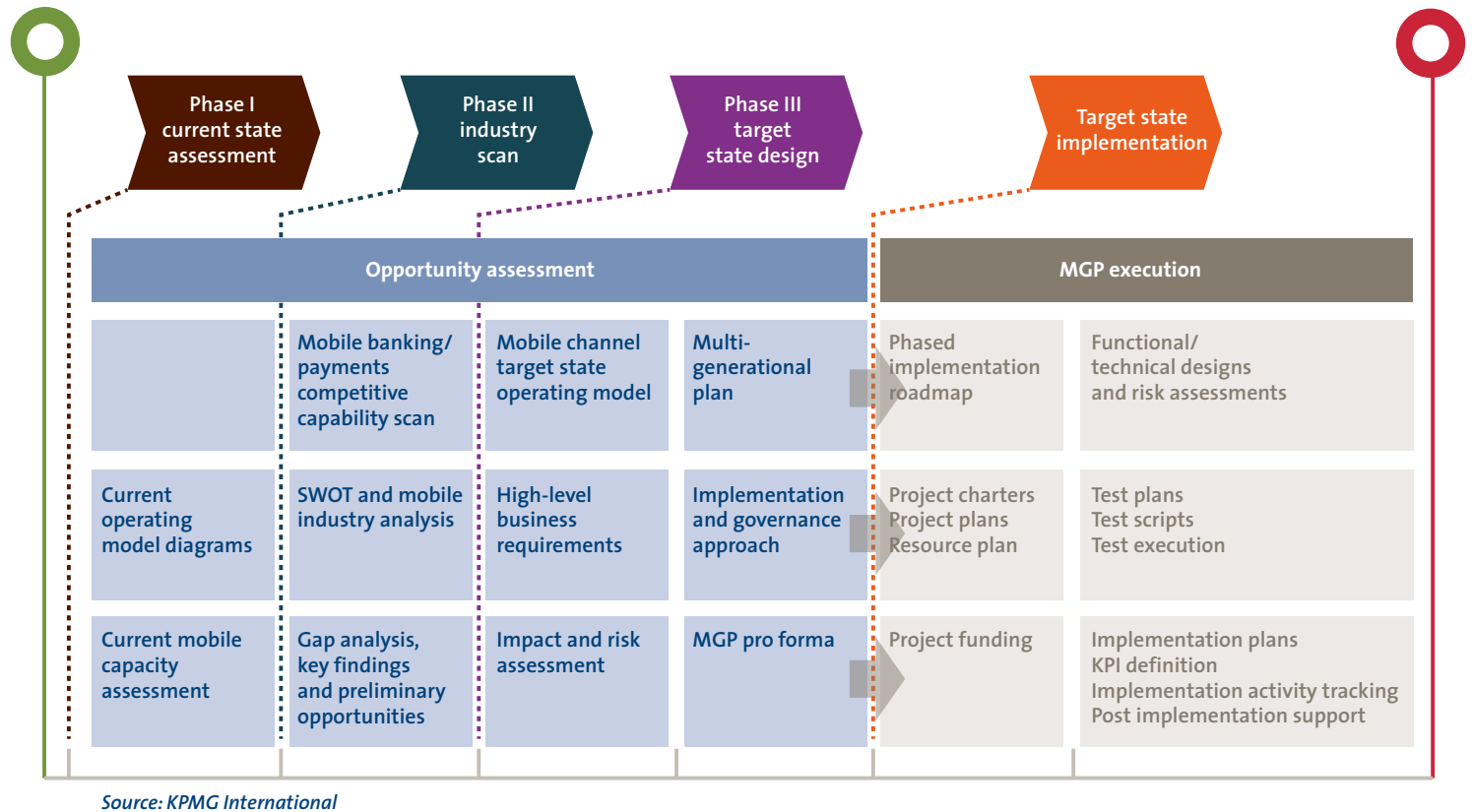
In de hele wereld zetten banken mobiele bankier- of betaaloplossingen in, zowel voor het gemak van hun klanten als om kosten te besparen. Maar banken dreigen op termijn inkomsten mis te lopen doordat zij nog niet klaar zijn voor de volgende fase in mobiel betalen. Hoewel een meerderheid van de banken verwacht dat mobiel betalen de komende jaren van significant belang zal zijn voor de klantbediening, is slechts een beperkt aantal bedrijven op dit moment bezig met maatregelen die mobiel betalen tot een succes moeten maken. Het gaat hierbij met name om het invoeren van mobiele platformen, die de loyaliteit moeten vergroten, de kosten van mobiel betalen moeten verlagen en de banken uiteindelijk een plaats moeten opleveren in de waardeketen van mobiel betalen.

Op weg naar mobiel betalen blijken de bestuurders een aantal belangrijke obstakels te zien. Ruim zeventig procent ziet de beveiliging van mobiele diensten als de grootste uitdaging. Daarnaast vormt een tekort aan technologische standaarden en infrastructuur een belangrijke barrière voor het op grote schaal uitrollen van mobiel betalen. Veel bankmanagers blijken zich snel bewust te worden van het groeiende risico van nieuwe concurrentie in de markt voor mobiel betalen. De mogelijkheid dat mobiele operators samen gaan werken met toestelfabrikanten om een systeem te bouwen dat onafhankelijk is van de traditionele betalingsinfrastructuur wordt door een aantal banken als een serieuze bedreiging gezien ([KPMG11]).

Voor veel banken is wellicht het uitvoeren van de gehele transactie dus niet meer interessant. Het is goed voorstelbaar dat de bank zich daardoor meer zal richten op diensten voor de beide partijen in een betalingstransactie. De betalende partij in een transactie is voor de bank vooral interessant vanuit het oogpunt van klantcontact en -data. Tevens is het bieden van betaalruimte ofwel krediet interessant gezien de primaire functie van de bank. Aan de ontvangende kant van de betaling (zeker zakelijke ontvangers) kan de bank ondersteunen met diverse services rondom het innen van gelden (net zoals met de huidige incasso's en acceptgiro), werkkapitaalbeheer en leveren van (analyses op) klantdata.

Zonder een sterke en flexibele strategie kunnen (retail) banken belangrijke kansen missen, die mobiel betalen met zich meebrengt. Centraal in deze strategie moet de klant staan. Het vermogen om de klant te begrijpen, trends te zien en om vragen en zorgen het hoofd te bieden bepaalt de kracht van de strategie voor mobiel betalen.

KPMG onderscheidt een aantal stappen die banken door moeten om de strategie te vertalen in een duurzaam businessmodel ([KPMG12]).



Figuur 9. Proces naar een duurzaam businessmodel.

## Nieuwe mogelijkheden voor bedrijven en consumenten

De ontwikkelingen in mobiel betalen gaan de laatste jaren snel en zullen de komende jaren een verdere vlucht nemen. Net zoals met de ontwikkeling van internet, social media en devices als iPads, zal het gebruik zich continu doorontwikkelen doordat nieuwe gebruiksmogelijkheden blijken aan te slaan bij het publiek of doordat nieuwe devices nieuwe mogelijkheden bieden.

Voor consumenten zal het betaalgemak vergroot worden. Ze kunnen snellere en betere service krijgen en het wordt mogelijk gebruik te maken van loyaliteitsprogramma's zonder een portemonnee vol klantkaarten en natuurlijk zonder een portemonnee met munten.

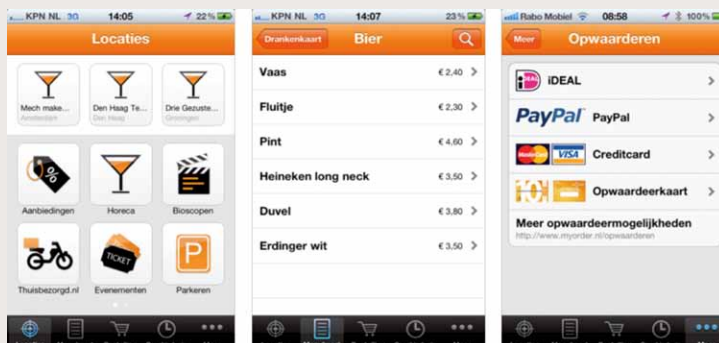
Voor bedrijven biedt het de mogelijkheid om hun diensten anders aan te bieden, ze kunnen hun personeel efficiënter inzetten, betere en snellere dienstverlening bieden, eenvoudiger en meer gerichte loyaliteitsprogramma's toepassen en ze hebben minder contant geld in kas.

Hoewel het vaak om zogenaamde low value payments gaat, is beveiliging cruciaal om het consumentenvertrouwen in het gebruik van mobiel betalen te houden. Kun je nog bij je geld als je telefoon weg is? Kan niet iemand je telefoon hacken en het geld overboeken?

Een tweede uitdaging is continuïteit. Om cashgeld te vervangen is continuïteit van netwerken en systemen essentieel. Immers, als de betrouwbaarheid van de ver-

### Rabobank zet breed in op mobiele betaaltechnologieën en experimenteert

Rabobank gelooft in de toekomst van de mobiele telefoon als portemonnee en kijkt zowel naar de remote-oplossingen (internetbetalingen) als naar de proximity-oplossingen, zoals NFC-technologie. Met de remote-oplossingen zet Rabobank in op MyOrder (zie de volgende paragraaf) en iDEAL Mobiel. Proximity-oplossingen wachten nog op beschikbare NFC-telefoons en de infrastructuur bij de merchants. Rabobank heeft daarom ook ingezet op de bridging-technologie: de NFC-sticker (mijn iD en Cashless betalen) om voor de korte termijn al een goed alternatief te hebben voor cash en chipknip en om daarmee ervaring op te doen in de markt.



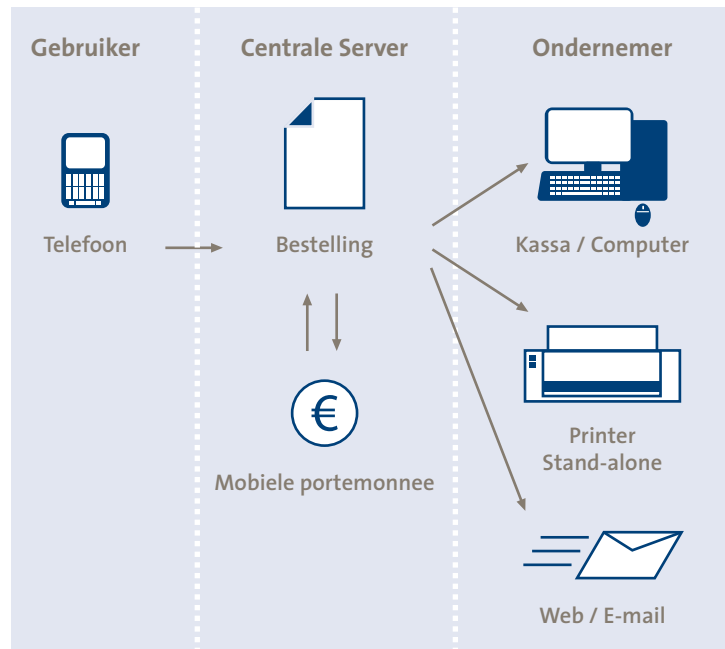
Figuur 10. Schermvoorbeelden MyOrder.

binding er niet is, moeten mensen blijven terugvallen op andere manieren van betalen net zoals bij pinautomaat- of netwerkstoringen.

### Mobiel bestellen en betalen op het terras

Wachten tot de ober uw bestelling komt opnemen? Rabobank biedt met MyOrder klanten van cafés de mogelijkheid om te bestellen en te betalen met hun mobiele telefoon. Het kassasysteem en de menukaart worden gekoppeld aan de MyOrder-app en klanten kunnen met hun mobieltje de menukaart opvragen, hun keus maken en de bestelling doorgeven. Na betaling door de klant (via MiniTix, mobiele portemonnee) kan de bestelling klaargemaakt en gebracht worden.

Rabobank biedt op deze manier betaalgemak aan consumenten. Er zijn al 3500 locaties (horeca, bioscopen, bezorgrestaurants, strandtenten) aangesloten.



Figuur 11. Werking MyOrder.

## Tot slot

Het aantal betalingen met mobiele telefoons neemt het snelste toe van alle betalingsmethoden. De snelle verspreiding van smartphones en mobiele betaalapplicaties heeft deze ontwikkeling bespoedigd. Van de verschillende methoden voor mobiel betalen is het betalen via een app of een webapplicatie via de browser het meest gebruikt. NFC-technologie, die het mogelijk maakt om bij een kassa met een mobiele telefoon te betalen, is in opkomst. De adoptie hiervan gaat minder snel dan verwacht, maar de voorspellingen zeggen dat over vijf jaar één op de vier consumenten (met een mobiele telefoon) zijn aankopen in de winkel met NFC-technologie afrekent.

De markt bestaat uit een steeds groter wordend aantal spelers. Standaardisatie (in Europa) blijft voornamelijk uit. Dit heeft tot gevolg dat de grootste en meest veelbelovende mondiale mobiele betalingsinitiatieven momenteel buiten Europa worden gestart en dat het gevecht om de markt in volle omvang bezig is.

Banken spelen in dit gevecht een speciale rol. Zij waren tot voor een paar jaar dé speler op het gebied van betalingen. Nu zullen banken alleen overleven als zij hun strategie aanpassen, diensten aan retailers sterk uitbreiden en op de juiste standaarden wedden. Slagen zij hier niet, dan zijn banken in de toekomst alleen nog de beheerder van de bankrekening, maar zullen andere partijen de klantrelatie domineren.

Voor bedrijven en consumenten ontstaan nieuwe mogelijkheden om zaken te doen: toegang tot evenementen, vervoer, zorg. Bestellen en betalen met een mobiel op terrassen. Mobiel bestellen, mobiel betalen en fysiek afhalen bij

het afhaalpunt. Niet meer in de rij staan bij een pretpark of dierentuin. Het biedt bedrijven de mogelijkheid om te innoveren in hun dienstverlening aan hun klanten.

### Literatuur

[Bloo11] Bloomberg.com, <http://www.bloomberg.com/news/2011-01-25/apple-plans-service-that-lets-iphone-users-pay-with-hand-sets.html>, januari 2011.

[Curr12] Currence, *Jaarverslag 2011, 2012*.

[Euro12] Europese commissie *Groenboek, Naar een geïntegreerde Europese markt voor kaart-, internet- en mobiele betalingen*, 2012.

[Face12] Facebook.com, <https://developers.facebook.com/blog/post/2012/02/27/helping-improve-the-mobile-web/>, 2012.

[Gart12] Gartner, *Forecast: Mobile Payment, Worldwide, 2009-2016*, mei 2012.

[Juni12] Juniperresearch.co, <http://juniperresearch.com/viewpress-release.php?pr=315>, 2012.

[KPMG11] KPMG, *Monetizing mobile*, juli 2012.

[Rabo12] Rabomobiel.nl, [http://www.rabomobiel.nl/rabomobiel/bedrijven/mobiel\\_betalen/innovaties/nfc](http://www.rabomobiel.nl/rabomobiel/bedrijven/mobiel_betalen/innovaties/nfc), 2012.

[Smar08] Smart Card Alliance, *Proximity Mobile Payments business scenarios: Research Report on Stakeholder Perspectives*, juli 2008.

[Tech11] Techcrunch.com, <http://techcrunch.com/2011/03/02/apple-200-million-itunes-accounts/>, maart 2011.

[Visa12] VisaEurope.com, <http://www.visaeurope.com/en/newsroom/faqs.aspx>, 2012.

### Over de auteurs

**Drs. P.C. Geerts MMC** is senior manager bij KPMG Management Consulting, Financial Services. Hij adviseert banken over de impact van externe ontwikkelingen op de veranderagenda met betrekking tot klantpropositie, processen, organisatie en IT.

**Dr. L.H. Westenberg CISA** is senior manager bij KPMG Management Consulting, IT Advisory. Zij is gespecialiseerd in Agile Design & Development met speciale aandacht voor innovatie door inzet van nieuwe technologie.