

PIN

PIN

PIN

2005

PIN

2018

PINNNNN

13 JAAR WERKEN
AAN EFFICIËNTER
BETALINGSVERKEER



STICHTING
BEVORDEREN EFFICIËNT BETALEN



SBEB 2005 - 2018

**13 JAAR WERKEN
AAN EFFICIËNTER
BETALINGSVERKEER**



VOORWOORD



v.l.n.r. Gijs Boudewijn, Miriam Osten, Renate de Vree,
Janwillem Burgering, Henk van den Broek, Jacques Parson

Missie geslaagd, stichting ontbonden

Dertien jaar SBEB, Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen. Er is in die jaren ongelooflijk veel gedaan en bereikt. Het Nederlandse betalingsverkeer is efficiënter, veiliger en betrouwbaarder geworden. Er wordt meer gepind, er is minder contant geld in omloop, er zijn minder landelijke storingen, de maatschappelijke kosten zijn verlaagd en zo zijn er nog veel meer resultaten te noemen. De hoogtepunten van deze periode vindt u in dit boek.

De Stichting wordt ontbonden, de formele samenwerkingsorganisatie houdt op te bestaan. Gaan banken en toonbankinstellingen nu scheiden? Nee, want dat zou betekenen dat er sprake was van een huwelijk. Het was eerder vaste verkering. Of misschien nog beter: een verstandhouding in beider belang. Een relatie die ervoor zorgde dat partijen elkaar vonden, informatie uitwisselden en gezamenlijk activiteiten uitvoerden.

Nu valt het doek. We stoppen ermee met een goed gevoel. Op 30 oktober 2018 was er een geslaagd congres en een geweldig feest. Er werd gekscherend gesproken over de begrafenis van de Stichting, maar iedereen was het erover eens dat we niet treurig hoefden te zijn. Wat een resultaten en wat een goede onderlinge sfeer!

We gaan verder met onze relatie, zij het in een andere constructie. Er zullen ook in de toekomst immers nog uitdagingen komen die om informatie-uitwisseling en gezamenlijke actie vragen. Daarom zal vanaf 2019 Betaalvereniging Nederland het overleg tussen banken en toonbankinstellingen faciliteren.

Wij vertrouwen erop dat het opgebouwde wederzijdse begrip nog veel moois zal brengen. Banken en toonbankinstellingen zullen elkaar ook de komende jaren snel weten te vinden als dat nodig is in het

belang van veilig, efficiënt en betrouwbaar betalingsverkeer.

Wij zijn er trots op dat we met zijn allen dit resultaat hebben kunnen neerzetten!

Henk van den Broek
Jacques Parson
Gijs Boudewijn
Janwillem Burgering
Miriam Osten
Renate de Vree

... en door naar de volgende ronde!

INHOUD

Inleiding
**De ideale
pasvorm**

6

**De introductie
van pinnen
in Nederland**

1990

14

**De start van
het convenant**

18

2005 -

- 2008

**Een nadere
overeenkomst**

2009 - 2012

26

**Een ambitieuze
eindsprint**

2013 - 2018

54

**Grande
finale**

77

De ideale pasvorm

‘Wegens succes opgeheven’. Er zullen maar weinig winkels, bedrijven en organisaties zijn die een bordje met die tekst blijmoedig aan de voordeur hangen. Continuïteit is immers de mantra van de onderneming, al helemaal als alles op rolletjes loopt. Toch is zichzelf opheffen precies wat Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen doet. De Stichting heeft haar doelen bereikt en houdt het na dertien jaar voor gezien. Een weloverwogen besluit, dat de onvermijdelijke vraag oproept: hoe is het zo gekomen? En is er wellicht toch nog een sprankje hoop voor de toekomst denkbaar?

Vanaf de start in 2005 was duidelijk dat SBEB een tijdelijk bestaan zou leiden. In de oprichtingsakte, het zogeheten Convenant, was een stip op de horizon geplaatst in 2010, die aanvankelijk het einde van de Stichting markeerde. Banken en retailers dachten dat zij in vijf jaar wel voldoende efficiency aan de toonbank bereikt zouden hebben. Maar onder invloed van nieuwe inzichten en wensen, wetten en regels en voortschrijdende technologie werd het richtpunt tot twee keer toe verlengd en scherper gesteld.

Eerst in 2009, met de 'Nadere Overeenkomst' en vervolgens nog eens in 2014, met de 'tweede Nadere Overeenkomst'. De eerste aanscherping was instrumenteel om een snelle migratie van 'strip naar chip' te bewerkstelligen. En bij de laatste aanscherping zijn harde, meetbare prestatienormen vastgelegd, zoals 350.000 terminals (pinautomaten) in Nederland en een verhouding van 60/40 in pin - versus contante betalingen aan de toonbank. Die hordes werden in 2018 overtuigend genomen, drie jaar nadat de mijlpaal 50/50 al was bereikt.

Sceptici zeggen wellicht: hoe kun je zo zeker zijn van die verhouding? Pinbetalingen worden stuk voor stuk geregistreerd en kun je exact kwantificeren, maar hoe zit dat bij contante betalingen? Daar zijn we toch niet altijd bij? Het antwoord komt van De Nederlandsche Bank. DNB doet voortdurend onderzoek naar betaalgedrag van consumenten. Ieder jaar houdt een representatieve groep van circa 30.000 consumenten met behulp van een dagboekje nauwgezet hun betalingen bij en hoe die worden gedaan. Dat onderzoek toonde aan dat de verhouding pin - versus contante betalingen over de periode mei 2017 - mei 2018 twaalf

maanden lang gemiddeld 60/40 bedroeg. Met uitschieters naar boven. Internationaal zit Nederland met die verhouding comfortabel in de kopgroep. Alleen in de Scandinavische landen ligt het percentage pinbetalingen hoger. Buurlanden België en Duitsland bijvoorbeeld lopen ver op ons achter en naarmate we zuidelijker gaan wordt het gat alleen maar groter.

Contactloos

Een grote sprong voorwaarts werd gemaakt met de introductie van contactloos betalen in 2014, mogelijk gemaakt omdat inmiddels vrijwel alle pinpassen van een chip waren voorzien. Een snelle en betrekkelijk goedkope manier, die vooral handig is voor kleine bedragen, de low value payments. Contactloos bleek een uitkomst voor de horeca en de ambulante handel, twee sectoren die voorheen nogal eens hun twijfel over pinbetalen hadden geuit, maar nu en masse over gingen. Het elektronisch afrekenen van een oliebol op de kermis, een biertje in de kroeg, een bakkie koffie bij de voetbalclub of een visje bij de haringkraam: het ging nog nooit zo snel én tegen betrekkelijk lage kosten.

Voor kleine bedragen is contactloos de nieuwe norm. Gemak dient de mens en contactloos betalen is gemak in optima forma. De ideale pasvorm, althans voor nu. De tijden veranderen en contant geld, dat eeuwenlang de hoofdrol heeft gespeeld, is onherroepelijk op z'n retour.

Pinbetalen is inmiddels zo vanzelfsprekend, dat we geneigd zijn te vergeten dat de digitale financiële revolutie in Nederland dateert van nog maar 30 jaar geleden. In de jaren tachtig werd contant geld opnemen bij een geldautomaat gebruikelijk.

Maar pas vanaf 1990 werd het betalen met de pinpas geïntroduceerd. Makkelijk en snel, maar vooral ook veilig. Voor de consument, die geen baar geld meer op zak hoefde te hebben, maar zeker ook voor de winkelier die minder cash ontvangt en zo een minder aantrekkelijk doelwit voor overvallers is. Alleen maar voordelen, zou je denken. Toch zat er een niet onbelangrijke schaduwkant aan pinbetalen: het was niet gratis. Althans, voor de winkelier niet. Die moest voor elke transactie betalen aan BeaNet (later Interpay), de organisatie die het betalingsverkeer met de banken faciliteerde.

Betalen voor betalen? Dat waren de toonbankinstellingen niet gewend en het maakte pinnen er voor hen niet aantrekkelijker op. Onbegrip vierde de boventoon. Waarom moest een pintransactie überhaupt geld kosten? Aan betalen met fysiek geld zaten toch ook geen kosten? Het drukken of slaan en het verspreiden van geld was toch een overheidstaak, gedelegeerd aan De Nederlandse Bank? Daar hoefden consument of winkelier toen niet voor te betalen. Fysiek geld was er gewoon en de kosten die daarmee samenhangen werden gedragen door de overheid, die de geldcirculatie en in het verlengde daarvan ook het betalingsverkeer garandeerde. Vervolgens kwam de vooruitgang in de vorm van digitaal betalen en daar zaten dan opeens wel kosten aan? De retail kon er de logica niet van inzien. En was absoluut niet van plan de gang van zaken zonder slag of stoot te accepteren. Al helemaal niet toen het aantal pinbetalingen begon toe te nemen en daarmee ook de totale kostenlast.

Steeds goedkoper

Het Kostenonderzoek van september 2018, laat zien dat de kosten van een pintransactie blijven dalen. Dat komt vooral door de opmars van contactloos betalen. Een gemiddelde contante betaling kost een ondernemer 29 cent, tegen 17 cent voor een gemiddelde pinbetaling. Ten opzichte van 2014 zijn de gemiddelde kosten van contante betalingen 16% gestegen en die van pinbetalingen 11% gedaald. Een gemiddelde contante betaling is voor een ondernemer 70% duurder dan een gewone pinbetaling.

Lijnrecht tegenover elkaar

De toonbankinstellingen wilden wel eens zien waar die tarieven op gebaseerd waren. Ze hadden het onbehaaglijke gevoel een melkkoetje van de banken te zijn en dat gevoel werd alleen maar versterkt doordat Interpay weigerde om inzicht te geven in de kostenstructuur. Die afwerende houding maakte de toonbankinstellingen alleen nog maar meer overtuigd van de noodzaak om eens goed een vinger achter de hele gang van zaken te krijgen. Wat hebben die banken en Interpay allemaal wel niet te verbergen? Het wantrouwen was compleet. Voor de retail stond als een paal boven water dat de tarieven onredelijk hoog waren.

De banken begrepen dat totaal niet – het waren immers de laagste pintarieven in heel Europa? De retailers wilden inzicht in de kostenopbouw waar de tarieven op gebaseerd waren (wat wordt er onderling door banken, telecommaschappijen en Interpay verrekend?) en gewapend met die kennis onderhandelen over het verlagen van de tarieven. Maar de banken bewogen niet.

Gemiddelde kosten per transactie
(in eurocent)



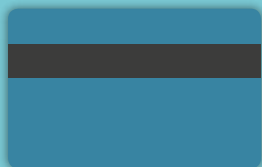
2017
€ 0,29

↗
€ 0,15
2002

2002
€ 0,27



€ 0,17
2017



Per saldo bespaarden de
toonbankinstellingen €1,2 miljard
tussen 2005 en 2017

Interpay, we komen even afrekenen



In elk geval onvoldoende (er kwamen alleen volumekortingen voor grote afnemers, zoals supermarkten). Het conflict groeide. In de ogen van de banken waren de retailers straatvechters die alleen maar om kortingen zeurden. Waarom is het van belang om te weten hoe de infrastructuur in elkaar steekt, wat en hoe er onderling verrekend wordt in die betalingsketen? Dat willen retailers bij andere producten toch ook niet weten? Wederzijds wantrouwen en onbegrip vierden hoogtij.

Onderhandelingen leidden tot niets en de detailhandel besloot de gang te maken naar de Nederlandse Mededingingsautoriteit. Die legde Interpay en de banken in 2004 een boete van 47 miljoen¹ euro op voor het monopolie op het (pin)betalingsverkeer en te hoge tarieven.

De zaak was nu weliswaar beslecht, maar de partijen bleven tot elkaar veroordeeld. Ze moesten hoe dan ook samen verder en doorruziën zou de reis niet aangenamer maken. Dat inzicht leidde tot gesprekken om een oplossing te vinden en het wederzijds belang van een goed functionerend betalingssysteem veilig te stellen. De oplossing werd, na een Intentieverklaring in juni, uiteindelijk eind 2005 gevonden in het Convenant Betalingsverkeer en de oprichting van de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen. De banken tuigden de Stichting op met 10 miljoen euro om het betalingsverkeer in Nederland 'veilig, efficiënt en betrouwbaar' te maken, zoals de centrale doelstelling van het Convenant luidde.

Drie belangrijke ijkpunten die elk al voor zich spreken, maar die pas echt gewicht in de schaal leggen als ze concreet worden gemaakt. In de loop van de jaren zijn aan elk van de drie containerbegrippen in toenemende mate meetbare doelstellingen gekoppeld: de acceptatiegraad van pinnen in winkels, terugdringen van het aantal storingen, opvoeren van het aantal terminals, omvang van het aantal transacties, de overgang van 'strip naar chip' enzovoort. In de uitbreiding van het Convenant in 2009, de zogeheten 'Nadere Overeenkomst' werden 85 'stoplichten' geformuleerd; meetbare doelstellingen die concreet gemaakt werden in het periodieke Monitoronderzoek door Panteia.

De centrale vraag in het begin was: wat belemmert consumenten om meer te gaan pinnen en (dus) minder contant te betalen, en wat weerhoudt winkeliers ervan een pinautomaat neer te zetten? Wat de eerste groep betreft: een bordje 'bijbetalen bij pinnen van kleine bedragen' bij de pinautomaat op de toonbank, en talloze locaties zonder pinautomaat hielpen natuurlijk niet. En voor de winkeliers: het was nog niet zo eenvoudig om zo'n pinautomaat aan te schaffen. Daar kwamen meerdere partijen aan te pas, zoals de banken, terminalleveranciers, kassaleveranciers en de telecombedrijven. Daarvoor werden door de Stichting slimme pinpakketten ontwikkeld die de drempel voor aanschaf moesten verlagen, vooral ook door de kosten te drukken. En dan waren er ook nog de branches die van nature liever gewoon met contant geld werkten, zoals de horeca of de markt.

1 *De boete is later (eind 2005) verlaagd naar 14 miljoen.*

Overtuigingskracht

Een van de grote doorbraken was het verdwijnen van de bordjes 'bijbetalen bij kleine bedragen', die Convenantpartijen een doorn in het oog waren. In sommige winkels moest bij een aankoop van zeg onder 10 euro 25 cent worden bijbetaald. Retailers leefden in de veronderstelling dat pinbetalingen duurder waren dan contante betalingen en wentelden de extra kosten af op de klant. Het beeld van 'gratis' contant geld versus relatief dure pintransacties was even hardnekkig als onjuist. Er is veel overtuigingskracht nodig geweest om de retail op andere gedachten te brengen en de kostenverhoudingen in de juiste proporties te laten zien.

In dat bewustwordingsproces speelden de periodieke kostenonderzoeken van de Stichting een grote rol. Die toonden aan dat contante betalingen ook geld kosten: een winkelier moet z'n geld tellen (dat kost tijd en dus geld) en afstorten en opnemen bij de bank was en is nog altijd ook niet gratis. De kostenverschillen tussen pin en contant waren lang niet zo groot als menig ondernemer dacht. De omslag werd als eerste gemaakt in de supermarktbranche, die na een doelgerichte infor-

matiecampagne de bordjes van de toonbank haalde. Vervolgens richtte SBEB de aandacht op gerelateerde sectoren als drogisterijen en slijterijen. Stap voor stap haalden steeds meer branches de bijbetalingsbordjes weg en toonden zich – overtuigd door de nieuwe kosteninzichten – bereid, om het pinnen te stimuleren, met de markt als laatste. De exercitie was in 2009 voltooid en had zo'n twee jaar geduurd.



Meteen aansluitend werd de campagne 'Klein bedrag? Pinnen mag!' gestart. Deze was al twee jaar eerder ontwikkeld door Interpay, maar toen nog even in de koelkast gezet totdat ondernemers er rijp voor waren. Van essentieel belang is geweest dat de onderzoeken, die voortdurend aantoonde dat de kosten voor pinnen daalden en die voor contant stegen, in opdracht van de detailhandel zelf (Hoofdbedrijfschap Detailhandel) werden uitgevoerd. Als de banken dat hadden gedaan, had geen retailer het geloofd. De verschillende brancheorganisaties droegen de resultaten uit naar hun eigen achterban. Daarvoor hebben zij hun nek moeten uitsteken; de denkbeelden over

'gratis' contant geld en andere voordelen van contant geld waren hardnekkig, de achterban sputterde flink tegen. De overtuigingskracht uit eigen kring was goud waard. De Kostenonderzoeken uitgevoerd door Panteia vinden inmiddels plaats in opdracht van SBEB.

Overschakelen op EMV

Pinbetalen had in Nederland een grote vlucht genomen en was snel populair geworden, we liepen ruimschoots voor in Europa. Dat bleek een probleem te zijn toen de magneetstrip in Europa vervangen zou gaan worden door de betaalchip EMV. De Nederlandse retail had eerder afgedwongen dat de levensduur van pinautomaten minimaal vijf jaar was. Dat had alles te maken met de overgang een paar jaar eerder naar de euro. Dat vereiste al een aanpassing van de pinautomaten en de retail wilde niet op korte termijn weer met zo'n geldverslindende operatie worden opgezadeld.

De banken stemden in met de vijfjarenwens en legden deze garantie ook vast in Europese stukken. Gevolg was dat Nederland, pinland nummer 1 in Europa, langer de tijd kreeg om de terminals EMV-geschikt te maken dan de andere EU-landen. Waar alle landen vlotjes overschakelden op EMV-terminals, hield Nederland nog even vast aan de magneetstrip. Dat had weer tot gevolg dat 'skimming' (het kopiëren van de magneetstrip door criminelen) een typisch Nederlands probleem werd. De fraude liep behoorlijk op. De netelige situatie bracht banken en retailers opnieuw dichterbij elkaar. Beide waren gebaat bij een fraudebestendig betalingssysteem. Banken zaten natuurlijk niet op de fraudekosten te wachten en de retailers waren niet gebaat bij een klant die zich bij elke pinbetaling afvraagt of het wel veilig is, of misschien zelfs terugvalt op contant geld.

Resultaat was dat de banken 24 miljoen euro investeerden om ondernemers versneld aan nieuwe, EMV-geschikte terminals te helpen om het zogeheten 'nieuwe pinnen' van de grond te tillen en

het pinnen verder te stimuleren. Die nieuwe aanpak kon uiteindelijk in 2011 van start. De banken waren ook de verplichting aangegaan om alle betaalpassen versneld te voorzien van de EMV-chip. Een win-win situatie, en een nieuwe schakel aan de ketting van groeiende samenwerking en wederzijds begrip.

Werk aan de winkel

In 2014 volgde een laatste aanscherping van de afspraken. Die doelen, vastgelegd in de hiervoor genoemde tweede 'Nadere Overeenkomst', zijn dus nu bereikt. De Stichting kan de deuren met een gerust hart sluiten. Het eindrapport ziet er goed uit, met onder meer een verdrievoudiging van het aantal pinbetalingen van 1,3 miljard in 2005 naar ruim 4 miljard in 2018. En, ook niet onbelangrijk, in die periode een becijferde besparing op het betalingsverkeer van ondernemers in Nederland van 1,2 miljard euro! Maar net zoals een sporter die zijn doel van Olympisch goud heeft behaald al tijdens de medailleceremonie mijmert over vier jaar later, zo blijft ook het gedachtegoed van SBEB springlevend. Banken en toonbankinstellingen hebben elkaar de afgelopen dertien jaar gevonden en zien het belang van voortzetten van de samenwerking, zij het dan buiten de Stichting. Er is wederzijds begrip ontstaan en om die samenwerkingsbasis zomaar overboord te gooien zou niet alleen zonde maar ook onverstandig zijn.

Het overleg wordt voortgezet in Betaalvereniging Nederland. Informeler, met minder vastomlijnde vergadermomenten, maar met nog altijd wel het doel voor ogen om het betalingsverkeer verder te vereenvoudigen en het gebruik van contant geld op verantwoorde wijze terug te dringen. Want dat het nog beter kan dan 60/40 bewijzen de Scandinavische landen. De doelstelling

voor Nederland in 2025 is gesteld op 75/25. En als het eerder kan, is dat mooi meegenomen. Tegelijkertijd moet er ook voor worden gezorgd dat contant geld beschikbaar blijft voor hen die daar behoefte aan hebben, vooral kwetsbare groepen. SBEB mag dan een pas op de plaats maken, werk aan de winkel is er nog genoeg.

Retourpinnen

Winkels waarin vooral per pin wordt betaald, liepen in toenemende mate tegen een probleem aan als de klant zijn product terugbracht. Het aankoopbedrag moest dan contant worden terugbetaald. En de opzet was nou juist om zo weinig mogelijk cash in de kassalade te hebben liggen. Drie jaar van overleg binnen SBEB leidde in 2014 tot het invoeren van Retourpinnen: de klant toetst zijn pincode nogmaals in en krijgt het aankoopbedrag op z'n rekening teruggestort. Een verworvenheid die vooral in de non-food retail en voor borg is omarmd. In andere sectoren is Retourpinnen minder voor de hand liggend.



De introductie van pinnen in Nederland

Volgens *Van Dale Groot woordenboek van de Nederlandse taal* is pinnen ‘betalen met een pinpas’. Het woord ‘pinnen’ komt van het betaalkaartmerk PIN. Destijds de enige aanbieder van betaalkaarten in Nederland, waardoor het merk synoniem werd met de handeling.

Op 4 november 1985 deed, in een benzinestation in Geldrop, de minister van Verkeer Neelie Smit-Kroes, de eerste pinbetaling. Pinnen kwam maar langzaam op gang. In 1990 telde heel Nederland niet meer dan 4.500 betaalautomaten. Ook het aantal transacties was – met de kennis van nu – beperkt: in 1991 werd slechts 22,7 miljoen keer afgerekend met de betaalpas.

1990



PIN-LOGO

Om de herkenbaarheid van elektronisch betalen te vergroten ontwikkelde BeaNet in samenwerking met de banken het PIN-logo. PIN staat voor Persoonlijk Identificatie Nummer. Dit logo is in het najaar van 1990 voor het eerst gebruikt in een reclamecampagne in landelijke dagbladen en op TV. De banken zelf hebben ook acties uitgevoerd om elektronisch betalen onder de aandacht van hun cliënten te brengen. Het PINlogo raakte ingeburgerd, ook al omdat banken het op de achterzijde van betaalpassen plaatsten.

A woman with voluminous, curly red hair is smiling at the camera. She is surrounded by a crowd of people, including several photographers holding cameras and flashes, suggesting a high-profile event or a media encounter. The background is slightly out of focus, showing more people and what appears to be an outdoor setting.

**‘JE MAG ALLES VAN
ME WETEN, BEHALVE
MIJN PINCODE’**

EERSTE COMMERCIALS VERSCHIJNEN OP DE NEDERLANDSE TV

In de jaren '90 verschijnen de eerste commercials voor het betalen via pin op televisie. Het 'pin, pin, pin, pinnnn-lied' ligt velen nog vers in het geheugen. Net als de commercials met Rob de Nijs en Sylvia Millemcam. 'Je mag alles van me weten, behalve mijn pincode' is nog steeds een gevleugelde uitspraak.



De start van het Convenant

Banken en ondernemers tekenden op 17 november 2005 in aanwezigheid van minister Zalm van Financiën het 'Convenant Betalingsverkeer 2005'. Alle ondernemers die pinbetalingen accepteerden, kregen hierdoor met terugwerkende kracht vanaf 1 januari 2005 een korting van één cent per pinbetaling. De banken storten geld in een fonds waarmee projecten konden worden ondersteund die de veiligheid en efficiency van het betalingsverkeer vergroten. Dit fonds werd beheerd door de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen.

Het convenant van banken, winkeliers, horeca en de benzinebranche maakte een einde aan het verlamdende onderlinge conflict over de kosten van pinnen aan de toonbank.

2005





Links: de ondertekenaars van het convenant

Boven: v.l.n.r. Henk van den Broek, Rien Hinssen, Gerrit Zalm

PINNEN IS DE NIEUWE MANIER OM MAKKELIJK, SNEL EN VEILIG TE BETALEN

HOE SBEB VAN PINNEN EEN ALLEDAAGSE HANDELING MAAKTE

Om pinnen een aantrekkelijke optie te kunnen maken voor het publiek moesten eerst drempels bij de ondernemers worden weggenomen. De belangrijkste: er waren onvoldoende goedkope oplossingen voor ondernemers op de markt om pinnen als waardevolle betaalmethode te zien, laat staan om het te promoten.

2006

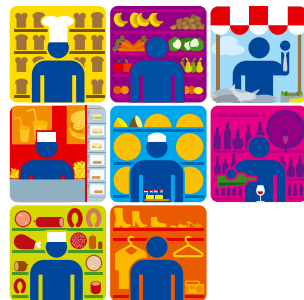


VERKEERD VERBONDEN

In december 2006 bracht de Stichting het rapport 'Verkeerd verbonden' uit. Hierin werd een oproep gedaan aan aanbieders in de markt om complete, kosteneffectieve pakketten voor PIN-verkeer te realiseren zodat voor het MKB-segment goedkopere oplossingen binnen bereik zouden komen.

Verkeerd verbonden

Knelpunten en mogelijke oplossingen voor een doorbraak van elektronisch betalen in het MKB inclusief een dringend beroep op aanbieders



STICHTING
BEVORDEREN EFFICIËNT BETALEN





2007 SUBSIDIE SLIMME PINPAKKETTEN

De Stichting maakte investeren in pinapparatuur nog aantrekkelijker door subsidie op pakketten te geven. Uiteraard ging dat met het nodige rumoer gepaard. Veel aanbieders zagen de aantrekkelijkheid van het aanbod in, waardoor een fors aantal 'Slimme PIN-pakketten' over de toonbank ging.

BETAALWIJZER EN PINKRANTEN

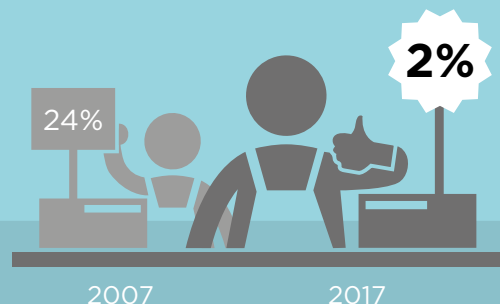
De promotie voor Slimme PIN-pakketten bestond uit een combinatie van free publicity, advertenties en acties in samenwerking met brancheorganisaties, waaronder de uitgave van pinkranten.

Ook verscheen een jaarlijkse 'papieren' nieuwsbrief over de ontwikkelingen in het elektronische betalingsverkeer: de Betaalwijzer. Geproduceerd in samenwerking met Currence en later de Betaalvereniging.



BIJBETALEN VOOR PINNEN HOEFT BIJNA NERGENS MEER

Percentage van ondernemers waar moet worden bijbetaald voor pintransacties



PINNEN GOEDKOPER DAN GEDACHT

Veel ondernemers waren er destijds van overtuigd dat pinnen duur was en contant geld goedkoop. In samenwerking met De Nederlandsche Bank voerde EIM (inmiddels Panteia) daarom het *Kostenonderzoek Toonbankinstellingen* uit. Hieruit kwam ondubbelzinnig naar voren dat, zeker voor de gevestigde detailhandel, het kostenverschil tussen PIN-betalingen en contante betalingen minimaal was. Ook werd aangetoond dat het plaatsen van 'boetebordjes' bij de kassa voor pinbetalingen van lage bedragen contraproductief was. Stonden er in 2007 nog bij een kwart van de ondernemers zulke bordjes, aan het einde van de Convenantperiode zag je ze bijna nergens meer (2%).

A photograph of a man in a striped polo shirt and jeans using a PIN payment terminal on a street. He is standing next to a man with a beard and a pink shawl. In the background, there is a large, ornate, colorful structure, possibly a float or a building facade, and a church with Gothic architecture. The scene is outdoors on a sunny day.

2008

**KLEIN BEDRAG?
PINNEN MAG!**



KLEIN BEDRAG? PINNEN MAG!

Met de campagne KLEIN BEDRAG? PINNEN MAG! uit 2008 beoogden SBEB en Currence de schroom voor 'kleine' pinbetalingen weg te nemen. De aftrap van deze langlopende stimuleringscampagne was dat Estelle Gullit bij een SRV-wagen van Dirk van den Broek een flesje water afrekende met haar pas. Die actie leverde de nodige publiciteit op. Via meerdere slogans en een diversiteit aan promotiemateriaal konden ondernemers hun klanten informeren dat pinbetalingen ook bij kleine bedragen meer dan welkom waren.



Een nadere overeenkomst

Om aan te kunnen sluiten op het Europese betalingsverkeer ondertekenden banken en toonbankinstellingen op 27 mei 2009 een gezichtsbepalend akkoord voor het Nederlandse betalingsverkeer, de Nadere Overeenkomst. Naast het verder stimuleren van pinnen, gingen de partijen aan de slag om de invoering van EMV met twee jaar te vervroegen ten opzichte van de aanvankelijke planning naar eind 2011. Daarmee zou meteen de schade door skimmen worden teruggedrongen.

2009





HET NIEUWE PINNEN GAAT BEGINNEN

In Madurodam werd het startschot gegeven voor de invoering van het nieuwe pinnen. SBEB lanceerde samen met brancheorganisaties, schemes (Maestro en V Pay), banken en terminal-leveranciers een landelijke voorlichtingscampagne. Centraal daarin stond de oproep aan ondernemers om hun pinautomaten zo snel mogelijk aan te passen aan het nieuwe pinnen.

De SBEB-subsdieregeling 'Sloopregeling Betaalautomaten' werd in het leven geroepen om ondernemers die vervroegd hun betaalterminals moesten vervangen tegemoet te komen.





**PINNEN IS
PRETTIGER.**

OOK VOOR UW GEMAK.

Geen gedoe meer met wisselgeld en afstorten. En het geld staat meteen op uw rekening. Ofwel meer gemak voor u. Daarnaast is pinnen veilig, zorgt voor extra omzet en is goedkoper dan u denkt. Alleen maar prettig voor u. Maar uw klanten willen ook steeds meer pinnen. Zorg dat het kan en ga naar www.pinnenzakelijk.nl



PINNEN IS PRETTIGER

Klanten zijn eerder tot pinnen bereid, als winkelmedewerkers of ondernemers daar specifiek om vragen. Voor ondernemers kwam er een nieuwe campagne onder het motto 'Pinnen is prettiger' en er kwamen verschillende pay-off varianten: ... ook voor uw omzet, ... ook voor de veiligheid, ... ook voor uw klanten. Voor kassamedewerkers werd het materiaal voorzien van de boodschap 'Wil je bij me pinnen? Vraag het gewoon even'. SBEB organiseerde wedstrijden om te bevorderen dat men de pinvraag ook echt ging stellen.

PINNENZAKELIJK.NL ZIET HET LEVEN

Op www.pinnenzakelijk.nl konden ondernemers alle voor de bedrijfsvoering relevante informatie over pinnen terugvinden. Zoals een rekenmodule om de kosten van het eigen betalingsverkeer te bepalen, een bestelmodule voor pinpromotiemateriaal en tips om storingen te voorkomen.



PIN EN WIN WINTERFEEST

Niet alleen ondernemers moesten de voordelen van PIN beter gaan zien, ook de klant kon nog wel wat stimulans gebruiken. Daarom werd, in nauwe samenwerking met Currence, het PIN en WIN Winterfeest in het leven geroepen. Na een pinbetaling maakten consumenten met hun bon kans op mooie prijzen zoals een winkeltegoed van € 100,- of een jaar lang gratis boodschappen.

DE OVERGANG VAN STRIP NAAR CHIP

Het jaar 2010 stond in het teken van de grote voorbereiding op de landelijke uitrol van het nieuwe pinnen. Via pilots werd het nieuwe promotiemateriaal getest, de reactie van het publiek in kaart gebracht en onderzocht waar ondernemers in de praktijk tegenaan liepen. Dat gebeurde zowel bij individuele bedrijven als in twee complete winkelgebieden: Gelderlandplein in Amsterdam en Leidsenhage in Leidschendam. Een projectbureau bij Betaalvereniging Nederland had het voortouw, SBEB organiseerde de contacten met ondernemers en brancheorganisaties.

2010





BREEDBANDPINNEN

Veel MKB-ondernemers maakten voor het pinnen nog gebruik van een trage en onnodig dure inbelverbinding. Een breedbandverbinding was veel beter geschikt voor het nieuwe pinnen. In de campagne 'Sluit u aan op breedband. Sneller en goedkoper' werden de voordelen van deze vorm van breedbandpinnen benoemd en kregen ondernemers concrete adviezen voor de overstap.



ER WERDEN REGELMATIG FEESTJES GEORGANISEERD

Succesvol onderdeel van het pakket stimulerende initiatieven bleken 'winkelwedstrijden'. Hiermee konden individuele filialen van grootwinkelbedrijven die de grootste pingroei realiseerden in het zonnetje worden gezet. In het prijzenpakket zaten onder meer een privé-optreden van Jeroen van der Boom en toegangskaarten voor een show van Hans Klok.



SBEB-

SBEB-BBQ

Een fenomeen waar relaties ieder jaar weer naar uitkeken was de SBEB-barbeque in Scheveningen. In een ontspannen sfeer, bij voorkeur op blote voeten of in korte broek, konden de verschillende ervaringen worden gedeeld en de onderlinge banden aangehaald.

-BBQ

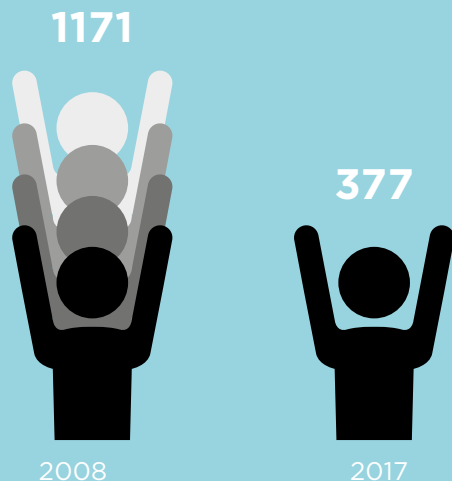


CRIMINELEN KREGEN HET STEEDS LASTIGER

Schade door skimming
(in miljoenen euro's)



Aantal overvallen bij detailhandel,
horeca en benzinestations



Heeft u nog geen pinautomaat?

Hier drie stappen om voordelig te gaan pinnen:

-
- 1 Schaf een slim pinpakket aan. Een totaaloplossing voor pinnen. Met € 100,- subsidie! Kijk op www.slimmepinpakketten.nl
 - 2 Ga met uw bank praten. Vraag speciaal naar de **nieuwe aantrekkelijke tarieven** bij toename van het aantal pinbetalingen, vooral van kleine bedragen. **Extra voordelig.**
 - 3 **Pin over breedband** (gecertificeerd, gewoon internet of GPRS). Geen telefoontik meer per betaling. Kijk op www.hetnieuwepinnen.nl en ga naar acceptant/breedband.
- pinnen is veiliger

PINNEN IS VEILIGER

Zorgwekkende ontwikkeling was de toename van het aantal overvallen op winkels. Aanleiding voor de overheid om de 'Taskforce Overvallen' op te richten, met vertegenwoordigers van politie, justitie, detailhandel en horeca. De Taskforce, onder leiding van de Rotterdamse burgemeester Aboutaleb, zocht samenwerking met SBEB om ondernemers in overvalgevoelige wijken te helpen overtuigen van de voordelen van pinnen. Voor dat doel ontwikkelde SBEB onder meer informatiemateriaal, zoals de ansichtkaart 'in 3 stappen naar voordelig(er) pinnen'.



In 2010 werd de ‘Week van het Pinnen’ in het leven geroepen: een actieweek waarin ondernemers, brancheorganisaties, banken, terminalleveranciers en schemes extra nadruk konden leggen op de voordelen van pinnen. De Week werd ondersteund door Pin&Win-acties, radiocommercials, advertenties en internetbanners.



Op vrijdag 10 december werd de mijlpaal van de 2 miljardste pintransactie van 2010 behaald én gevierd.

HET NIEUWE PINNEN NAGENOEG INGEVOERD

Na een jaar voorbereiding zouden ondernemer en consument klaar moeten zijn om het nieuwe pinnen te omarmen. Op 2 maart gaf minister van Financiën Jan Kees de Jager het startschot voor de landelijke uitrol. Overal in Nederland stonden consumenten even stil bij de switch van doorhalen naar insteken. Winkeliers, horeca-ondernemers en tankstationhouders hielpen hun klanten graag een handje bij het omgaan met de nieuwe pas. Belangrijkste verandering was dat ondernemers hun betaalautomaat gingen activeren en dat consumenten kennismaakten met de nieuwe handeling 'insteken'. Met succes, want eind 2011 was de landelijke dekking zo goed als compleet.



2011

Minister van Financiën Jan Kees de Jager, Boele Staal,
Piet Mallekoote en Henk van den Broek.





OVERAL WELKOM MET JE PAS

Het vergroten van de bewustwording over veiligheid bij ondernemers en consumenten was de belangrijkste doelstelling van de 100% pingebieden, waar SBEB al in 2008 de aanzet voor had gegeven. Almere had de primeur en al snel volgden andere winkelcentra zoals in Leidschendam-Voorburg (Leidsenhage), Rotterdam (De Koopgoot), Horst aan de Maas, Amstelveen, Wageningen, Hoofddorp en Goirle.

In een 100% pingebied konden consumenten overal en zonder toeslag met hun pinpas betalen. Om nieuwe gebieden enthousiast te maken voor de invoering en een duwtje in de rug te geven, werd een praktisch draaiboek ontwikkeld en financiële ondersteuning geboden om opmerkelijke consumentenacties te ontwikkelen. Bovendien kregen ondernemers subsidie op de aanschaf van een slim pinpakket.





U PINT TOCH OOK?

Veertien Pinkkampioenen werden beloond met een hoofdrol in de TV-spot 'U pint toch ook?'

HEEL HEINEKEN PINT

Meer dan 2.000 medewerkers van toonbankinstellingen en banken die zich hadden ingezet om het pinnen te stimuleren werden getraakteerd op een spetterend feest. In de Heineken Music Hall traden veel bekende artiesten op. Natuurlijk hadden banken en schemes er ook voor gezorgd dat er van alles te beleven en te winnen viel.

pin 2011
kaarten
HMH PINNEN
love it!
Holland's Fairparty



2012



PINKAMPIOEN HENK VAN DEN BROEK

Na zes jaar een even intensieve als opmerkelijke voortrekkersrol te hebben vervuld, nam Henk van den Broek afscheid als voorzitter van de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen. Jacques Parson nam het stokje met veel enthousiasme van hem over.

Tijdens Het Grote Pinnenfeest in de Heineken Music Hall werd Henk volop in het zonnetje gezet en op grootse wijze bedankt voor zijn tomeloze inzet.





BRANCHECAMPAGNES



‘PIN’ was inmiddels tot een bekend merk en ‘pinnen’ tot een werkwoord uitgegroeid. Voor de laatste keer in de oude PIN-huisstijl verscheen een serie commercials op televisie, met scènes in de supermarkt en benzinebranche. Zoals bij elke nieuwe mijlpaal zorgde SBEB voor een fotomoment en een persbericht. Nieuws dat zijn weg vond naar veel media. Want pinnen mocht dan ingeburgerd zijn, het onderwerp bleef hot.





HIEP HIEP HET NIEUWE PINNEN!

De invoering van Het Nieuwe Pinnen was succesvol verlopen en de betrokken partijen vierden samen de mooie afloop. Nederland had dan in Europa niet voorop gelopen als het ging om EMV, maar maakte een enorme inhaalslag door het systeem in een jaar volledig in te voeren.



CASH STEEDS VAKER IN DE BAN

Uit pilots in 2010 en 2011 was naar voren gekomen dat supermarkten de invoering van 'Alleen Pinnen' kassa's het liefst gezamenlijk wilden aanpakken. Klanten zouden zo op diverse plekken in de buurt te maken krijgen met dit nieuwe fenomeen. Daarom werd gekozen voor de 'hotspotbenadering': een gecoördineerde invoering per gebied. Tot 'hotspot' werden gebombardeerd: Nijmegen, Groningen, Almere, Haarlem, Heerlen, Breda, Den Haag, Utrecht en Zwolle. SBEB coördineerde, ondersteunde en zorgde voor lokale publiciteit.



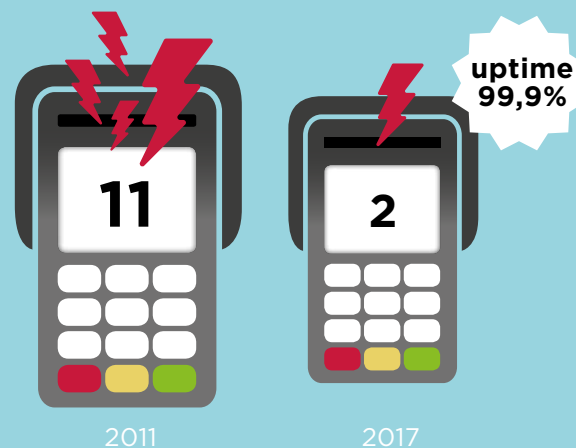
Gesloten

PIN
STORING

STEEDS MINDER GESTOORD

Naarmate het betalen met de pinpas toenam, groeide vanzelf ook de ergernis als de techniek klant en winkelier eens in de steek liet. Niet breed bekend was, dat ondernemers de beperking van het aantal pinstoringen deels in eigen hand hadden. Via checkout.nl. wees SBEB ondernemers op stabiliserende en preventieve maatregelen, zoals de keuze voor een keurmerkverbinding, het belang van een goed servicecontract en de mogelijkheid om gebruik te maken van een dubbele telecomverbinding.

Aantal landelijke storingen gemeld in CONNECT



ONBEPERKT PINNEN

Niet voor iedereen is pinnen even makkelijk of vanzelfsprekend. Kwetsbare groepen in de samenleving of mensen met een beperking kunnen problemen ervaren. In samenwerking met Viziris (inmiddels de Oogvereniging) is onderzocht hoe het gebruiksgemak van pinterminals voor hen kan worden vergroot. De inzet van een 'pin-arm' is daar een voorbeeld van. Voor mensen met een visuele beperking werden oefendagen gehouden in winkels en demonstraties gegeven op de ZIEZO-beurs.



WEEK VAN HET GELD

De Week van het Geld is een nationaal project dat als doel heeft om basisschoolleerlingen beter te leren omgaan met hun financiën. Samen met een klein filmbedrijf organiseerde SBEB een filmfestival waar groep 8 leerlingen van drie verschillende basisscholen in Nederland aan meededen.



EEN TUSSENJAAR

Toen de grote klus, het invoeren van het nieuwe pinnen, erop zat werd eerst uitgebreid geëvalueerd en besproken of een verdere samenwerking nog opportuun was. Voor de medewerkers van SBEB was dit een tussenjaar met veel onderzoek en ruimte om het land in te gaan voor promotie-acties en gesprekken met retailers.



Vice-voorzitter Chris Buijink en voorzitter Jacques Parson overhandigen de evaluatie 2009-2012 aan Frank Elderson van DNB.

2013



VAN 'PINNEN TOEGESTAAN' NAAR 'PINNEN, JA GRAAG'

Bij de invoering van het nieuwe pinnen was het compleet ingeburgerde merk PIN vervangen door de merken Maestro en V PAY. Neveneffect daarvan was dat de collectieve campagnematerialen aangepast moesten worden aan de nieuwe werkelijkheid.

Wat een beperkte restyling had kunnen zijn, werd aangegrepen om meteen een stap verder te gaan. Jarenlang was de boodschap dat consumenten ook kleine bedragen 'mochten' pinnen.

Nu was de tijd gekomen om die 'gunst' om te buigen in een uitnodiging. Instrument daarvoor was de nieuwe campagne *Pinnen, ja graag*. Burgemeester Jorritsma van Almere beet het spits af en leegde haar portemonnee om een week zonder contanten te leven. Haar ervaringen deelde ze in een column.



BURGEMEESTERS DOEN CASH IN DE KLUIS

Vanaf de start van de campagne in mei tot en met de Week van de Veiligheid in oktober werd iedere week een andere burgemeester bereid gevonden om een week lang alleen met de pinpas te betalen. Na de aftrap met mevrouw Jorritsma volgden onder meer de burgemeesters van Maastricht, Leeuwarden, Amstelveen, Emmen, Middelburg, Rotterdam en Dalfsen. Dit leverde regionaal veel publiciteit op.

EEN VERTROUWD MERK

Best een vreemde ervaring, om op de vaste plaats in het schap niet de bekende Peijnenburg ontbijtkoek aan te treffen, maar een daarop lijkend exemplaar van het merk *Pinnen, ja graag*. Toch was precies dat het concept van de campagne waarmee de acceptatie van het pinnen verder verbreed zou kunnen worden. Via een aantal commercials en ondersteunend actiemateriaal, werd de nieuwe slogan zo breed geïntroduceerd.



'PINNEN, JA GRAAG' KOMT NAAR JE TOE DEZE ZOMER

Ondernemers houden niet van verspilling. Point of sale materialen gaan dan ook vaak lang mee, zelfs als ze al zijn ingehaald door nieuwe inzichten. Via een landelijke schoonmaakactie werd ondernemers gevraagd hun oude promotiemateriaal met PIN-logo en chipkniplogo te vervangen door *Pinnen, ja graag* materiaal. De zomer door werden acht regionale pingebeden bezocht waar promotieteams ondernemers hielpen met het vervangen van hun oude materiaal. Ook voor consumenten was er daarbij het nodige te doen en te winnen.

LANCERING WEBSITE CHECKOUT.NL

De websites kassakiezer.nl en betaalterminal.nl, opgezet door het Hoofdbedrijfschap Detailhandel en voortgezet door SBEB, worden geïntegreerd in checkout.nl. Ondernemers krijgen op deze website onafhankelijk advies bij de aanschaf van een afrekenstelsel of betaalautomaat.





KEIHARD VOOR 1 MILJARD

De supermarktbranche is goed voor ruim een derde van de pintransacties. Toename van het pinnen hier zou dus flink bijdragen aan de pingroei in het algemeen. Voor consumenten bleek de supermarkt de beste plaats om te winnen aan nieuwe betaalmethoden: met enige regelmaat dezelfde handeling, makkelijk en vertrouwd. Onder het motto 'Keihard voor 1 miljard' werd in samenwerking met het CBL en het Vakcentrum Levensmiddelen een grote actie opgetuigd om de magische grens van 1 miljard pintransacties in supermarkten te overschrijden.





SUPERMARKT VAN HET JAAR

Consumenten besluiten vaak pas aan de kassa op welke manier ze gaan betalen: pinnen of misschien toch een keer contant? Kassamedewerkers en de kassaomgeving zijn in hoge mate bepalend voor die keuze. Voldoende redenen voor SBEB om aan te haken bij de verkiezingen van 'Supermarkt van het Jaar' en 'Beste Kassa-afdeling van het jaar'.

Een ambitieuze eindsprint

De uitkomst van de evaluatie en gesprekken in 2013 was dat banken en toonbankinstellingen nog een laatste periode van vier jaar samen zouden werken aan veiliger en efficiënter betalingsverkeer. Daarna werd de Stichting ontbonden. In de 'Nadere Overeenkomst II' werden concrete doelen gesteld, zoals 100.000 extra betaalterminals, maatregelen om pinstoringen te voorkomen en omkering van de verhouding contant/pin voor eind 2018. Dit laatste doel werd breed gedeeld en ondersteund, bijvoorbeeld in het MOB: het streven was 60% pinnen tegenover 40% contant betalen. Vooral de innovatie contactloos betalen moest hieraan bijdragen.

2014



De Nadere Overeenkomst II, het pinakkoord, werd op het ministerie van Financiën in het bijzijn van minister Dijsselbloem ondertekend.



RETOURPINNEN

‘Niet goed, geld terug’, maar wie nagenoeg alleen pinnende klanten heeft, wil liever ook de retourgave niet in contanten doen. De banken ontwikkelden daarom Retourpinnen. Dat bleek vooral handig in de non-food detailhandel en voor borgbetalingen.



Retourpinnen handig maar nog weinig gebruikt

NERLANDS PUBLIEK POSITIEF OVER OMGEKEERDE PINTRANSACTIE BIJ GELD TERUG

WAT IS RETOURPINNEN BIJ GELD TERUG IN DE WINKEL?

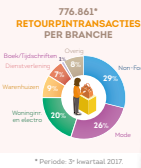
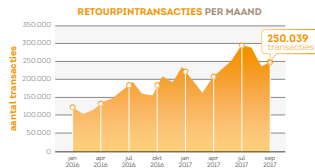
Retourpinnen is een omgekeerde pintransactie. Via Retourpinnen krijgt de klant elektronisch geld terugstort op de betaalrekening.



GEbruikers zijn POSITIEF OVER RETOURPINNEN



RETOURPINNEN IS BEKEND BIJ 60% VAN DE NEDERLANDERS



Retourpinnen kan ook als de persoonlijke betaling met een andere betaalmiddel is gedaan.
62% van de klanten weet dit echter niet.



De voorkeur voor Retourpinnen is sterker naarmate aanpakken voor hogere bedragen worden gedaan (gemiddeld Retourpinbedrag €52,25).



58% van de klanten vindt het prima dat bij Retourpinnen het bedrag de volgende dag op de rekening staat.



HET GEMAK EN DE VEILIGHEID
74% van de gebruikers vindt retourpinnen. Zij vinden het prettig om meteen contant geld op zak te hebben.

Bron: Gebaseerd op onderzoek door BrandScience/Omnicon Media Group in opdracht van Betaalvereniging Nederland en Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen in week 26, 2017.
WWW.PINNENZAKELIJK.NL WWW.PIDN.NL



PINNEN, JA GRAAG OOK OP FACEBOOK

Op social media kwam SBEB vooral met vrouwelijke volgers in contact. Er zijn talloze kleine win-acties georganiseerd om contactloos betalen bekend te maken.



ZOMERTOUR VOOR DE HORECA

In samenwerking met de banken en schemes trok een promotieteam van SBEB het land in om promotiemateriaal uit te reiken aan ondernemers en voorlichting te geven over contactloos betalen. Tijdens de actie werd Pinnen, ja graag zonnebrandcrème uitgereikt en kreeg KWF een cheque.



DE WEEK VAN DE VEILIGHEID

In de aanloop naar de donkere dagen is week 41 al de nodige jaren de 'Week van de Veiligheid'. SBEB greep deze week elk jaar aan om ondernemers erop te wijzen dat pinnen de veiligheid verhoogt. Zo werd in samenwerking met het ministerie van Veiligheid en Justitie pinnen verder gestimuleerd.



Minister Opstelten van Veiligheid & Justitie doet een van de eerste contactloze betalingen als opening van de Week van de Veiligheid 2014.

Ministerie van Veiligheid en Justitie

MINDER CASH WEL ZO VEILIG

stimuleer pinbetalingen

A photograph of Martijn Meerdijk, a man with blonde hair wearing a light-colored jacket over a graphic t-shirt, giving a thumbs up gesture.

Martijn Meerdijk, ambassadeur van de Week van de Veiligheid

TIP 'Loop lekker binnen,
laat klanten pinnen!'

www.deweekvandeveiligheid.nl
6 t/m 12 oktober 2014

WEEK VAN DE VEILIGHEID

HOE WIL JIJ PINNEN?

In 2015 is een nieuwe, frisse ondernemerscampagne van start gegaan. Onder het motto 'Hoe wil jij pinnen?' werd informatie gegeven over contactloos betalen, Retourpinnen, maatregelen rondom storingen, betaalautomaten en zelfs contant geld.

2015

BETAAL
HIER OOK



BETAAL OOK
CONTACTLOOS



HOE wil JIJ pinnen?

Klanten ontdekken contactloos pinnen

CHECK DE SPECIALE INRUILACTIE

Steeds meer klanten gaan contactloos pinnen. Deze snelle en makkelijke manier van betalen wint snel aan populariteit. Is jouw betaalautomaat nog niet geschikt voor contactloos pinnen? Stap dan nu over en bekijk de speciale inruilactie van vijf leveranciers op pinrenzakeij.nl. Een extra reden om te zeggen: Pinnen. Ja graag.

WWW.PINRENZAKEIJ.NL

PINNEN JA GRAAG

BETAAL JIJ AL CONTACTLOOS?

In 2014 werd een start gemaakt met contactloos betalen, maar de grote groei ontstond pas in 2015. De uitrol verliep geleidelijk omdat niet alle consumenten al beschikten over een pas die voor contactloos betalen geschikt was. Bovendien hadden ondernemers een nieuwe terminal nodig om de contactloze betalingen te kunnen accepteren.



In september werd gevierd dat de 100.000^{ste} contactloze terminal in gebruik werd genomen.

CONTACTLOOS BETALEN, VERTEL MIJ MEER



Staat het 1))) teken op de betaalpas van je klant?
Dan kan hij contactloos betalen.

Niet? Tip hem dan dat ie een nieuwe pas kan aanvragen bij zijn bank.



SNEL!
10 SECONDEN SNELLER
dan een gewone pinbetaling.
(ook echt iets voor sprinters).

IS CONTACTLOOS
DUURDER DAN
GEWOON PINNEN?

Het tarief is hetzelfde, maar doordat het sneller gaat, is het goedkoper.

Het gemiddelde bedrag is:

€ **8,33**

HET TEGENOVERGESTELDE VAN
CONTACTLOOS WORDT IN VAKKRINGEN
CONTACTRIJK GENOEMD...

Als je kijkt naar alle pintransacties is 5,5 procent daarvan contactloos. Maar als je dit leest, is het alweer gestegen :-).

5,5%

HOE HET GAAT?

De betaalpas of mobiel kort tegen de betaalautomaat aanhouden. Of boven het schermpje. Het is zo gepiept - piep, piep, piep.



VERGETEN PASSSEN?

Verleden tijd, want klanten houden hun pas gewoon in de hand.

Ouderen, slechtzienden en blinden zijn blij met contactloos. Het is een stuk eenvoudiger dan gewoon pinnen.

Ja *maar... Als ik mijn pas verlies of ineens kwijt ben of iemand gaat ermee aan de haal? Geen paniek. Misbruik na verlies of diefstal wordt vergoed door de bank.*

* check de voorwaarden bij de bank

**|| WANNEER IS WEL
EEN PINCODE NODIG?**

Boven de 25 euro en als je opgeteld 50 euro contactloos hebt betaald. Tot en met 25 euro gaat het zonder pincode.



Klanten willen het graag, dus laat het zien.

Bestel gratis promotiemateriaal en kijk voor veelgestelde vragen op PIN.NL

61

**MAIL
& WIN!**



Wil je een gratis (extra) contactloze betaalautomaat?

Stuur dan een mail met PINsert + je contactgegevens (naam bedrijf, contactpersoon, adres en telefoonnummer) naar info@efficientbetalen.nl. Uit de inzendingen wordt de winnaar getrokken. Meedoen kan tot 31 januari 2016. De winnaar krijgt persoonlijk bericht.

* Over de uitslag kan niet worden gecorrespondeerd. betaalautomaat t.w.v. maximaal 800 euro, niet inwisselbaar in contanten.

MAAK VAN PINNEN OOK JOUW SPORT

Bij veel sportclubs was contant geld nog de betaalstandaard. Om het pinnen bij sportverenigingen beter van de grond te krijgen, werd de campagne 'Maak van pinnen ook jouw sport' ontwikkeld.

Inmiddels zijn pinautomaten niet meer weg te denken uit de kantine. Medio november werd de mijlpaal van de 100 miljoenste contactloze betaling bij een sportvereniging gevierd. Forum Sport in Voorburg ging met de eer en de aandacht strijken.





SLIM OMGAAN MET CONTANT GELD

De tweede Nadere Overeenkomst leverde een nieuw type activiteit op voor de Stichting. Hoewel het pinnen steeds meer de overhand begon te krijgen, incasseerden ondernemers ook nog steeds grote hoeveelheden contant geld. Dat vormde een veiligheidsrisico en vroeg om slimme maatregelen. In samenwerking met waardetransporteurs ontstond een nieuw type dienstverlening voor MKB-ondernemers: De Slimme Kluis. De eerste kluisen werden in Ede geïnstalleerd. In 2017 volgden pilot projecten in onder meer Hoofddorp, Nijmegen en Den Haag. Goochelaar Roy van Rossum bracht met leuke trucs de boodschap opvallend onder de aandacht.





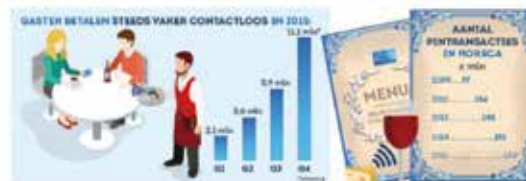
HORECA

Ter gelegenheid van de Horecava, de vakbeurs die traditioneel in januari plaatsvindt, maakte SBEB een infographic over betalen in de horeca. Gasten betalen immers steeds vaker met de pinpas - en steeds vaker ook contactloos.

2016

Contactloos betalen steeds populairder in horeca

HORECAJIFFERS: TREND MEER PINBETALINGEN, MINDER CONTANT ZET DOOR



LAAT HET ZIEN!
PLAATS DE BETAALMIDDEL IN HET ZICHT EN GEWIKS HET PINNENMIDDEL

www.pinpas.nl

PINNEN JA GRAAG

PINNEN JA GRAAG
Ook de Pool

PINNEN JA GRAAG
Ook de Pool



COMMERCIAL CONTACTLOOS BETALEN

Contactloos betalen is snel en gemakkelijk. Om dit breed bekend te maken werd er in 2016 een aanstekelijke commercial gemaakt, waarin deze vorm van betalen centraal stond.

PINSERT MAGAZINE

Via het eenmalig verschenen magazine PINsert praatte SBEB ondernemers bij over alles op het gebied van pinnen. Met verrassende interviews, de rubriek 'Mag ik even in je portemonnee kijken', de ins en outs van contactloos betalen, 10 brutale vragen aan de bank en de kans op een gratis betaalautomaat.



50-50 MIJLPAAL

In 2015 bleken Nederlandse consumenten voor het eerst meer aankopen met de pinpas dan met contant geld te hebben betaald. Een bijzondere mijlpaal die in mei 2016 formeel vastgesteld en gecommuniceerd kon worden.





PINNEN JA GRAAG

SBEB BEZOEKT EVENEMENTEN EN FESTIVALS

Om consumenten persoonlijk te informeren over de voordelen van contactloos betalen bezocht het 'Pinnen, ja graag' team het Margriet Winter Festival, Libelle Zomerweken en Share a Perfect Day. Naast informatie opdoen, konden bezoekers in de stand onder meer oefenen op een vending machine met contactloos betalen module en een grote replica van een betaalautomaat met grote betaalpassen. Bij beide automaten waren ook mooie prijzen te winnen.





VIERDAAGSEFEESTEN IN NIJMEGEN

Contactloos betalen kon intussen vrijwel overal, dus ook rond de Vierdaagse van Nijmegen. Die vormde een mooie aanleiding om contactloos betalen te promoten bij bezoekers, inwoners en ondernemers.

Samen met de Betaalvereniging organiseerde SBEB een foto-actie rondom de actie 'Een zoen voor een ziek kind' van het Ronald McDonald Huis Nijmegen. Mensen die voor 1 euro een zoen doneerden en deze contactloos pinden konden op de gevoelige plaat worden vastgelegd.



OLIEBOLLENACTIE

Oliebollenkramen waren zo'n beetje de laatste plek waar je nagenoeg alleen met contant geld terecht kon. Door gerichte stimulering wist SBEB de pinacceptatie van 10% naar 71% te krijgen.



1 MILJARDSTE TRANSACTIE CONTACTLOOS

Het grote voordeel van contactloos betalen was voor ondernemers snel helder: het ging duidelijk sneller. Op dat inzicht volgde actie. Ondernemers haalden de investering in nieuwe betaalautomaten naar voren en wezen hun klanten steeds vaker op de nieuwe betaalmogelijkheid. In 2017 kon de miljardste contactloze betaling worden genoteerd. Een fotomoment in een bloemenzaak markeerde dit bijzondere moment.



2017





COLLECTEBUS

Een langgekoesterde wens ging in vervulling toen ook de Goede Doelenorganisaties een deel van hun collectebussen voorzagen van een pinauto-maat. De pinbus bleek goed voor een aanmerkelijk hogere gemiddelde opbrengst per collectant.



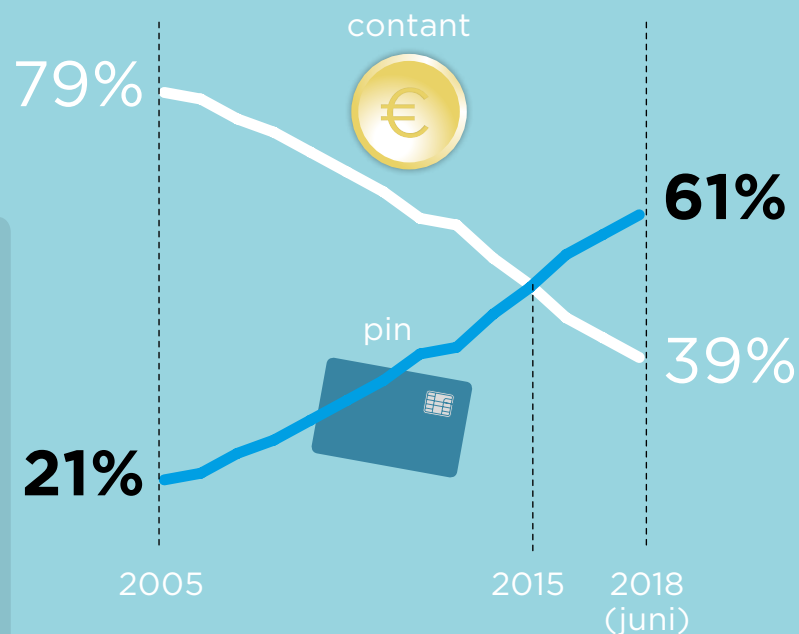


PINNEN, JA GRAAG BOEKJE

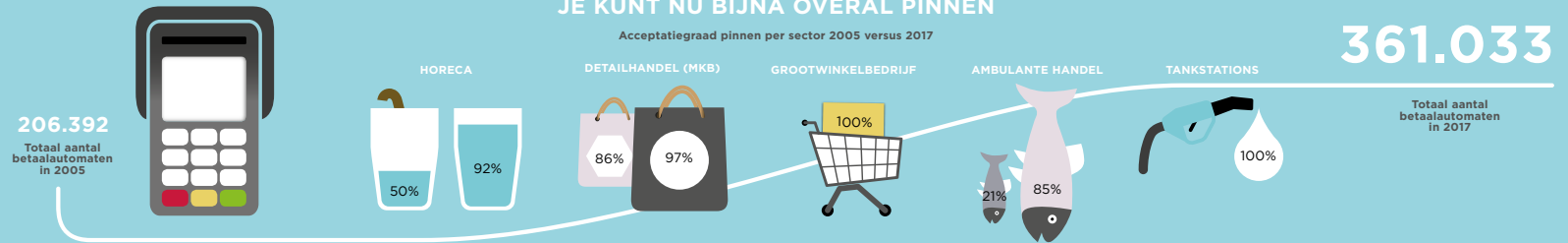
Alle door de jaren opgedane kennis en best practices over het stimuleren van pinbetalingen bracht SBEB bijeen in het boekje 'Pinnen? Ja graag!' dat ook vertaald werd in het Engels.

DOELSTELLING 60% PIN VS 40% CONTANT GEHAALD

In procenten

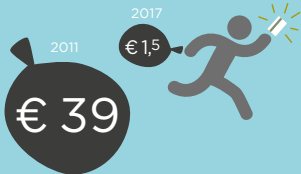


IN 13 JAAR VEILIGER EN EFFICIËNTER BETALINGSVERKEER



CRIMINELN KREGEN HET STEEDS LASTIGER

Schade door skimming (in miljoenen euro's)



VOOR ONDERNEMERS IS PIN NU GEMIDDELD 12 CENT GOEDKOPER DAN CONTANT

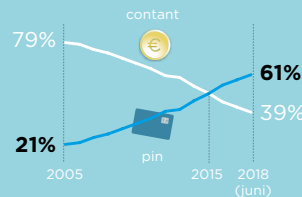
Gemiddelde kosten per transactie (in eurocent)



Per saldo bespaarden zij €1,2 miljard tussen 2005 en 2017

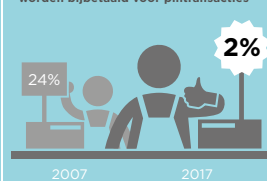
DOELSTELLING 60% PIN VS 40% CONTANT GEHAALD

In procenten



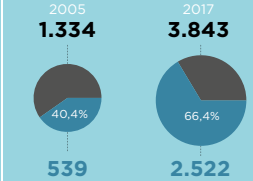
BIJBETALEN VOOR PINNEN HOEFT BIJNA NERGENS MEER

Percentage van ondernemers waar moet worden bijbetaald voor pintransacties



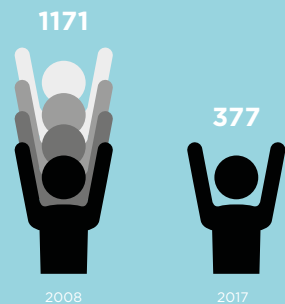
KLEIN BEDRAG, PINNEN MAG HAD EFFECT

Totaal aantal pintransacties (x 1000)



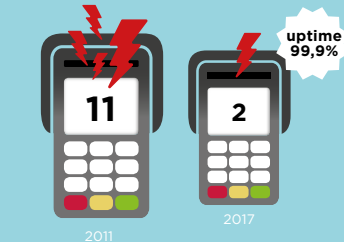
Aantal pintransacties (x 1000) onder €20

Aantal overvallen bij detailhandel, horeca en benzinstations



STORINGSGEVOELIGHEID IS AFGENOMEN

Aantal landelijke storingen gemeld in CONNECT

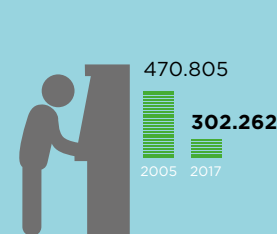


STEEDS MINDER CONTANT GELD, DUS VEILIGER

Waarde van betalingen via pin en contant (in miljarden euro's)



Aantal geldopnames bij de geldautomaat (x 1000)



Waarde van bijpin-transacties bij winkeliers (in miljoenen euro's)



A group of people, mostly women, are captured in a moment of joyful celebration. They are singing and dancing, with their arms raised in the air. The scene is overlaid with a solid red color, creating a vibrant and energetic atmosphere. The text 'Grande finale' is prominently displayed in the center in a white, bold, sans-serif font.

Grande finale

De laatste ronde

In het al in 2014 aangekondigde laatste jaar van haar bestaan, besteedde de Stichting vooral aandacht aan onderzoeken, de organisatie van een grote eindmanifestatie en de overdracht van de erfenis. Het overleg tussen toonbankinstellingen en banken wordt voortgezet door Betaalvereniging Nederland. Checkout.nl wordt verzelfstandigd als vergelijkingsplatform voor ondernemers.

Samen met DNB en de Betaalvereniging werd 'De Laatste Ronde' georganiseerd: een congres in het Auditorium van DNB voor iedereen die beleidsmatig bij het onderwerp was betrokken. Omdat banken en toonbankinstellingen elkaar veelvuldig hebben uitgedaagd en met elkaar hebben gespard, werd gekozen voor een event in de sfeer van de bokssport.

'Het Laatste Rondje' volgde 's avonds. Een gezellig feest in Amsterdamse kroegsfeer, waarbij genodigden werden voorzien van een hapje en een drankje, in de watten gelegd met allerlei verrassingen (mogelijk gemaakt door banken en schemes) en diverse optredens kregen voorgeschoteld.

Al was het feitelijk een soort begrafenis, toch had de afsluiting het karakter van een gezellige bruiloft. Passend, want SBEB mag dan na 13 jaar wegens succes zijn opgeheven, het werk gaat door - zij het in een andere organisatievorm.



2018





DE LAATSTE RONDE

HENK
V/D **BROEK**

RIEN
HINSEN

DINSDAG 30 OKTOBER - AMSTERDAM

A promotional graphic for a debate event. It features two men, Henk Broek and Rien Hinsen, standing in a boxing ring. The background is dark with some lights. The text 'DE LAATSTE RONDE' is at the top in large white letters. Below the names, there is a red banner with the date and location 'DINSDAG 30 OKTOBER - AMSTERDAM'.









HET LAATSTE RONDJE













BEDANKT!

PIN

DIN

PIN

DIN

