



Position Paper 2013

Online betalen in Nederland

12 aanbevelingen

Thuiswinkel.org

Ede, maart 2013

1 Inleiding

In deze zevende, jaarlijkse Position Paper doen de Nederlandse webwinkels, verenigd in Thuiswinkel.org¹, 12 aanbevelingen voor veilige en gebruiksvriendelijke betaalmethoden. Deze aanbevelingen zijn erop gericht consumenten zo goed mogelijk van dienst te zijn en de groei van de Nederlandse e-commerce sector te waarborgen. Elk van deze aanbevelingen is gericht op stakeholders in het betalingsverkeer. Thuiswinkel.org roept partijen op de aanbevelingen te verwezenlijken en zo bij te dragen aan de verdere ontwikkeling van de jonge en dynamische e-commerce-sector.

1.1 De markt van 2012 in cijfers

Het gebruik van internet en het online kopen van producten en diensten in Nederland stijgt al jaren. Ondanks de aanhoudende crisis is de omzet door verkoop van producten en diensten via internet in de eerste helft van 2012 gestegen naar € 4,61 miljard. Voor 2012 verwacht Thuiswinkel.org een omzet van producten en diensten van € 10 miljard. Terwijl de omzet in de fysieke detailhandel onder druk staat (CBS, 2012), blijft de markt voor online verkopen stabiel verder groeien met 9% ten opzichte van de eerste helft van 2011. Ondanks de crisis hebben consumenten gemiddeld bijna vijf keer een online aankoop gedaan in de eerste helft van 2012, een toename van 7% ten opzichte van een jaar daarvoor. In totaal zijn er in de eerste helft van 2012 42 miljoen internetbestellingen gedaan, een groei van 15%². De verwachting is dat de groei van e-commerce ook in de komende jaren aanhoudt omdat steeds meer mensen vertrouwd raken met het online aankopen. Ook is groei te verwachten via het mobiele kanaal. Nu internet mobiel is geworden, via smartphones en tablets, wordt e-commerce dat ook. In de eerste helft van 2012 bestelden 1,5 miljoen consumenten een product of dienst op internet met een smartphone of tablet. In de eerste helft van 2011 waren dit er nog 740.000. Het aantal mobiele kopers is daarmee in het eerste half jaar van 2012 verdubbeld ten opzichte van het jaar daarvoor³.

1.2 Enkele relevante ontwikkelingen

Om mensen altijd en overal zo goed mogelijk van dienst te kunnen zijn, is er behoefte aan veilige en gebruiksvriendelijke betaalmethoden, ook voor het mobiele kanaal. Webwinkeliers zijn voor hun dienstverlening sterk afhankelijk van goed toegesneden betaalproducten. Daarnaast stelt online dienstverlening andere eisen aan een betaalproduct dan traditionele

¹ Thuiswinkel.org vertegenwoordigt ruim 1.700 leden die online producten en diensten aan consumenten verkopen. Samen realiseren zij ruim 75% van alle online consumentenbestedingen in Nederland. Thuiswinkel.org behartigt de belangen van haar leden, versterkt het imago van en bevordert het vertrouwen in kopen op afstand bij haar doelgroepen. Voor meer informatie, zie: <http://www.thuiswinkel.org/>

² Blauw Research/Thuiswinkel.org, Thuiswinkel Markt Monitor, september 2012-1

³ Blauw Research/Thuiswinkel.org, M-Commerce Monitor, oktober 2012

retail, waardoor er behoefte ontstaat aan andere betaaltechnieken. Enkele noemenswaardige ontwikkelingen zijn BitCoin, access to account en het online bestellen in fysieke winkels.

BitCoin is een vorm van elektronisch geld en kunnen worden opgeslagen op een PC in de vorm van het *wallet* bestand of worden beheerd door een derde partij. In beide gevallen kan het geld naar een ander persoon worden verzonden via het internet door iedereen met een Bitcoinadres. Het is een interessante ontwikkeling buiten de bankensector om. De tweede ontwikkeling beoogt ook het betalingsverkeer onafhankelijker te maken van banken. Gekeken wordt namelijk naar de mogelijkheden om derden toegang te geven tot de betaalrekening van consumenten om online betaaldiensten aan te bieden, als uitvloeisel van het bestaande issue 'access to account'. Kern is dat derde partijen toegang krijgen tot een betaalrekening na toestemming van consument en issuing bank. Deze derde partijen zullen alleen transacties faciliteren, en niet zelf geld kunnen overschrijven of beheren. De derde ontwikkeling is dat winkelketens steeds vaker hun webwinkel aan hun fysieke winkel koppelen en gekeken wordt naar mogelijkheden om klanten in de winkel online te laten bestellen en te betalen. Nieuwe betaaloplossingen maken dit gemakkelijker, zie bijvoorbeeld de recente aankondiging van PayPal Here. Een voordeel voor consumenten is dat een niet aanwezig product door een medewerker besteld kan worden en de volgende dag thuis laten bezorgen. De klant rekent af bij een mobiele kassa, bestaande uit een tablet en een pinapparaat op de afdeling zelf. Deze mix van handelen zorgt ervoor dat een online platform wordt aangeboden in de fysieke winkel.

1.3 De aanbevelingen

Dit Position Paper spreekt verschillende partijen aan om samen te werken aan verbetering van online betaaldiensten.

De gezamenlijke Nederlandse banken en Currence

- 1) Dring de downtime van iDEAL terug, verbeter de communicatie in het geval van ongeplande niet-beschikbaarheid, zowel naar consumenten als naar webwinkels en leg op een sturende manier deze doelen vast in een stelsel van afspraken met webwinkels.
- 2) Zorg voor een spoedige introductie en uitrol van mobiel iDEAL.
- 3) Zoek mogelijkheden zodat de betaler weet aan wie betaald is.

De Nederlandse banken en de card-schemes

- 4) Beperk de verschillen tussen 3D Secure onderling, zodat standaardinformatie aangeboden kan worden en consumenten weten waar ze aan toe zijn en 3D Secure omarmen.
- 5) Zorg dat 3D Secure geschikt is voor het mobiele betalingsverkeer en bepleit dat online betalingen met credit cards met minder inlog codes gedaan kunnen worden.

PayPal en achteraf betalen

- 6) Geef meer duidelijkheid over de geldende PayPal verkoperbescherming.
- 7) Wees als achteraf betaalmethoden duidelijk over kosten, klantbehandeling en incassotraject naar webwinkels en consumenten.

De Europese Banken en EBA CLEARING

- 8) Voer een pan-Europese betaalmethode in waarmee consumenten door heel Europa kunnen betalen via hun bankrekening.

De Nederlandsche Bank

- 9) Werk actief mee aan de realisatie van access to account, in lijn met de Europese ontwikkelingen, in Nederland.

Payment Service Providers

- 10) Wees herkenbaar door de naam van de webwinkel in de omschrijving van de betaling op te nemen.
- 11) Werk samen om het proces bij betwiste betalingen te stroomlijnen: help webwinkels bij verweer van onterechte charge back en geef inzicht bij terugkoppeling of land van transactie overeenkomt met land van uitgifte van creditcard.
- 12) Webwinkels moeten alle crediteringen standaard via hetzelfde betaalmiddel kunnen laten verlopen als klant heeft gebruikt bij aankoop.

2 iDEAL: betrouwbaarheid van dienstverlening

2.1 iDEAL: beschikbaarheid en communicatie

iDEAL is sinds de start in 2005 verreweg het belangrijkste Nederlandse betaalmiddel geworden voor de online sector⁴. De mate van beschikbaarheid van iDEAL laat echter sterk te wensen over, ondanks de aandacht die webwinkels hier op diverse gelegenheden voor hebben gevraagd. De door de banken gehanteerde norm van 99% wordt niet in alle gevallen gehaald⁵.

Bovenop het niet halen van de gehanteerde norm hebben alle grootbanken in het afgelopen jaar te maken gehad met zogenaamde 'major incidents', die de beschikbaarheid van iDEAL voor het grote publiek tot een thema hebben gemaakt. De schade door niet-beschikbaarheid van iDEAL is voor webwinkels significant en loopt inmiddels in de vele miljoenen euro's op jaarbasis, vergelijkbaar met de uitval van PIN in fysieke winkels. Dit is niet acceptabel voor webwinkels.

Het significant terugbrengen van de downtime van iDEAL en het voorkomen van major incidents is daarom van het grootste belang. Voor webwinkels, maar ook voor het imago van de sector omdat het effect heeft op het vertrouwen van consumenten in online betalen. Van banken mag verwacht worden dat zij zich aan de (eigen) normen van beschikbaarheid committeren. Van iDEAL producteigenaar Currence mag worden verwacht dat zij deelnemende banken aan normen van beschikbaarheid, vastgelegd in licentieafspraken, houdt en waar nodig boetes

⁴ 55% van de online shoppers prefereert iDEAL boven elke andere betaalwijze. Bron: Currence, 21 januari 2013.

⁵ Zie http://www.currence.nl/Downloads/iD_Beschikbaarheidscijfers.pdf

oplegt. Thuiswinkel.org wil met individuele banken en Currence prestaties monitoren, normen van beschikbaarheid (her)ijken en prestatie- en nakomingsafspraken gaan vastleggen.

Hoewel de communicatie over de niet-beschikbaarheid van iDEAL naar webwinkels in recente jaren is verbeterd, worden webwinkels bij niet-beschikbaarheid en major incidents verrast door het feit dat één van de aangesloten consumentenbanken niet beschikbaar is. De consument krijgt de melding dat betalen (tijdelijk) niet kan, terwijl de webwinkel hier niet van op de hoogte is gebracht. Een voortvarende communicatie van ongeplande niet-beschikbaarheid van deze consumentenbanken is cruciaal. Hier moet significante verbetering in komen door te zorgen dat bij consumenten duidelijk is dat de storing bij de bank ligt en niet bij de webwinkel. Dit geldt met name in situaties wanneer de performance lager ligt, waardoor een transactie bij winkel A vastloopt maar bij winkel B lukt. Het beeld ontstaat dan dat het aan webwinkel A ligt. Dit betekent direct verlies van inkomsten voor de winkel en breed afbreuk van betrouwbaarheid voor de branche.

Aanbeveling 1: dring de downtime van iDEAL terug, verbeter de communicatie in het geval van ongeplande niet-beschikbaarheid, zowel naar consumenten als naar webwinkels en leg op een sturende manier deze doelen vast in een stelsel van afspraken met webwinkels [aan de Nederlandse banken en Currence].

2.2 Snelle uitrol van mobiel iDEAL

De M-Commerce Monitor van Thuiswinkel.org geeft het overtuigend aan: mobiel groeit. Dit benadrukt dat banken snel tot de ontwikkeling van een mobiele variant op iDEAL moeten komen. Ondanks de jarenlange en hoge verwachtingen van mobiel winkelen en betalen, is er tot op heden naast PayPal geen bevredigende mobiele vooraf betaalmethode voorhanden, terwijl mobiele betaaloplossingen tot meer gebruiksgemak en conversie/omzet kunnen leiden. Dit blijkt ook uit het veelvuldig gebruik, indien aangeboden, van achteraf betalen via de mobiele telefoon. Iedereen kan zien hoe deze markt ontwikkelt. Een gebrek aan mobiele betaaloplossingen is een rem op m-commerce. Webwinkels hebben ook op het gebied van mobiele betaalmethoden behoefte aan een diversiteit van betaallopties en banken dienen hierin hun verantwoordelijkheid te nemen. Diversiteit stimuleert innovatie en concurrentie en daarmee scherpe prijzen voor webwinkels en consumenten. Gezien de positie en het marktaandeel van iDEAL is het bijzonder wenselijk om snel een betrouwbaar en gebruiksvriendelijk platform voor mobiele betalingen te introduceren. Dit is ook belangrijk om het vertrouwen van consumenten in online betalen te continueren. Webwinkeliers rekenen dan ook op een snelle introductie en uitrol van mobiel iDEAL. Mobiel iDEAL moet zodanig worden ontwikkeld dat het kleinere scherm van een mobiel niet leidt tot minder gebruiksgemak en toch voldoende veiligheid biedt.

Inmiddels spreken Currence en diverse banken over mobiel iDEAL en is duidelijk dat het er gaat komen. Nog wel is per bank onduidelijk wanneer kopers op hun mobiel of tablet van iDEAL gebruik kunnen gaan maken. Ook verschilt de implementatie en daarmee mogelijk het gebruiksgemak per bank. Een gecoördineerde aanpak is noodzakelijk om het publiek in één keer goed voor te lichten.

Aanbeveling 2: zorg voor een spoedige introductie en uitrol van mobiel iDEAL [aan de Nederlandse banken en Currence].

2.3 Terugdringen misbruik iDEAL

Voor malafide webwinkels is iDEAL aantrekkelijk. Het logo geeft vertrouwen bij consumenten en betaling gebeurt vooruit. Indien banken iDEAL aan deze webwinkels verstrekken, werken zij daarmee ongewild mee aan malafide praktijken en beschadigen de markt voor eerlijke webwinkels. Dit is niet acceptabel. Het afgelopen jaar zijn daarom de rules & regulations aangepast, zijn risicoprofielen toegevoegd aan de toelatingseisen en is het bewustzijn van dit risico sterk gegroeid. Omdat vertrouwen in de markt cruciaal is wil Thuiswinkel.org met individuele banken en Currence in verlengde van het genoemde stelsel van afspraken in gesprek blijven over toelatingseisen voor het gebruik van iDEAL en zal in het geval van uitblijven van resultaten gepleit worden voor verdergaande aanscherping van de toelatingseisen.

Omdat in geval van fraude 100% zekerheid niet mogelijk is, moet ook gekeken worden naar wat nodig is om te weten dát er fraude in het spel is. Met name de bewustwording bij consumenten is belangrijk. In de gesprekken tussen Thuiswinkel.org, Currence en de Nederlandse banken zal gekeken worden hoe banken dit kunnen faciliteren. Het moet voor consumenten duidelijk zijn aan wie is betaald zodat het voor frauderende partijen moeilijker wordt te verschuilen achter valse namen. De mogelijkheden zijn er want iDEAL transacties zijn zakelijk en kan bekend worden gemaakt aan wie, de juridische persoon, betaald wordt.

Aanbeveling 3: zoek mogelijkheden zodat de betaler weet aan wie betaald is [aan de Nederlandse banken].

3 Credit cards: preventie van fraude

Naast iDEAL en achteraf betalen blijven credit cards een belangrijke betaalmethode, voor webwinkels niet in de laatste plaats om diversiteit van betaalopties aan te kunnen bieden. Charge back procedures, veiligheid en gebruik voor mobiel zijn drie blijvende aandachtspunten.

3.1 Charge back procedures

Betalingen met credit card kunnen door de consument worden teruggevorderd (charge back) op de webwinkel wanneer de consument vindt dat de winkelier ergens in gebreke is gebleven. Dit kan zonder medeweten van de webwinkel. Wanneer hieruit een geschil ontstaat, is niet altijd sprake van één duidelijke regeling: de rechten, plichten en procedures ten aanzien van betwiste betalingen zijn onvoldoende bekend voor webwinkel en consument.

Deze ondoorzichtigheid wordt in belangrijke mate veroorzaakt door het grote aantal betrokken partijen (webwinkeliers, kaarthouders, kaartuitgevende consumentenbanken ('issuers'), kaartaccepterende banken ('acquirers') en verwerker) en de specifieke regels van de diverse kaartmerken ('schemes' zoals Visa, MasterCard en American Express).

Op initiatief van Thuiswinkel.org is er overleg geweest met de card schemes en acquirers over de behandeling van charge backs bij credit cards. Dit heeft geleid tot invoering van een aangepaste procedure waarin de aansprakelijkheid voor een betwiste betaling ('liability') niet zonder meer bij de webwinkel wordt gelegd, maar deze gedurende twee weken de gelegenheid krijgt om de zaak op te lossen met de consument. Dit laat onverlet dat er nog veel te verbeteren is in het afhandelen van charge backs bij card schemes. Thuiswinkel.org roept hen op om procedures te blijven verbeteren en wil hierover structureel overleg voeren. Thuiswinkel.org zal hiertoe het initiatief nemen.

3.2 Veiligheid: 3D Secure beter voorlichten

De veiligheidsmaatregelen bij 'card-not-present' situaties zijn verbeterd door maatregelen als CVC2 en 3D Secure. Deze maatregelen worden echter niet universeel en consistent toegepast.

De Card Verification Code (CVC, ook wel CVN of CID genoemd) is een code die achterop de kaart staat en aanvullend op het credit card-nummer en vervaldatum ingevoerd dient te worden door de consument bij het betalen. Deze verificatie werkt beperkt fraudebelemmerend wanneer de kaart in handen is gevallen van een ander dan de rechtmatige kaarthouder.

3D Secure is een aantal jaren geleden ontwikkeld door MasterCard ('Mastercard Secure Code') en VISA ('Verified by Visa'). De issuer voorziet in haar systemen de credit card van een 3D Secure Code, een extra verificatieslag tijdens het betaalproces. Hierdoor heeft de kaartuitgevende consumentenbank meer zekerheid over degene die de kaarttransactie verricht en wordt het voor consumenten moeilijker om de transactie te betwisten. Dat is een verbetering voor webwinkeliers omdat dit leidt tot minder charge backs.

3D Secure beschermt echter niet tegen alle betwiste card-transacties, alleen tegen die van het zogenaamde 'it wasn't me'-type. Andere charge back aanleidingen zijn nog steeds mogelijk, zoals 'het product is niet goed' of 'het product is niet geleverd'. Een ander probleem waar webwinkeliers tegen aan lopen in geval van charge backs zijn de zogenaamde business kaarten van buiten Europa. Zodra de winkelier uitsluitend 3D Secure accepteert en het betreft een business kaart uitgegeven buiten Europa, trekt de winkelier in geval van fraude te allen tijde aan het kortste eind. Mogelijkheden die webwinkeliers dan hebben zijn onder andere met modules, afhankelijk van de Payment Service Provider, dergelijke business kaarten te negeren en wachten met het uitleveren van het product (in ieder geval bij twijfel) en een dag na de transactiedatum contact opnemen met de acquirer. Zij kunnen zien of het een business kaart van buiten Europa betreft.

Vanaf begin 2010 hebben alle Nederlandse kaartuitgevers hun credit cards voorzien van de 3D Secure Code. De implementatie en daardoor de gebruikersbeleving van 3D Secure verschilt echter per bank, variërend van een statisch (altijd hetzelfde) eigen gekozen wachtwoord, een PIN-code tot het gebruik van bank-eigen middelen zoals de PIN-pas met calculator. Het veiligheidsniveau van dit laatste middel is vanzelfsprekend hoger dan een eigen wachtwoord. Daarmee wordt de gebruikersbeleving van 3D Secure bijna gelijk aan iDEAL. Thuiswinkel.org juicht dit toe. Echter, sommige 3D Secure implementaties brengen de consument naar een

andere plek (ongelijk aan het vertrouwde bankportaal), waardoor er meer risico is dat privé gegevens door criminelen worden onderschept ('phishing').

Al met al is dit geen optimale situatie voor webwinkels: zij kunnen hierdoor géén standaardinformatie aanbieden over het te volgen proces omdat een webwinkel doorgaans het hele credit card-traject uitbesteedt. Doordat de webwinkel geen standaardinformatie kan aanbieden, kan de klant bij het betalen oplopen tegen de plotselinge vraag naar de 3D Secure code en ziet een nieuw scherm waarin om een wachtwoord wordt gevraagd. Vaak leidt dit tot het afhaken van de klant en het verlaten van de webwinkel zonder aankoop.

Aanbeveling 4: beperk de verschillen tussen 3D Secure onderling, zodat standaardinformatie aangeboden kan worden en consumenten weten waar ze aan toe zijn en 3D Secure omarmen [aan de Nederlandse consumentenbanken].

3.3 Mobiele toepassing 3D Secure

Zoals de groei van m-commerce roept om een mobiele variant van iDEAL, zo is er ook behoefte aan toepassing van 3D Secure in het mobiele betalingsverkeer. Omdat consumenten onderweg niet altijd over de vaak noodzakelijke calculator beschikken, of het scherm van de mobiel minder gebruiksvriendelijk is voor gegevensinvoer, is wenselijk dat gekeken wordt naar oplossingen voor toepassing van 3D Secure met een beperkte invoer van gegevens. Oplossingen kunnen liggen in het inloggen met een naam en wachtwoord. Kern is dat betalingen in m-commerce met credit card mogelijk moet blijven, maar voor gebruiksgemak met minder inlog codes zonder dat dit ten koste gaat van de veiligheid.

Aanbeveling 5: zorg dat 3D Secure geschikt is voor het mobiele betalingsverkeer en bepleit dat online betalingen met credit cards met minder inlogcodes gedaan kunnen worden [aan de Nederlandse banken en card schemes].

4 PayPal en achteraf betalen

4.1 PayPal

PayPal is momenteel een van de meest efficiënte mobiele betaaloplossingen en wordt naast iDEAL, achteraf betalen en credit card veelvuldig aangeboden door webwinkels. Door consumenten wordt het gemak hoog gewaardeerd, maar webwinkels lopen vaak op tegen, in verhouding tot het risico van transactie, hoge kosten van deze betaalmethode. Hier ervaren webwinkeliers een disbalans. Het risico van transactie komt voort uit het feit dat consumentenfraude met PayPal mogelijk is. Thuiswinkel.org heeft de wens dat fraude minder makkelijk kan plaatsvinden en vertrouwen in deze betaalwijze geborgd wordt.

Bovenal vraagt Thuiswinkel.org om meer duidelijkheid over de verkoperbescherming. Wanneer de bepalingen duidelijk zijn aangegeven, kan een consument indien gewenst voorafgaand aan de transactie de betaalmethode wijzigen.

Aanbeveling 6: geef meer duidelijkheid over de geldende PayPal verkoperbescherming [aan PayPal].

4.2 Achteraf betalen

In Nederland schrijft de wet voor dat bij een consumentenkoop de koper tot een vooruitbetaling van ten hoogste de helft van de koopprijs kan worden verplicht⁶. Deze wettelijke eis en de wens om achteraf te betalen van consumenten in Nederland dragen bij aan het feit dat het aantal aanbieders van achteraf betaalmethoden toeneemt. Ook hebben de achteraf betaalmethoden de laatste jaren een sterke groei in marktaandeel meegemaakt, zeker als gekeken wordt naar het mobiele betaalverkeer. In de praktijk blijkt dat 60% tot 75% van de mobiele transacties via achteraf betalen gaat indien aangeboden en is achteraf betalen qua omvang de tweede betaalvorm van Nederland. De methode heeft de potentie om verder te groeien, want door internationale erkenning is het geschikt voor cross border handel. Belangrijk daarbij is wel dat webwinkeliers, en consumenten, meer inzicht krijgen in de kosten van de methode, de klantbehandeling en het incassotraject.

Aanbeveling 7: wees als achteraf betaalmethoden duidelijk over kosten, klantbehandeling en incassotraject naar webwinkels en consumenten [aan achteraf betaaloplossing aanbieders].

5 Online betalen in Europa

5.1 Single Euro Payments Area

Het betalingsverkeer in Europa is volop in beweging. Harmonisatie van het Europese betalingsverkeer moet ertoe leiden dat consumenten en bedrijven binnen de Eurozone moeten kunnen betalen met één set betaalinstrumenten. Belangrijk hiervoor de Single Euro Payments Area (SEPA). SEPA heeft tot doel om alle eurobetalingen in Europa te standaardiseren zodat er over enkele jaren geen verschil meer is tussen een binnenlandse betaling en een eurobetaling in, van of naar een ander land in Europa⁷. Essentieel voor de totstandkoming van SEPA is het gebruik van een internationaal rekeningnummer, het IBAN (International Bank Account Number).

Op 1 februari 2014 is het zover, dan zullen Nationale betaalproducten als girale overmaking en automatische incasso niet meer werken vanwege de komst van SEPA. Voor webwinkels is het belangrijk goed voorbereid te zijn op deze overgang en Thuiswinkel.org roept haar leden dan ook op hier tijdig mee te beginnen. Tegelijkertijd doet Thuiswinkel.org een oproep aan de banken voor coördinatie bij de communicatie om dit aan te pakken en de webwinkels te helpen voor een soepele overgang.

⁶ Burgerlijk Wetboek Art 7: 26, lid 2

⁷ Dit zijn alle landen binnen de EU, aangevuld met Noorwegen, IJsland, Liechtenstein, Zwitserland en Monaco.

Webwinkeliers organiseren zich ook steeds meer internationaal. Mede naar aanleiding daarvan is in 2012 Ecommerce Europe⁸ opgericht. Hoewel Europa officieel een open markt is, lopen crossborder webwinkels in de praktijk nog tegen tal van barrières aan. Ook in het Europese betalingsverkeer. Met nadruk wordt gevraagd om een Europese oplossing voor het 'betalen via de bankrekening' als alternatief voor 'betalen via de kaart'. Zo is iDEAL een groot succes in Nederland en willen webwinkels dat ook buitenlandse kopers met hun bankrekening kunnen betalen. Tegelijkertijd willen de consumenten via hun bankrekening over de grenzen kunnen kopen. Dit is al jaren de inzet van de Europese Centrale Bank en de Europese Commissie. Tot op heden zijn er alleen 'losse' initiatieven in een aantal Europese landen (o.a. Oostenrijk, Duitsland, Finland, Zweden, Noorwegen, Polen), maar geen enkel initiatief evenaart het succes van iDEAL, laat staan dat ze volgens dezelfde standaarden werken zodat webwinkeliers en consumenten via die systemen zaken kunnen doen. Hierbij wil Thuiswinkel.org niet aandringen op één betaalsysteem, wel pleiten voor harmonisatie.

5.2 MyBank

EBA CLEARING heeft in 2010 MyBank⁹ gelanceerd als pan-Europees initiatief voor online betalingen, waarbij kopers via hun bankrekening door heel Europa online kunnen betalen. Ook zal het mogelijk zijn om met MyBank elektronische incassomachtigingen (e-mandate) af te geven. Daarmee worden twee belangrijke wensen van webwinkeliers ingewilligd.

MyBank bevindt zich nog in de ontwikkelfase. In 2012 heeft een succesvolle pilot plaatsgevonden tussen een Franse en een Italiaanse bank. Elf financiële instellingen uit Italië, Frankrijk en Luxemburg hebben besloten mee te doen aan de lancering van MyBank op 25 maart 2013. Daarmee komt MyBank beschikbaar voor miljoenen consumenten en duizenden webwinkels. Een brede en bovenal snelle adoptie door banken en vervolgens webwinkels is cruciaal voor succes. Thuiswinkel.org en Ecommerce Europe volgen de ontwikkelingen op de voet en blijven aandringen op goede en voortvarende introductie.

Aanbeveling 8: voer een pan-Europese betaalmethode in waarmee in heel Europa via de eigen bankrekening betaald kan worden [aan de Europese banken en EBA CLEARING].

5.3 Access to account

Een andere belangrijke ontwikkeling is dat gekeken wordt naar de mogelijkheden van toegang tot de betaalrekening door derde partijen om online betaaldiensten aan te bieden. In meerdere (Europese) discussies komt dit onderwerp naar voren, en het is een uitvloeisel van het

⁸ Ecommerce Europe is de belangenvereniging voor webwinkels in Europa. Thuiswinkel.org is als een van de initiatiefnemers van de koepelorganisatie direct betrokken bij de ontwikkelingen van de Europese vereniging. Ecommerce Europa vertegenwoordigt bedrijven die producten en/of diensten online leveren aan consumenten in Europa. Haar missie is het bevorderen van de belangen en de invloed van e-commerce in Europa door middel van belangenbehartiging, communicatie en netwerken. Voor meer informatie, zie: <http://www.ecommerce-europe.eu/>

⁹ Zie www.mybankpayments.eu

bestaande issue 'access to account' of 'overlay betaaldiensten'. Kern is dat Third Party Payment Service Providers toegang krijgen tot een betaalrekening na toestemming van consument en issuing bank (dual consent). Third Party Payment Service Providers zullen alleen transacties faciliteren, niet zelf geld overschrijven of beheren.

Thuiswinkel.org is een voorstander van deze ontwikkeling, omdat deze ontwikkeling kan leiden tot nieuwe betaalmethoden. Diversiteit in betaalmethoden stimuleert concurrentie en daarmee scherpe prijzen voor webwinkels en consumenten. Ook wordt het bereik van webwinkels vergroot wat kan leiden tot meer omzet. Het is wel belangrijk dat bij voorstellen ruimte blijft bestaan voor deze innovatie en concurrentie en gekeken wordt hoe met name de veiligheid verder wordt vormgegeven. Denk hierbij aan identificatie, autorisatie en verificatie. Een ander aandachtspunt is de communicatie naar de eindgebruikers: duidelijkheid voor consumenten is cruciaal voor het vertrouwen in webdiensten en dat moet goed geborgd worden.

Aanbeveling 9: werk actief mee aan de realisatie van access to account, in lijn met de Europese ontwikkelingen, in Nederland [aan De Nederlandsche Bank].

6 Payment Service Providers

Begin 2012 gaf bijna de helft van de online kopers (49%) aan méér online te gaan kopen als de veiligheid verbetert¹⁰. Thuiswinkel.org is van mening dat met een groter veiligheidsgevoel nog veel te winnen valt voor webwinkels. Hierbij is online identiteit, ofwel weten met wie je zaken doet, een sleutelement in het veiligheidsgevoel van consumenten en een nog missend ingrediënt van online winkelen. Payment Service Providers (PSPs) kunnen hieraan een bijdrage leveren met het noemen van de naam van de webwinkels in de omschrijving van de betaling naar consumenten. Helaas bieden niet alle betaalmethoden deze mogelijkheid. PSPs worden daarom gevraagd webwinkels te helpen door als tussenpersoon hier achter aan te gaan. Bijvoorbeeld door bij de omschrijving die tijdens een transactie wordt aangemaakt de naam van de webwinkel mee te geven. Dit resulteert er in dat de naam van een webwinkel zichtbaar is op het bankafschrift van een consument. Want nu kunnen veel consumenten de online betalingen via PSPs in persoonlijke betaalomgevingen niet plaatsen en is het voor consumenten onduidelijk naar wie de betaling eigenlijk gaat en bij wie ze terecht moeten als ze klachten hebben.

PSPs, banken, credit card bedrijven of niet-banken, hebben verschillende procedures geïmplementeerd om om te gaan met charge backs. Dit komt grotendeels door het grote aantal betrokken partijen en de specifieke regels die verschillende card schemes met zich meebrengen. Met een paar maatregelen kunnen PSPs constructief bijdragen om het proces bij betwiste betalingen te stroomlijnen door meer samen te werken. Zo hebben PSPs het bewijs in handen of 3D Secure is gevraagd bij een betaling. Deze kennis delen kan webwinkels helpen bij het verweer bij onterechte charge backs. Dit is belangrijk, vooral bij buitenlandse credit cards. Bij buitenlandse credit cards is het voor webwinkels ook erg nuttig inzicht te krijgen bij terugkoppeling of het land van transactie overeenkomt met het land van uitgifte van de credit

¹⁰ Zie Blauw Research/Thuiswinkel.org, Thuiswinkel Markt Monitor, september 2012

card. Een aantal PSPs bieden deze inzage al, vaak in fraudemodules. Thuiswinkel.org roept de overige PSPs op hierin te volgen.

Tenslotte schrijft de EC richtlijn voor dat terugbetaling aan consumenten via hetzelfde kanaal dient te verlopen. Dus, betaling met een credit card moet via dezelfde credit card terug betaald worden. Indien dit niet op dezelfde credit card gebeurt neem je als winkelier enorme risico's (bij een charge back is de webwinkelier het geld kwijt). PSPs kunnen webwinkels hiermee helpen als alle creditering standaard via hetzelfde betaalmiddel kan verlopen als de klant gebruikt bij aankoop. Punt van aandacht is dat veel betaalmethoden deze ruimte helaas niet bieden. Veel betaalmethoden ondersteunen alleen een betaling, en geen terugbetaling. Wanneer geen terugbetaling ondersteund wordt, zullen de meeste PSPs een bankoverboeking gebruiken om alsnog te crediteren.

Aanbeveling 10: wees herkenbaar door de naam van de webwinkel in de omschrijving van de betaling op te nemen [aan Payment Service Providers].

Aanbeveling 11: werk samen om het proces bij betwiste betalingen te stroomlijnen: help webwinkels bij verweer van onterechte charge back en geef inzicht bij terugkoppeling of land van transactie overeenkomt met land van uitgifte van creditcard [aan Payment Service Providers].

Aanbeveling 12: webwinkels moeten alle crediteringen standaard via hetzelfde betaalmiddel kunnen laten verlopen als klant heeft gebruikt bij aankoop [aan Payment Service Providers].