

Ruim een derde (38%) van de webwinkels met een internetkassa stuurt net als in 2009 op het gebruik van specifieke betaalmogelijkheden door deze standaard aangevinkt te hebben. Dit wordt het meest gedaan voor iDEAL (68%), op afstand gevolgd door overschrijving (13%).

Voor iDEAL is dit een stijging van 11% ten opzichte van 2009. Hiermee wordt de positieve trend van voorgaande jaren doorgezet.



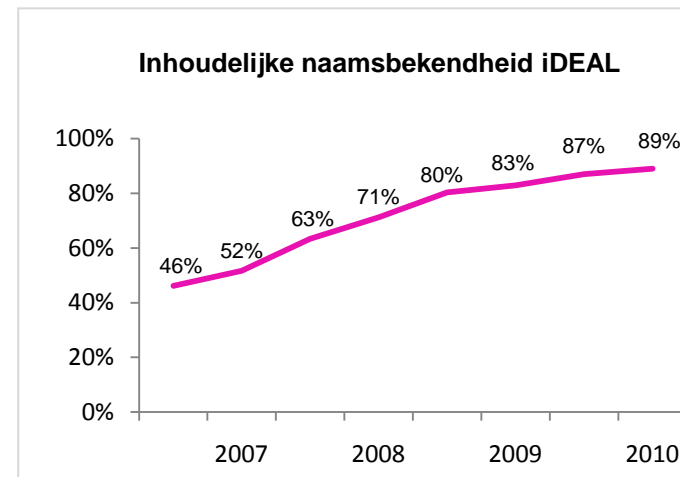
## Aanbod en gebruik betaalmiddelen bij online shoppen

Onderzoek bij webwinkels en online kopers - september 2010



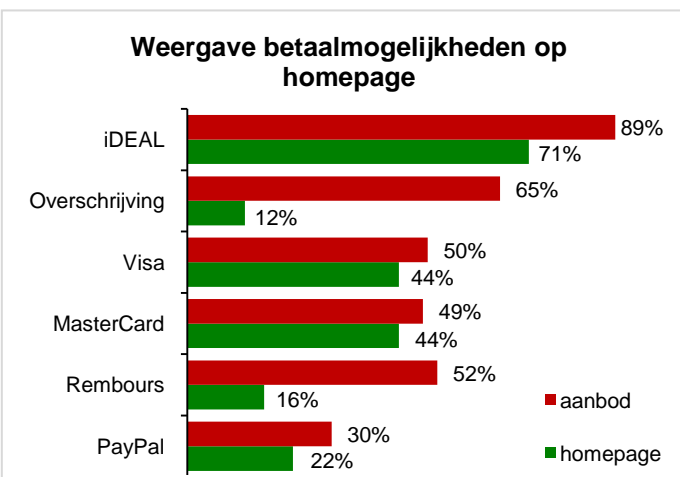
Door 6% van alle webwinkels met een internetkassa wordt het gebruik van een bepaalde betaalmogelijkheid beloond met een bepaalde actie. Hierbij kan gedacht worden aan gratis verzending, een korting in de vorm van een vast bedrag of een percentage van het aankoopbedrag etc..

Net als in voorgaande jaren wordt de actie in veruit de meeste gevallen gekoppeld aan het gebruik van iDEAL. Een enkeling gebruikt acties om het gebruik van een machtiging of overschrijving te stimuleren.



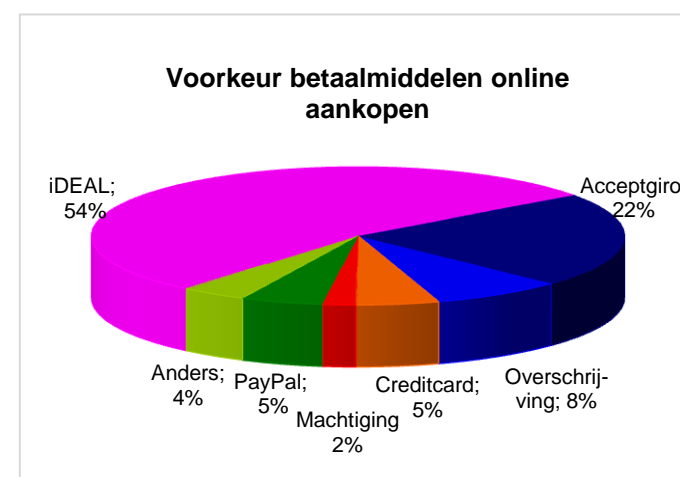
Het aantal online kopers dat inhoudelijk bekend is met iDEAL neemt nog steeds toe; halverwege 2010 weet 89% wat iDEAL inhoudt. Dit is een stijging van 7% ten opzichte van dezelfde periode in 2009.

Het aantal mensen dat nog nooit van iDEAL heeft gehoord neemt langzaam af. Halverwege 2009 was dit 5%, halverwege 2010 3%. Het aandeel online kopers dat nog nooit van iDEAL heeft gehoord is relatief hoog onder jongeren tot 24 jaar (11%).



Uit eerder onderzoek\* is gebleken dat het aanbod van betaalmogelijkheden voor online kopers een belangrijke factor is in de keuze voor de webwinkel. Een behoorlijk deel van hen zegt zelfs af te zien van de aankoop als niet met (één van) de favoriete betaalwijze(n) kan worden afgerekend.

Webwinkels spelen hier nog steeds onvoldoende op in. De betaalmogelijkheden worden in veel gevallen pas laat in het betaalproces aangegeven in plaats van direct op de homepage. Enige verbetering op dit vlak zien we de afgelopen jaren voor iDEAL. Echter, ook hier laat 20% van de webwinkels die iDEAL aanbieden kansen liggen.



Ook de voorkeur voor iDEAL is wederom toegenomen: van 44% halverwege 2009 naar 54% halverwege 2010 (+23%). De voornaamste redenen voor de voorkeur voor iDEAL zijn:

- Gemakkelijk: 64%
- Snel: 57%
- Veilig: 53%

De stijging van iDEAL gaat vooral ten koste van de voorkeur voor Acceptgiro (-25%). De voornaamste redenen voor de voorkeur van Acceptgiro zijn:

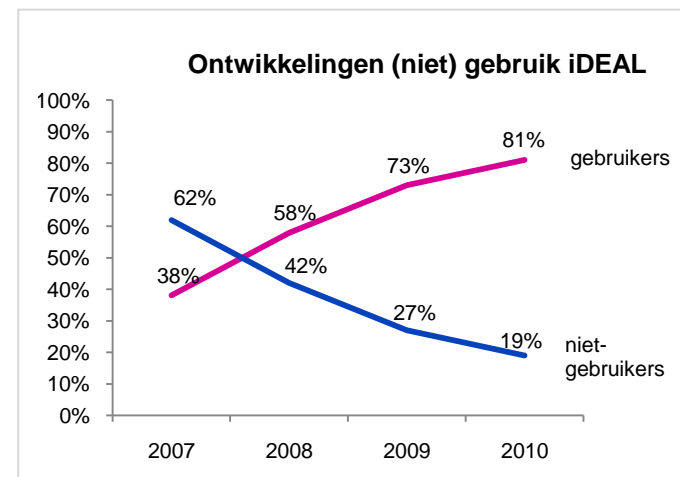
- Kan achteraf betalen: 59%
- Kan moment zelf bepalen: 48%
- Veilig: 40%

## Bronnen

Bron webwinkels: Onderzoek aanbod en profilering betaalmogelijkheden webwinkels:  
 ▶ 972 webwinkels met internetkassa in kaart gebracht in juli van dit jaar: (aspirant) leden van Thuiswinkel.org, aangevuld met enkele grote spelers;  
 ▶ Onderzoeksbureau: BOOM Marktverkenningen.

Bron online kopers: Onderzoek bekendheid en gebruik betaalmogelijkheden online kopers:  
 ▶ iDEAL specifieke vragen mee laten lopen met Thuiswinkel Markt Monitor van Blauw Research;  
 ▶ 1.458 online kopers hebben online vragenlijst ingevuld in juli van dit jaar.

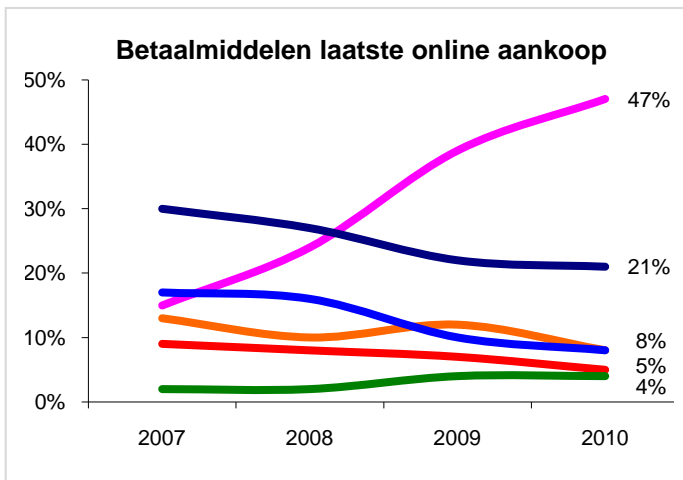
Met uitzondering van \*: Onderzoek motieven gebruik betaalmiddelen online kopen, Motivaction in opdracht van Currence, juni/juli 2009



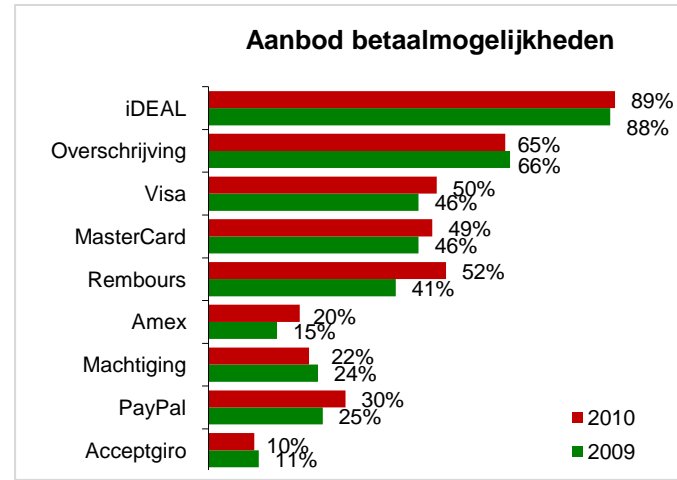
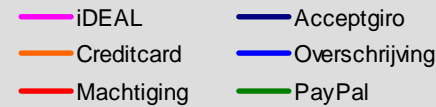
De positieve ontwikkelingen in bekendheid en voorkeur van iDEAL vertaalt zich logischerwijs in een toename van het aantal gebruikers. Dit is met 11% gestegen van 73% halverwege 2009 naar 81% halverwege 2010.

Begin 2010 heeft 19% van de online kopers iDEAL nog nooit gebruikt. De voornaamste redenen hiervoor zijn:

- Gewend op andere manier te betalen: 21%
- Betaal bij voorkeur achteraf: 21%
- Voorkeur ander betaalmiddel: 10%
- Geen zekerheid teruggave geld: 9%



Niet alleen het aantal gebruikers, ook het gebruik is het afgelopen jaar verder toegenomen. In de eerste helft van 2010 heeft bijna de helft van de online kopers de laatste aankoop met iDEAL betaald. Dit is een stijging van 21% ten opzichte van dezelfde periode in 2009 (van 39% naar 47%).



De veranderingen in het aanbod van de betaalmogelijkheden zijn beperkt. iDEAL is nog steeds het meest aangeboden betaalmiddel. Hierbij valt op dat de meeste webwinkels die iDEAL niet aanbieden (11%), alleen offline betaalmethoden aanbieden.

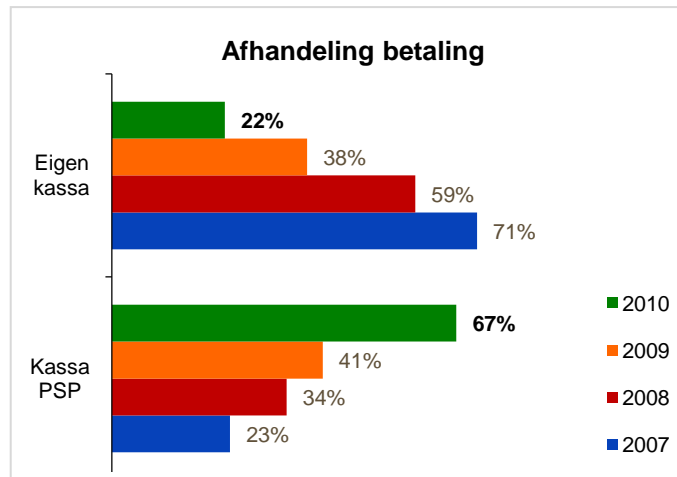
De voornaamste verandering van het afgelopen jaar is de toename American Express (+33%). Ook is het aanbod van rembours behoorlijk toegenomen (+27%). Dit komt waarschijnlijk doordat Thuiswinkel.org dit jaar middels certificering controleert of de aangesloten webwinkels zich houden aan de relevante wet- en regelgeving. Hierin is opgenomen dat webwinkels niet alleen vooruitbetalingen mogen vragen.



De voornaamste redenen voor het gebruik van iDEAL bij de laatste aankoop komen redelijk overeen met de redenen voor de voorkeur.

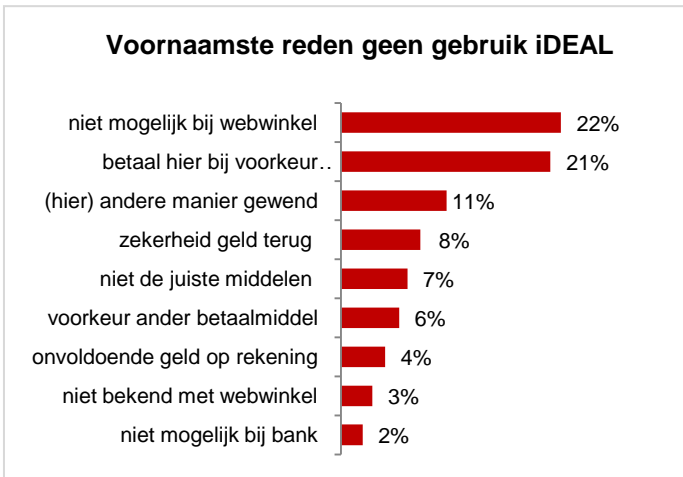
Wat opvalt is dat de drie meest genoemde redenen ook het meest worden genoemd door degenen die *geen* voorkeur hebben voor iDEAL. Andere redenen die zij verhoudingsgewijs vaak noemen zijn:

- ▶ Achteraf betalen was niet mogelijk 15%
- ▶ Korting bij betalen met iDEAL 6%
- ▶ Extra kosten bij favoriete betaalmethode 2%



Er is een duidelijke positieve trend waar te nemen in het aantal webwinkels dat gebruik maakt van een PSP: dit is met 67% gestegen van 41% in 2009 naar 67% in 2010.

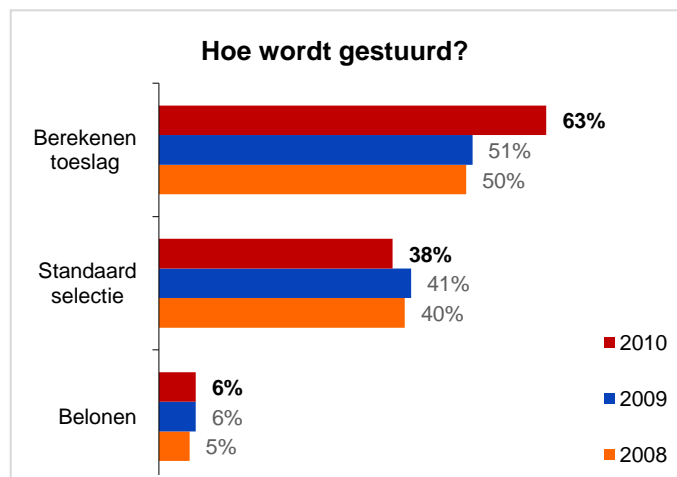
Deze stijging komt deels voort uit een verschuiving bij bestaande leden: sommigen hebben hun eigen internetkassa verruild voor die van een PSP (+58%). Een andere oorzaak ligt in de toetreding van nieuwe leden, waar het gebruik van PSP's hoger is dan bij bestaande leden (73% versus 63%).



De meest genoemde redenen om de laatste aankoop niet met iDEAL te betalen zijn dat het niet mogelijk was en dat men (in dit geval) liever achteraf betaalt. Online kopers die bij voorkeur met iDEAL betalen noemen – niet geheel onlogisch – hierbij vaker dat betalen met iDEAL bij de betreffende webwinkel niet mogelijk was dan degenen met een andere voorkeur.

De meest genoemde redenen van online kopers met een voorkeur voor iDEAL zijn:

- ▶ Niet mogelijk bij webwinkel 43%
- ▶ Betaal hier bij voorkeur achteraf 10%
- ▶ Niet de juiste middelen bij me 9%
- ▶ Onvoldoende geld op rekening 8%



Ruim driekwart (81%) van de webwinkels stuurde op het gebruik van de betaalmogelijkheden waar de voorkeur naar uitgaat. Dit is een toename van 11% opzichte van 2009.

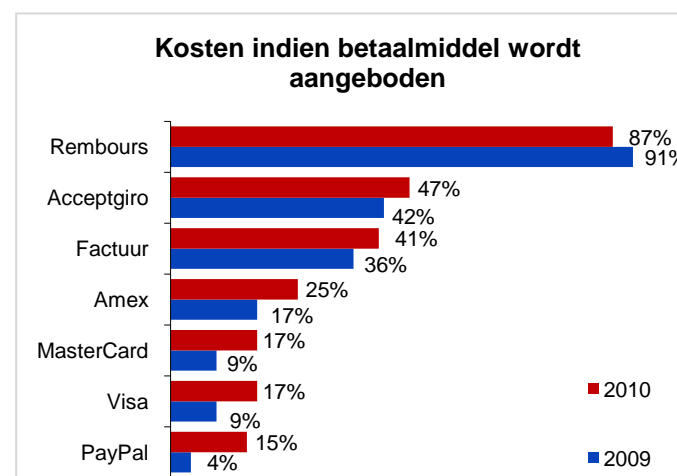
Nog vaker dan voorheen wordt het gebruik gestuurd middels een toeslag voor betaalmogelijkheden waar de voorkeur *niet* naar uitgaat (+24%). Het gebruik van standaard selectie - het vooraf aanvinken van een betaalmogelijkheid - en acties is ten opzichte van vorig jaar niet wezenlijk veranderd.



Het gebruik van de betaalmogelijkheden is niet altijd conform de voorkeur. Uit eerder onderzoek naar de motieven voor het gebruik van betaalmiddelen\* is gebleken dat – naast voorkeur – de volgende factoren een rol spelen bij het gebruik:

- ▶ persoonlijke situatie (er staat niet genoeg geld op de rekening, men wil de aankoop zo snel mogelijk in huis hebben etc.);
- ▶ de betaalmogelijkheden die de webwinkel biedt;
- ▶ de sturing door de webwinkel middels korting of extra kosten.

Hieruit blijkt de invloed van webwinkel op de keuze voor de betaalmethode.



Net als voorgaande jaren wordt door veruit de meeste webwinkels kosten gerekend voor het gebruik van rembours.

Opvallend is de stijging in het rekenen van kosten voor het gebruik van PayPal (+275%). Deze toename hangt ongetwijfeld samen met het feit dat PayPal sinds september vorig jaar niet langer een surcharge beding op mag nemen in de voorwaarden voor acceptatie.