

# iDEAL

## Vandaag en morgen

Onderzoek bij webwinkels en online shoppers 2011

iDEAL Mobiel



**CURRENCE**



Online betalen  
via uw eigen bank

Max Geerling  
Manager Cards & iDEAL

Thuiswinkel Update – 29 september 2011

# Aanbod en gebruik betaalmiddelen bij online shoppen

Onderzoek bij webwinkels en online shoppers 2011



# Achtergrond onderzoeken



CURRENCE



Onderzoek bekendheid en gebruik betaalmogelijkheden online kopers:

- ▶ iDEAL specifieke vragen in Thuiswinkel Markt Monitor
- ▶ Netto steekproef: 1.583 online kopers
- ▶ Veldwerk: juli 2011
- ▶ Onderzoeksbureau: Blauw Research

Onderzoek aanbod en profilering betaalmogelijkheden webwinkels:

- ▶ Betaalproces webwinkels doorlopen aan de hand van een vragenlijst
- ▶ 985 webwinkels met internetkassa in kaart gebracht: (aspirant) leden van Thuiswinkel.org, aangevuld met enkele grote spelers
- ▶ Veldwerk: juni /juli 2011
- ▶ Onderzoeksbureau: BOOM Marktverkenningen

# Online kopers: bekendheid en gebruik betaalmiddelen



CURRENCE



Online betalen  
via uw eigen bank

# iDEAL meest bekend bij online shoppers

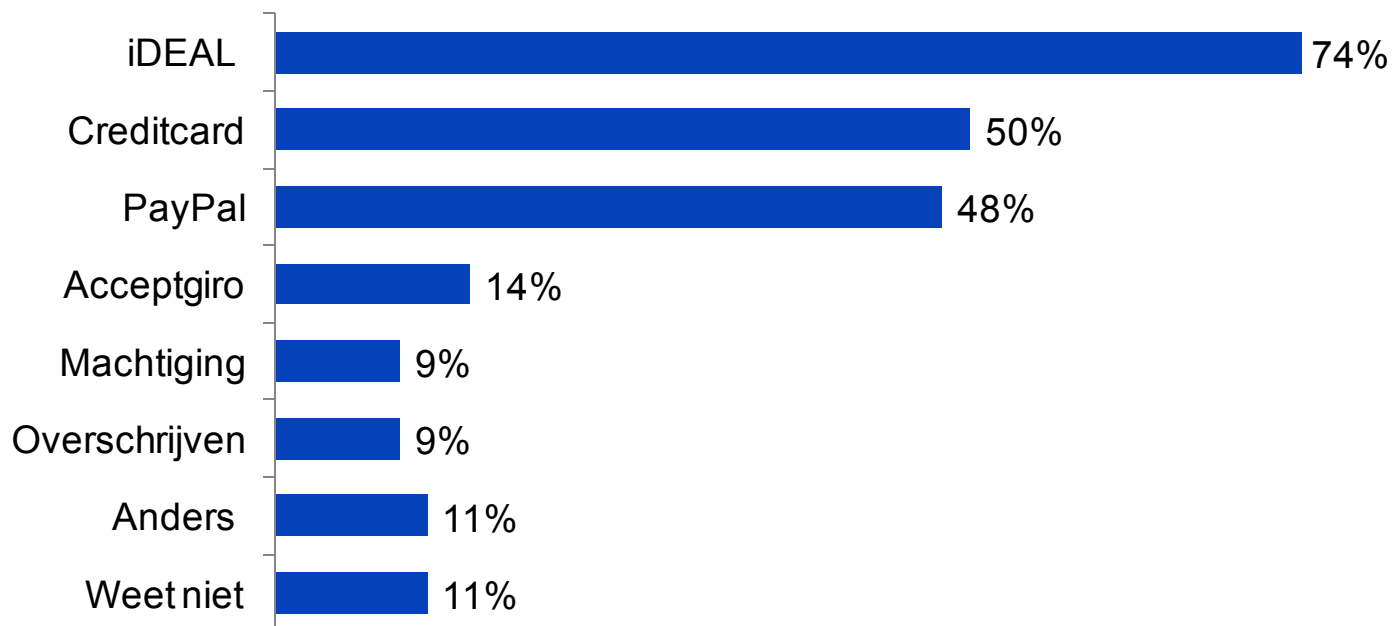


CURRENCE



Online betalen  
via uw eigen bank

## Spontane bekendheid

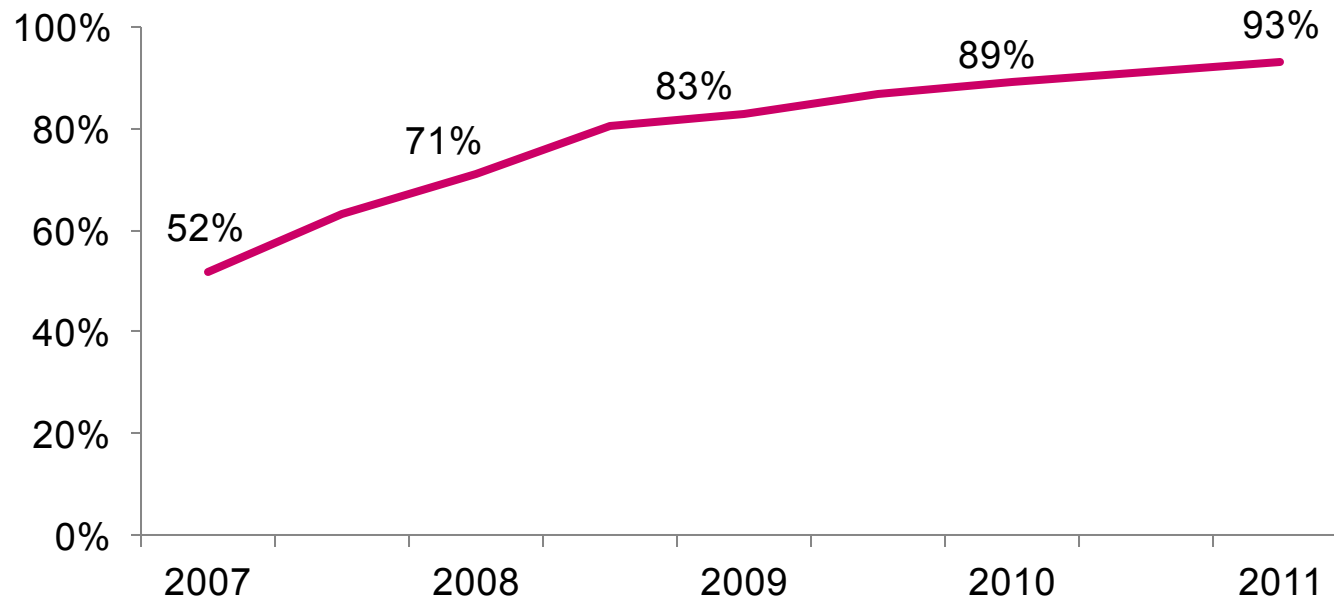


- ▶ iDEAL niet alleen meest bekend, maar ook het meest Top-of-Mind: 56% noemt iDEAL als eerste versus 17% PayPal en 10% creditcard.

# Bijna alle online kopers weten inmiddels wat iDEAL is



**Inhoudelijke naamsbekendheid iDEAL**



- ▶ Ondanks de reeds hoge bekendheid is het aantal online shoppers dat weet wat iDEAL is in 2010 opnieuw toegenomen (+ 4%).
- ▶ 2% van de online shoppers heeft nog nooit van iDEAL gehoord.

# iDEAL nog steeds favoriet bij online kopers

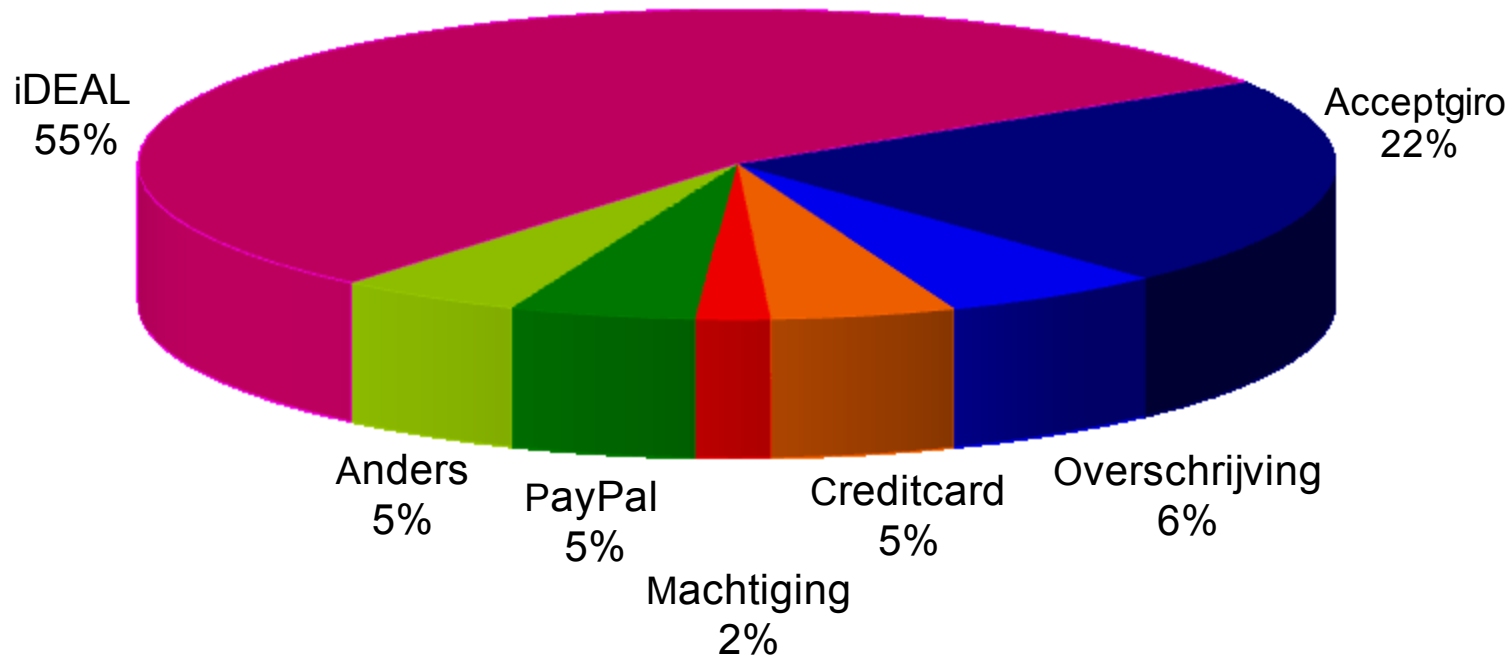


CURRENCE



Online betalen  
via uw eigen bank

## Voorkeur betaalmiddelen online aankopen



- ▶ In de voorkeur van betalen is het afgelopen jaar nauwelijks iets gewijzigd.



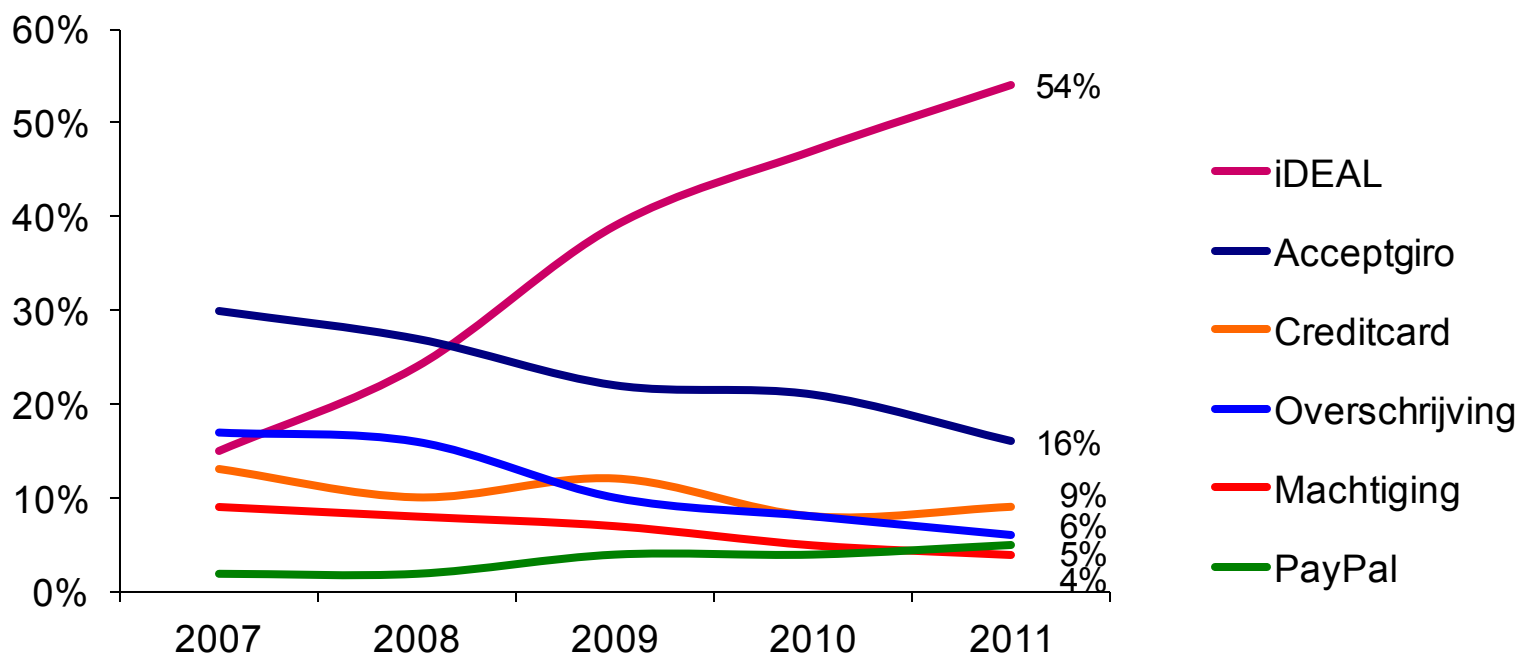
CURRENCE



Online betalen via uw eigen bank

# Gebruik iDEAL blijft toenemen

Betaalwijze laatste online aankoop



- ▶ Gebruik iDEAL bij laatste aankoop is opnieuw toegenomen: + 15%
- ▶ Opvallend: PayPal is relatief vaak top-of-mind, maar wordt door slechts weinig online shoppers daadwerkelijk gebruikt.





CURRENCE

Online betalen  
via uw eigen bank

# Veiligheid en snelheid voornaamste redenen gebruik iDEAL

## Voornaamste reden gebruik iDEAL



*Basis: online kopers die laatste aankoop met iDEAL hebben betaald (54% van totaal)*

- ▶ Meest genoemde redenen voor degenen die *geen* voorkeur hebben voor iDEAL zijn dat achteraf betalen niet mogelijk was en snelheid (beide 22%), gevolgd door veiligheid en gemak (beide 21%).



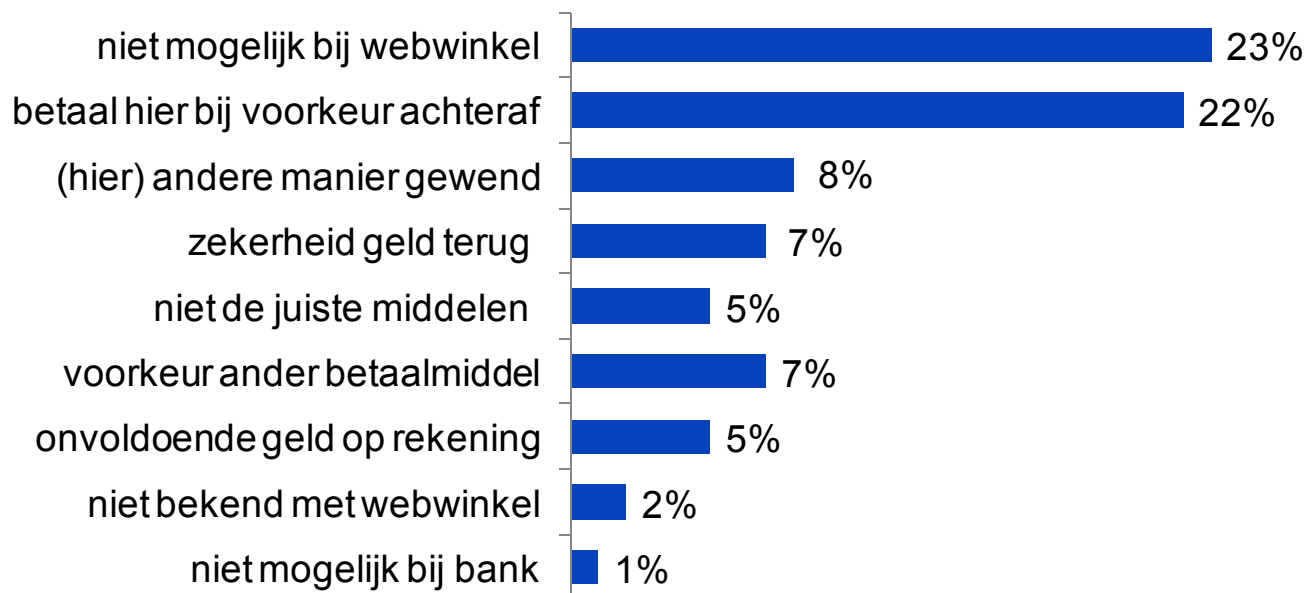
CURRENCE



Online betalen  
via uw eigen bank

# Gebrek aan acceptatie nog steeds belangrijke beperking iDEAL gebruik

## Voornaamste reden geen gebruik iDEAL



Basis: online kopers die laatste aankoop niet met iDEAL hebben betaald (46% van totaal)

- ▶ Online kopers met een voorkeur voor iDEAL geven vaker aan dat iDEAL niet werd aangeboden door betreffende webwinkel (39%).

# Webwinkels: aanbod en profilering betaalmiddelen



CURRENCE

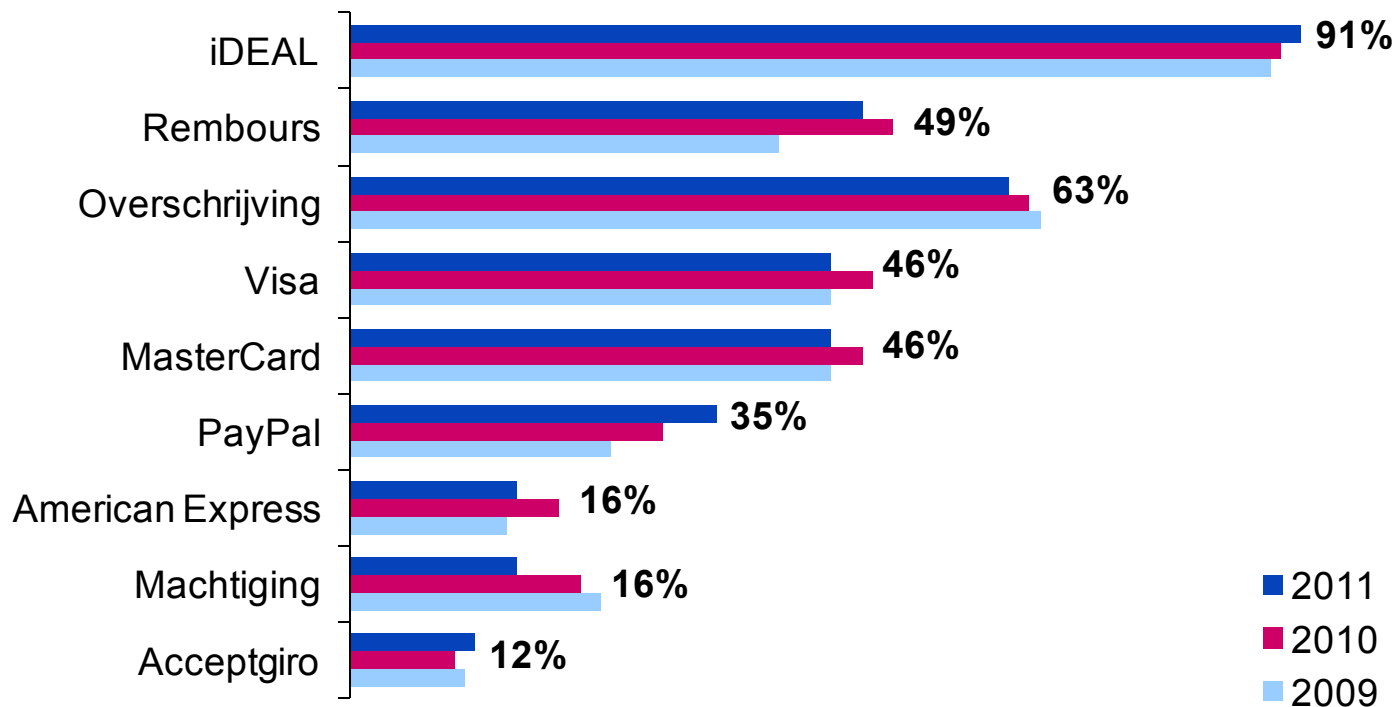


Online betalen  
via uw eigen bank

# Veranderingen in aanbod betaalmogelijkheden beperkt



**Aanbod betaalmogelijkheden**



- ▶ Het merendeel van de webwinkels die geen iDEAL aanbieden, biedt alleen offline betaalmogelijkheden.
- ▶ Opvallend: aanbod PayPal blijft toenemen, terwijl gebruik gelijk blijft.

# Gebruik PSP's is toegenomen

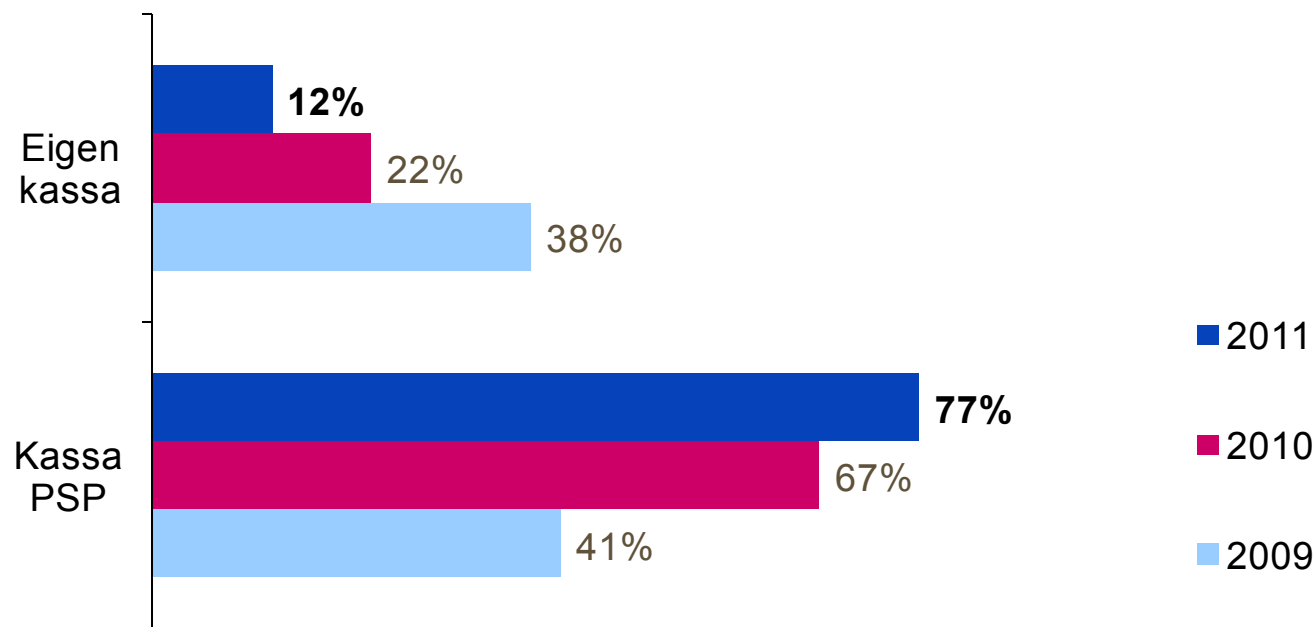


CURRENCE



Online betalen  
via uw eigen bank

## Afhandeling betaling



► Gebruik PSP's is wederom toegenomen (+15%)

# Ruim driekwart van de webwinkels stuurt op gebruik betaalwijzen

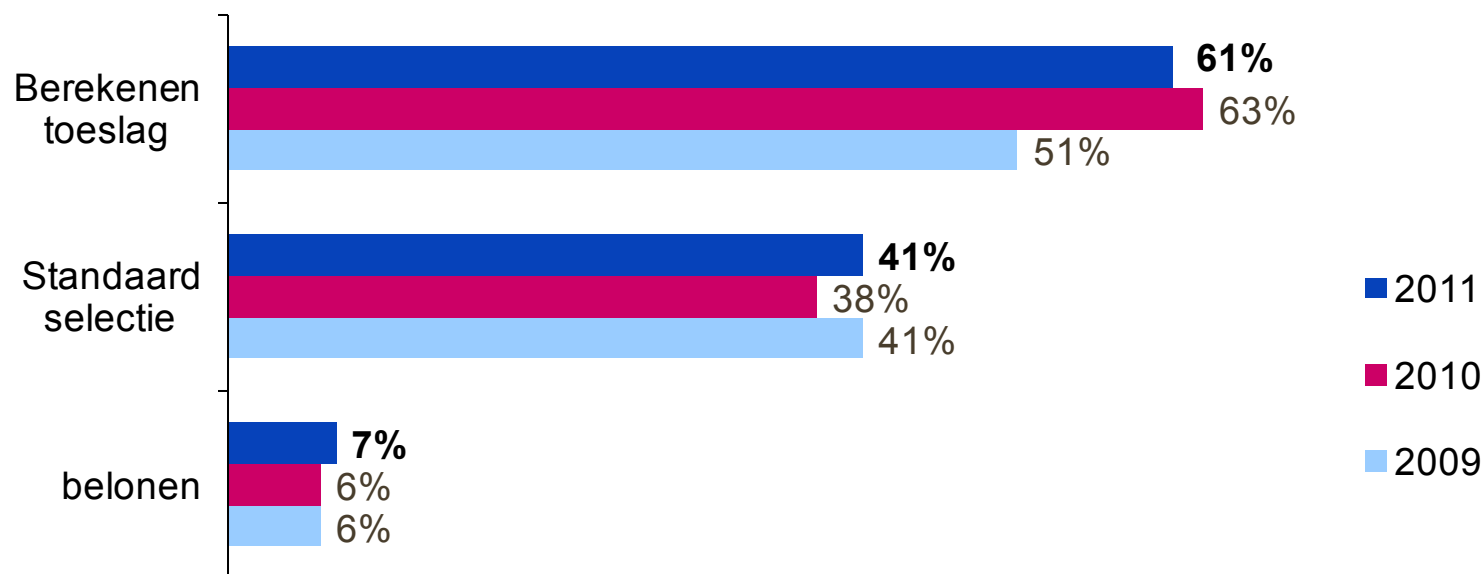


CURRENCE



Online betalen via uw eigen bank

Manier van sturen



- Toeslagen worden met name in rekening gebracht bij achteraf betalen met Rembours (89%) en Acceptgiro (41%).

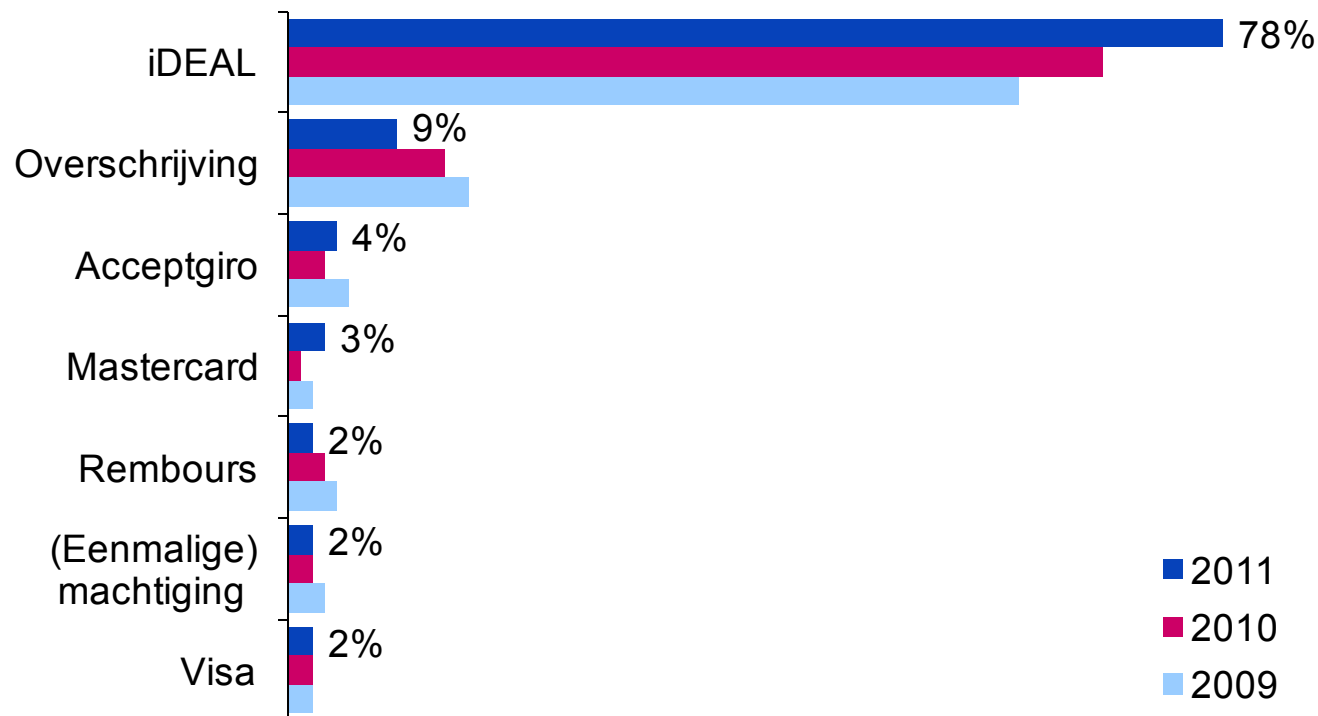
# iDEAL meest 'vooraf aangevinkt'



CURRENCE



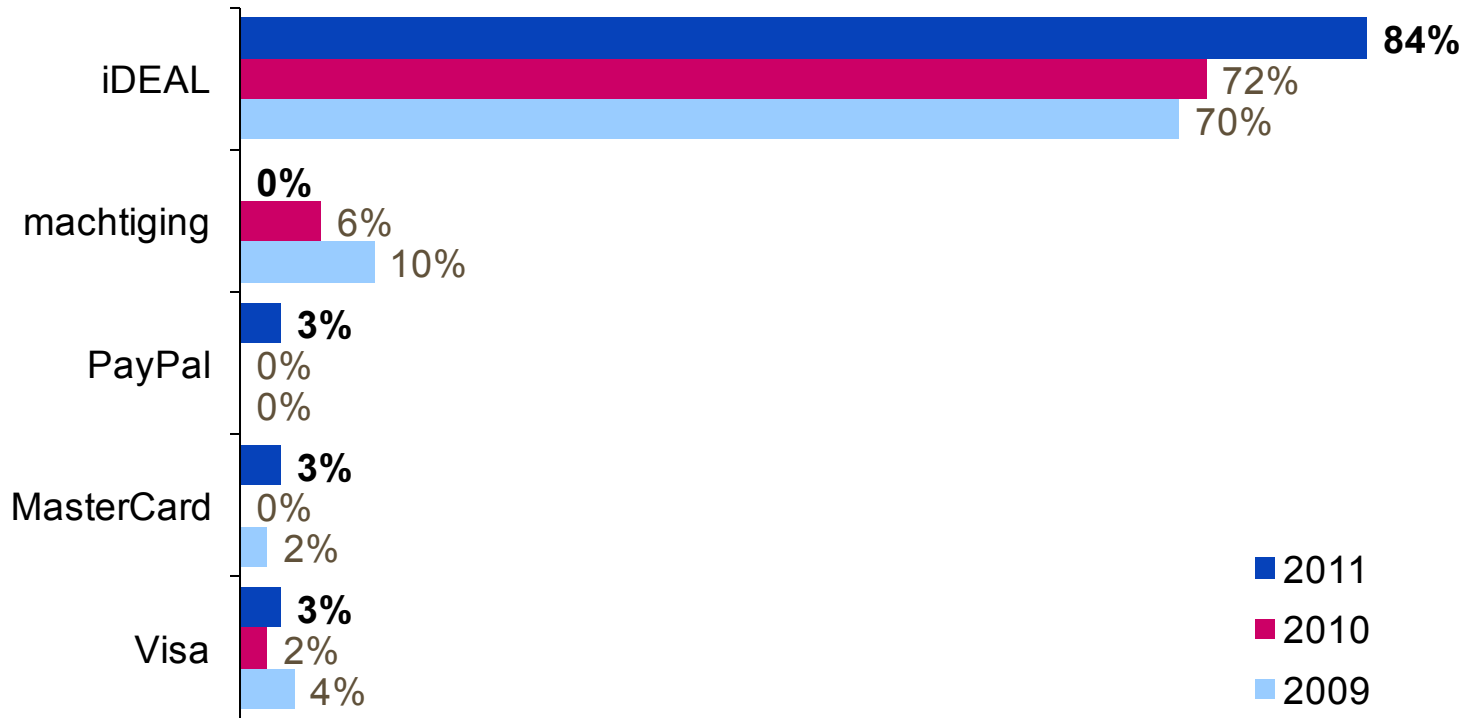
Online betalen  
via uw eigen bank



Basis: webwinkels die een betaalmogelijkheid vooraf hebben aangevinkt (39% van totaal)

- ▶ iDEAL wordt wederom vaker 'vooraf aangevinkt' (+ 15%), met name ten koste van overschrijving (-25%).

# Gebruik iDEAL meest beloond



Basis: webwinkels die stimuleren middels acties (7% van totaal)





# iDEAL Mobiel

Waar staan we nu?

Hoe gaat het eruit zien?



# Voortdurende groei iDEAL transacties

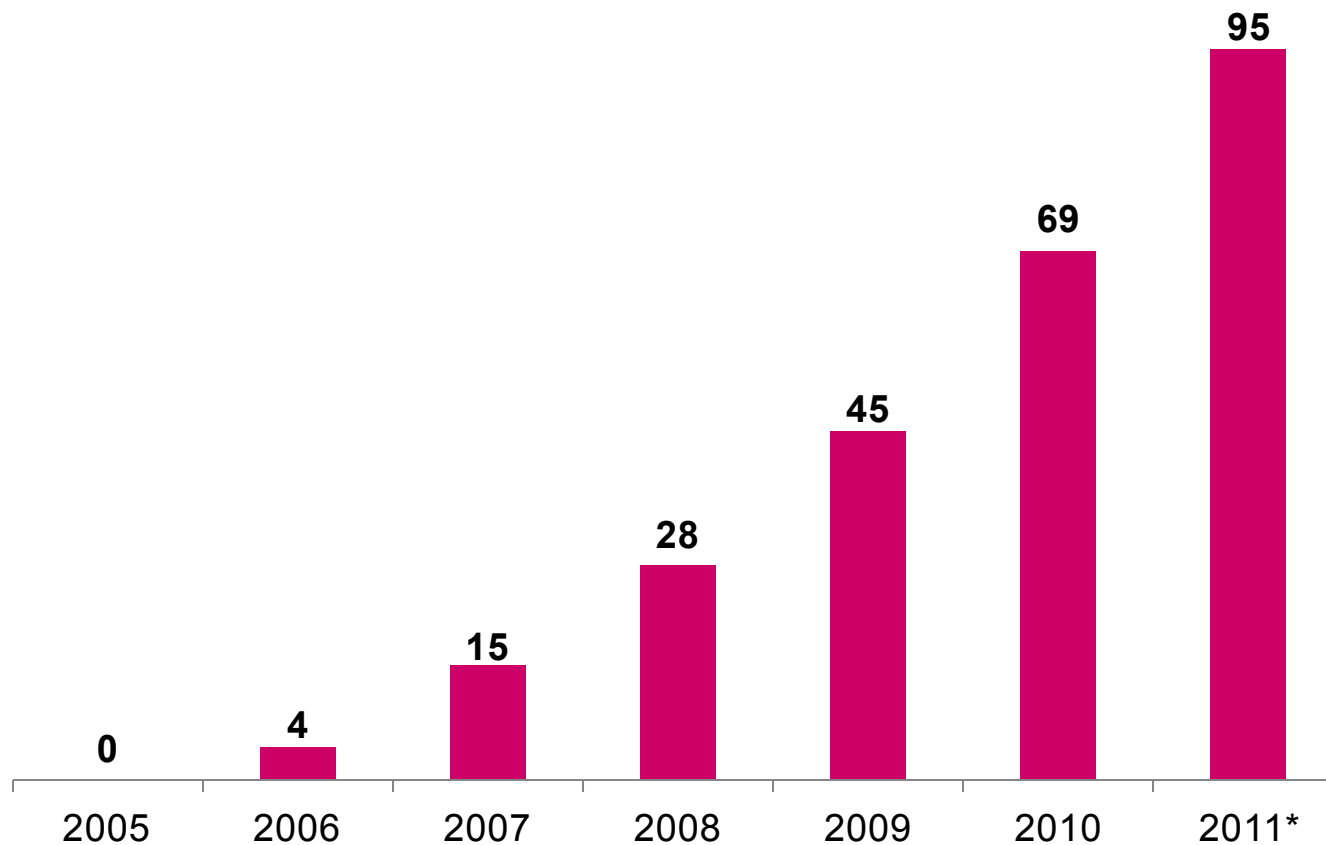


CURRENCE



Online betalen  
via uw eigen bank

Aantal iDEAL transacties (in miljoenen)



\* Prognose op basis van transactiecijfers t/m augustus

# Razendsnelle groei smart phones

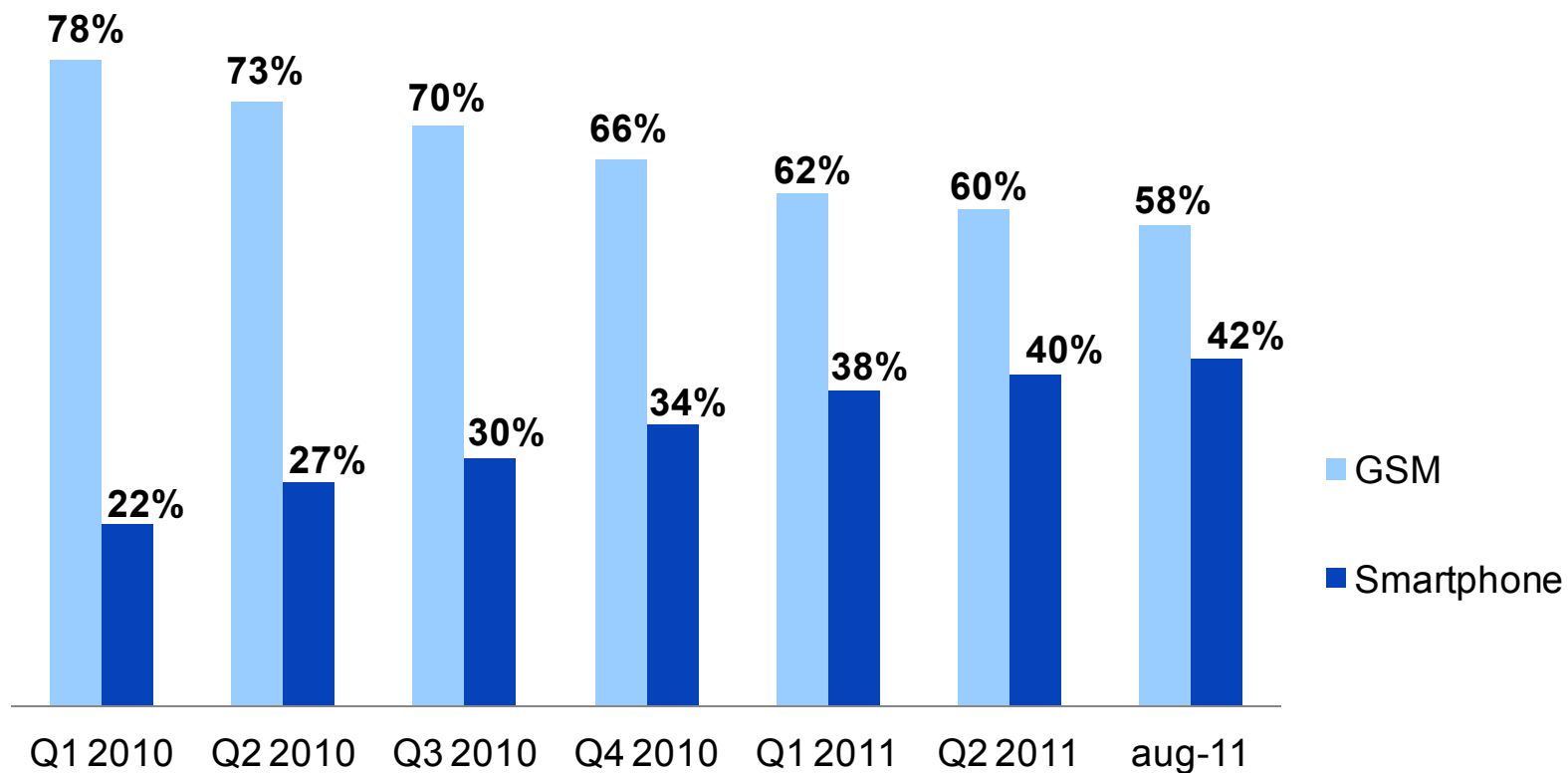


CURRENCE



Online betalen  
via uw eigen bank

## Verdeling GSM - Smartphones



Bron: Emerce, augustus 2011

# iPad populair voor mobiel surfen

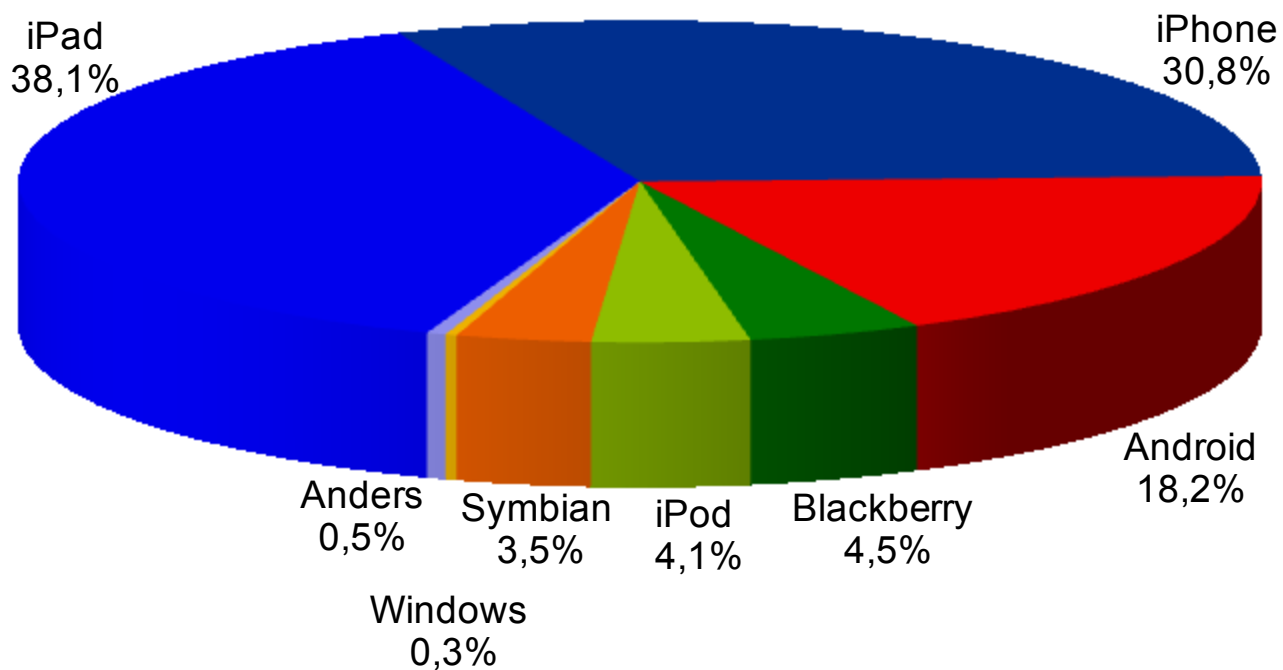


CURRENCE



Online betalen  
via uw eigen bank

## Mobiele bezoeken Nederlandse websites (mei 2011)



Bron: Emerge, augustus 2011

# iDEAL 'as-is' op een mobiel device



- Technisch kan het, maar het is verre van ideaal
  - Gebruiksgemak
  - Veiligheid



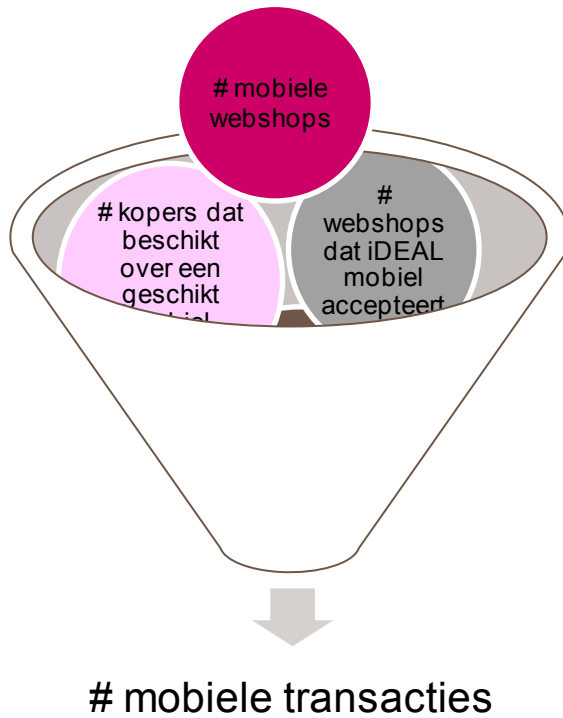
# Vragen, vragen, vragen ...



App of browser



Business case



Veiligheid

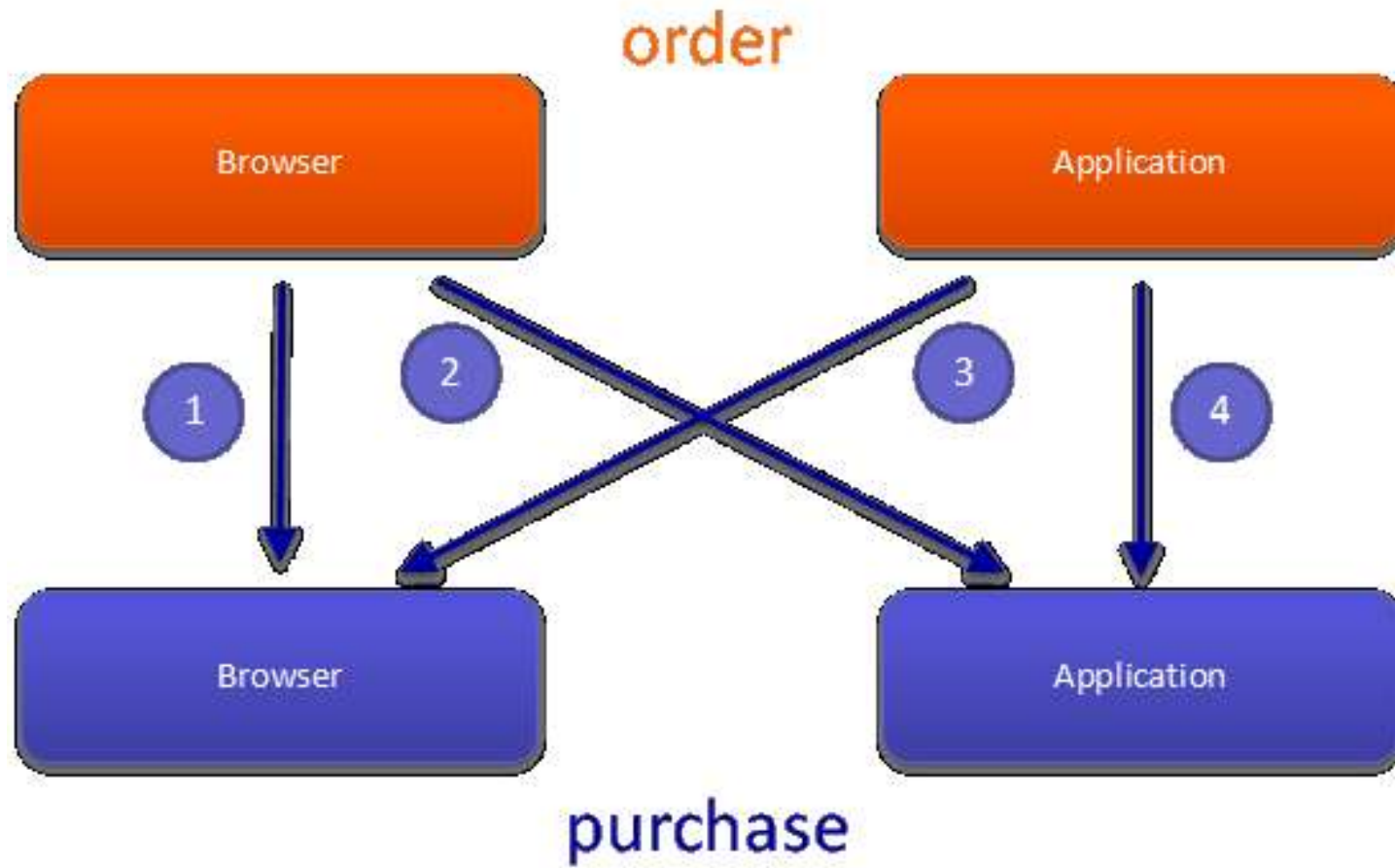


# Stand van zaken

- Business case is niet de vraag
- Het gevoel van urgentie overheerst
- Veiligheid is een cruciale succesfactor voor het merk iDEAL
- Zeker ook voor mobiel gebruik
- Veiligheidsonderzoek uitgevoerd in Q2-Q3 2011
- Risico's en maatregelen in kaart gebracht voor licentiehouders
- Grote stap voorwaarts gemaakt
- iDEAL Mobiel gaat er nu snel komen
- Zowel via browser als door middel van apps



# Onderzoek richt zich op vier use cases





# Consument niet belasten met kanaalkeuze



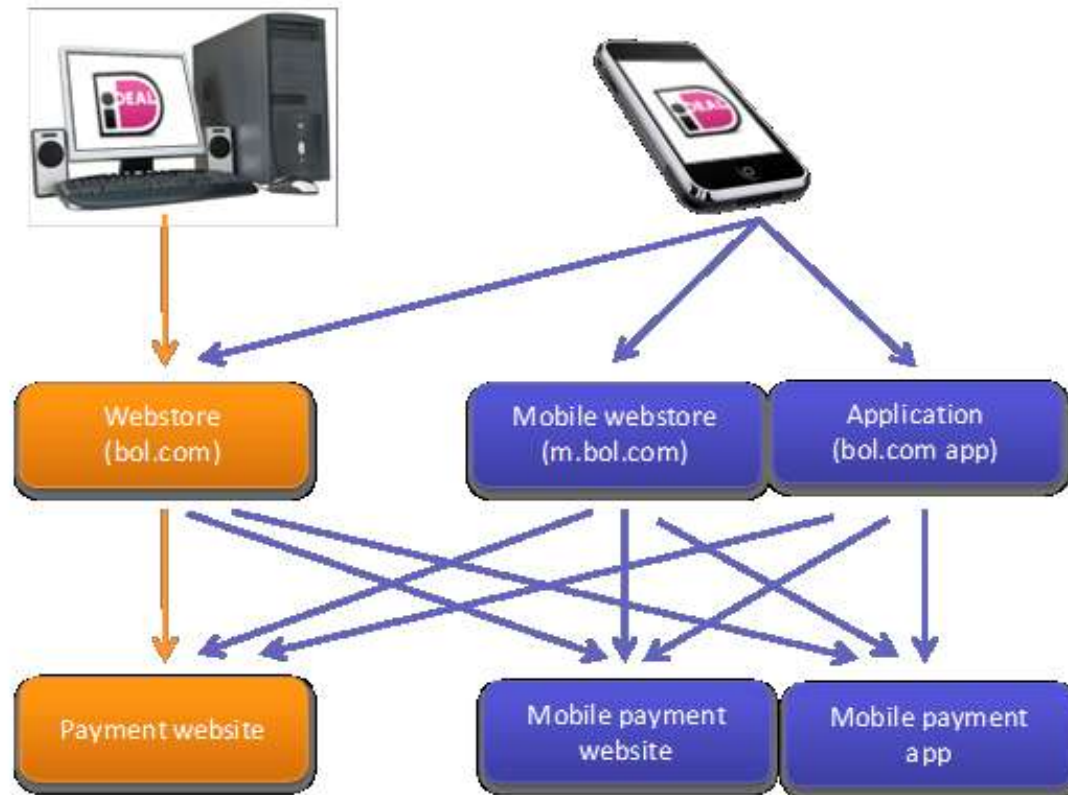
Consumer



Merchant



Issuer



# Oplossen aan de issuing-zijde



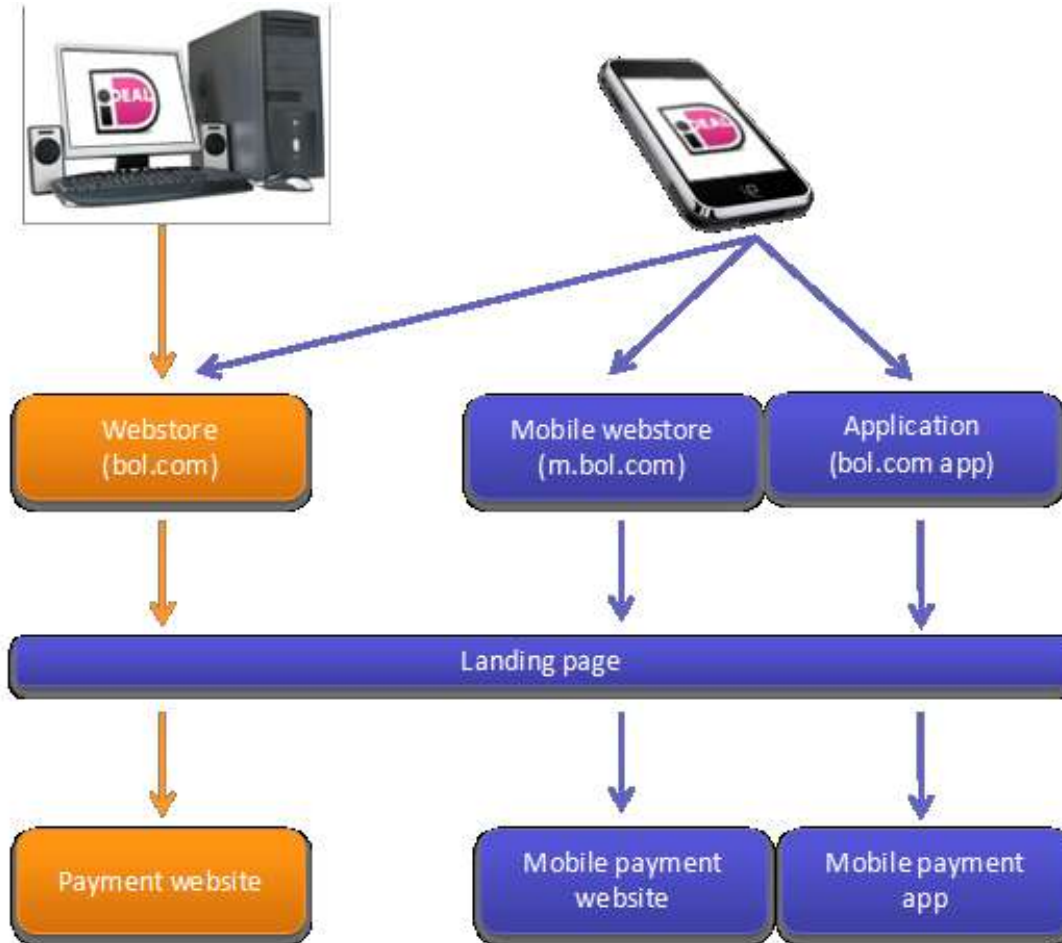
Consumer



Merchant



Issuer



# Uitkomsten veiligheidsonderzoek



- Geen wezenlijk verschil in veiligheid tussen app en browser
- Grootste bedreiging is de gebruiker zelf
- Geen technische obstakels voor iDEAL protocol vanuit mobiel
- Aangepaste authenticatie / autorisatie mogelijk; voor mobiel gebruik
- Beveiliging maakt onderdeel uit van het ontwerp smart phones
- Grote diversiteit aan gebruikssituaties en vorm-factoren
- Specifieke risico's en maatregelen bij gebruik van smart phones

# Specifieke risico's en maatregelen

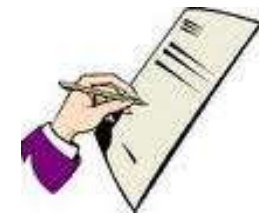


## Maatregelen

### Risico's

- Jailbreaken
- Fysieke toegang
- Aanval vanuit netwerk
- Malware
- Social Engineering

Application Isolation  
(sandboxing)



Application signing



Encryptie



Access Control

# Impact

## Merchant

- Geen impact op het iDEAL protocol
- Uitbreiding op de Merchant Integration Guide (logo's e.d.)



CURRENCE



Online betalen  
via uw eigen bank

## Issuer

- Aansluiten bij mobiel bankieren voor maximale herkenbaarheid
- Toepassen uitkomsten veiligheidsonderzoek op mobiel bankieren
- Bestaande iDEAL regels van toepassing; addendum voor Mobiel

## Currence

- Voorlichting via ideal.nl en via acquiring/issuing banken
- Uitbreiding op “Veilig Bankieren” met NVB
- Moment bepalen voor brede campagne “iDEAL Mobiel”

# Vragen

Max Geerling

[m.geerling@currence.nl](mailto:m.geerling@currence.nl)

[iDEAL@currence.nl](mailto:iDEAL@currence.nl)

