

Mobile Banking en Mobile Payments zijn onderwerpen die door de introductie van Rabo Mobiel volop in de schijnwerpers zijn komen te staan. Dat gebruikers massaal voor nieuwe vormen van elektronisch betalen zullen vallen, is slechts een kwestie van tijd. Alle marktpartijen én de consument hebben belang bij een brede acceptatie van de nieuwe mogelijkheden. Het succes daarvan is daarom sterk afhankelijk van een brede daadkracht en samenwerking tussen alle belanghebbenden.

Tekst: Laurens van Aggelen

Mobiel betalen vraagt om krachtenbundeling

Gebruiker migreert geleidelijk

Nieuwe ontwikkelingen op het gebied van mobiel betalen en bankieren, zouden elkaar wel eens in rap tempo op kunnen volgen. Na Rabo Mobiel maakten Nokia en Visa bekend een technologie te willen uitrollen die het mogelijk maakt het mobieltje te gebruiken als portemonnee. Krachtig aan deze samenwerking is het feit dat Nokia en Visa deze technologie meteen ook wereldwijd op de kaart willen zetten.

Tijdens het MEF Europe networking event, georganiseerd door het Forum Innovatieve Media, werd er op landelijk niveau ingegaan op al deze nieuwe ontwikkelingen. "De introductie van Rabo Mobiel was voor ons een belangrijke reden om op landelijk niveau daarover te discussiëren", vertelt Gerrit Jan Konijnenberg, voorzitter van het Forum Innovatieve Media en CEO van Comsys. Comsys was als telecomspecialist nauw betrokken bij tal van innovatieve projecten zoals de ontwikkeling van de Girofoon.



Gerrit Jan Konijnenberg(r) naast Dan Winterbottom en Sarah Roberts



SECURITY

"Tijdens de bijeenkomst over Mobile Payments werd al snel duidelijk dat iedereen het erover eens is dat security bij deze ontwikkelingen een van de belangrijkste pijlers is. Voor het beveiligen van mobiel betalen zou behalve een chip in combinatie met RFID-technologie, een extra chip voor een nog betere beveiliging kunnen zorgen. Ook in Zuid-Korea wordt een extra chip bij deze toepassing gebruikt", aldus Konijnenberg wanneer we hem spreken over Rabo Mobiel. Voor het welslagen van een dergelijk concept acht hij het bundelen van krachten van cruciaal belang. Nu de Rabobank een mooie kruisbestuiving heeft gecreëerd door de samenwerking met Orange, staat Rabo Mobiel volgens Konijnenberg dan ook sterker dan de Rabobank in 2002 bij de introductie van diensten via i-Mode. Konijnenberg verwacht dat de gebruiker op dit moment meer geïnteresseerd is in de mogelijkheden om het mobieltje te gebruiken voor het raadplegen van financiële informatie en het gebruik van alertfuncties, dan in de mogelijkheid om het mobieltje ook te gebruiken voor financiële transacties. "Maar dat is slechts een kwestie van tijd. Uiteindelijk zal

iedereen zijn toestel ook daarvoor gaan gebruiken. Ik verwacht dat dit binnen vijf tot tien jaar het geval zal zijn. Het laat zich aanzien dat de nu nog beperkte belangstelling voor mobiel betalen vanuit retail binnen afzienbare tijd snel zal toenemen."



Gijs Schreuder

SAMENWERKING

"Nieuwe betalingsvormen hebben zo hun tijd nodig om volledig door de consument geaccepteerd te worden", zegt Gijs Schreuder, hoofd Particulier Betalingsverkeer Nederland bij ABN AMRO. "Migratie zal altijd op een natuurlijke manier gaan waarbij de consument met één been in de oude situatie blijft staan. Desalniettemin zijn ook wij ervan overtuigd dat mobiel betalen een belangrijke positie zal innemen. We blijven de ontwikkelingen dan ook nauwlettend volgen." We spreken met Schreuder onder meer over het feit dat het nieuwe initiatief dat de Rabobank met Rabo Mobiel heeft uitgerold, waardoor mobiel betalen binnen afzienbare tijd realiteit wordt. Maar ook over het feit dat dit fenomeen in grote delen van Azië al veel langer een feit is en daar door een breed publiek al snel werd omarmd. Volgens Schreuder is de snelheid waarmee nieuwe mogelijkheden geaccepteerd worden bovendien erg cultuurgebonden. Dit zou zeer bepalend zijn voor het maken van een vliegende start. "Een nieuwe standaard kan bovendien alleen kans van slagen hebben wanneer het door alle partijen die bij mobiel betalen betrokken zijn, wordt gedragen",

gaat Schreuder verder. "Dat betekent niet alleen dat meer banken samen voor de standaard kiezen maar ook dat men vanuit retail unaniem voor de nieuwe standaard kiest. Ook op Europees niveau." Hoewel ABN AMRO dus wel degelijk toekomst ziet in deze nieuwe betalingsvorm is dat in ieder geval tot nu toe de reden geweest om er in dit stadium nog niet mee te beginnen. "Je kunt zo'n nieuwe standaard niet in je eentje neerzetten."

ELEKTRONISCH BETALEN

Schreuder is er eveneens van overtuigd dat alle partijen in de markt er uiteindelijk baat bij hebben dat betalingen zoveel mogelijk elektronisch plaatsvinden, om tal van redenen. Zo is het goedkoper, efficiënter en veiliger. Winkels willen om veiligheidsredenen bijvoorbeeld het liefst zo min mogelijk geld in hun kassalades, maar ook het afrekenen zelf zou aanzienlijk minder tijd en dus personeelskracht vragen wanneer er voornamelijk elektronisch betaald zou worden. "Omdat men zich vaak niet voldoende van de voordelen bewust is, zien we dat veel winkeliers liever niet willen dat de klant kleine bedragen met z'n pinpas betaalt, of men vraagt er een kleine vergoeding voor. Overigens is het bijzonder positief dat pinnen en het gebruik van de chipknip het steeds beter doen. Vorig jaar is het gebruik ervan met respectievelijk negen en twaalf procent toegenomen ten opzichte van 2005. Om deze ontwikkeling en ook het elektronisch betalen van kleinere bedragen verder te stimuleren, zullen we de komende tijd in samenwerking met onder meer winkeliers de nodige maatregelen gaan nemen", aldus Schreuder. "Het grote publiek lijkt op dit moment echter minder gecharmeerd van virtuele bankrekeningen om op internet te kunnen afrekenen."

Naast elektronisch betalen lijkt de



Erik Eising

mobiele telefoon als financiële buddy in de toekomst een belangrijke rol te gaan spelen. Op dit moment worden de mogelijkheden om rekeninghouders te voorzien van actuele informatie omtrent beleggingen en andere financiële zaken door ABN AMRO nader onder de loep genomen, om de dienstverlening verder uit te breiden met de mogelijkheden die ook de mobiele telefoon daartoe biedt.

VALUE CHAIN

Met Rabo Mobiel treedt de Rabobank naar buiten als een telco. In Azië zie je juist dat telco's zich als bank manifesteren. Zo kunnen daar twee abonneementhouders met hun mobieltje geld uitwisselen waarbij de betreffende telco op dat moment als bank fungeert. Het ziet er niet

naar uit dat telco's in Nederland hetzelfde zullen gaan doen. "Het is in ieder geval vooralsnog niet ons streven om daarvoor een banklicentie aan te vragen", zegt Erik Eising, directeur Innovatie bij KPN. "Wel bieden we allerlei mogelijkheden als het om micropayments gaat. Zo kunnen onze klanten via onze (mobiele) portals allerlei bankdiensten gebruiken en is het mogelijk via mobiel opwaarderen het beltegoed van jezelf, maar ook van een ander op te waarderen. Daarnaast zijn we hier in Nederland volop bezig met pilots waarmee gebruikers hun toegang tot concerten en (voetbal)evenementen kunnen betalen." Betaalde SMS-diensten waarbij wordt samengewerkt met derden behoren standaard tot de portfolio van KPN. Uitgangspunt is dat het eenvoudig voor de klant te gebruiken is en gemak brengt. Eising deelt de mening van Gijs Schreuder van ABN AMRO als het gaat om krachtenbundeling bij het in de markt zetten van een nieuwe betaalmethode. "Pas wanneer je een goede keten hebt van marktpartijen die eraan meewerken, kun je doorgroeien. We geloven in de kracht van partners die samenwerken in de value chain. We zijn dan ook blij met het initiatief van Rabo Mobiel, omdat verschillende partijen deze groeiemarkt open moeten breken. Een markt die we meer zien als (crossmediale) transacties waarbij (mobiele) betalingen, ticketing en parking een onderdeel zijn. Het is bovendien goed om in pilots veel ervaring op te doen om de gebruiksvriendelijkheid zo optimaal mogelijk te laten zijn wanneer een dienst definitief geïntroduceerd wordt", aldus Eising.

RETAIL

Het is wezenlijk dat men zich ook in retail bewust wordt van het feit dat het belang van nieuwe betalingsmethodes door het gebruik van nieuwe technologie alleen maar toeneemt. "De consument zal uiteindelijk verlangen dat hij overal gebruik kan maken van deze mogelijkheden. Dit zal er uiteindelijk toe leiden dat op termijn klanten wegblijven bij winkels en bedrijven die van deze vorm van elektronisch betalen verstoken blijven. Wie zich bewust is van de voordelen zal niet eens willen achterblijven. Bij betalen met je mobiele telefoon kun je als winkel immers een hoop tijd, geld en arbeidskrachten besparen omdat deze transacties tot een betere omloopsnelheid leiden. Iedereen heeft er dus baat bij." ■

Een blik op de website van Mobile2Pay (<http://www.mobile2pay.nl>) laat zien dat betalen met behulp van een mobiele telefoon wel eens snel gemeengoed zou kunnen worden. Op deze site staat al een aardig lijstje van bedrijven die dit initiatief ondersteunen, zoals de Free Record Shop, De Bijenkorf en Van Leest.

Wie bij genoemde deelnemers en andere aangesloten bedrijven wil betalen, kan zich aanmelden via de website. Na aanmelding en het verstrekken van een machtiging om Mobile2Pay toestemming te geven geld over te schrijven naar de winkelier, kunnen de aankopen bij de deelnemers gedaan worden. Mobile2Pay verifieert de betaling door terug te bellen op het opgegeven mobiele telefoonnummer.