

## **Het toonbankbetalingsverkeer in Nederland**

Kosten en opbrengsten van  
toonbankinstellingen in kaart gebracht

Ruud Hoevenagel  
Jacqueline Snijders  
Renate de Vree

Zoetermeer, 21 december 2007

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Nederlandsche Bank en de gezamenlijke toonbankinstellingen.

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij EIM bv. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van EIM bv. EIM bv aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with EIM bv. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of EIM bv. EIM bv does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

# Inhoudsopgave

SAMENVATTING	5
1 Inleiding	7
1.1 Aanleiding	7
1.2 Doel van het onderzoek	8
1.3 Aanpak van het onderzoek	9
1.4 Afbakening onderzoek	11
1.5 Organisatie van het onderzoek	12
1.6 Inhoud rapport	13
2 Gevolgde methodiek	15
2.1 Het kostenmodel	15
2.2 Dataverzameling	17
2.3 Representativiteit en betrouwbaarheid	18
2.4 Opbouw van de vragenlijsten	20
2.5 Frontoffice-kosten	20
3 Kenmerken inkomend betalingsverkeer	23
3.1 Inleiding	23
3.2 Acceptatiegraad betaalmiddelen	23
3.3 Aantal verkooptransacties in toonbankinstellingen	24
3.4 Relatief belang van de betaalmiddelen	26
4 Kosten en opbrengsten van het betalingsverkeer	31
4.1 Inleiding	31
4.2 Interne en externe kosten	31
4.3 Kosten van het betalingsverkeer	33
4.4 Vaste en variabele kosten	38
4.5 Opbrengsten van het betalingsverkeer	42
5 Kosteneffecten van drie toekomstscenario's	45
5.1 Inleiding	45
5.2 Scenario 1: een optimaal kostenefficiënt betalingsverkeer	45
5.3 Scenario 2: een cashloze toekomst	46
5.4 Scenario 3: Doelstellingen Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen behaald	47
6 Alle toonbankinstellingen	51
6.1 Inleiding	51
6.2 Ambulante handel en tankstations	51
6.3 Bestedingen bij toonbankinstellingen	52
6.4 Aantal verkooptransacties bij toonbankinstellingen	53
6.5 Relatief belang van de betaalmiddelen	53
6.6 Kosten van het betalingsverkeer voor toonbankinstellingen	54

## Bijlagen

I	Telefonische vragenlijst	57
II	Kostenbegrippen	69
III	Aantal bedrijven en verkooppunten	73

## SAMENVATTING

In opdracht van de gezamenlijke toonbankinstellingen en de Nederlandsche Bank heeft EIM de kosten van betalen voor de detailhandel en de horeca in kaart gebracht. Andere betrokken partijen zoals de banken, Currence en de Consumentenbond zijn geconsulteerd en hebben een belangrijke bijdrage geleverd, zowel bij de methodologische discussies als bij de aanlevering van de benodigde kwantitatieve informatie.

De detailhandel en de horeca nemen samen haast tweederde deel van het totaal aan betalingen voor hun rekening. In termen van aantallen transacties is het aandeel van deze sectoren naar schatting 75%. De kosten voor de gangbare betaalmiddelen zijn beschouwd. Contant geld en de Pinpas zijn met afstand de belangrijkste. In de detailhandel vindt 95% van de betalingen, zowel in termen van omzet als aantallen transacties, met contant geld dan wel de Pinpas plaats.

De studie illustreert de verdere opmars van het Pinnen. In de detailhandel is het aandeel van Pin in het totale aantal transacties gestegen tot 26% (2001: 16%), en het aandeel van contant geld is 72% (2001: 82%). In termen van omzet is Pinnen het belangrijkste betaalmiddel. Pinnen neemt nu 56% voor zijn rekening, terwijl het aandeel van contant geld 38% is. De belangrijkste bevindingen voor de kosten van de detailhandel zijn:

- De totale kosten van het betalingsverkeer zijn gedaald tot € 788 miljoen (2001: 839 miljoen. Dat is een daling van zes procent en een zeer opvallende uitkomst, want kostenonderzoeken van 2001 en eerder duiden steeds op kostenstijgingen.)
- Een Pintransactie is fors goedkoper geworden en kost nu gemiddeld € 0,20<sup>1</sup>.
- De kosten van contant geld zijn licht gestegen. Een contante betaling kost gemiddeld € 0,18<sup>2</sup>.
- De huidige infrastructuur van het Pinnen kan nog aanmerkelijk meer transacties aan. De kosten van een extra pintransactie bedragen dan ook voor een gemiddelde transactie € 0,16 terwijl die van contant geld voor een even grote extra transactie € 0,21 zijn. Verschuiving van contant geld naar Pin levert de detaillist dus 5 eurocent per transactie op.

Het kostenbeeld voor de horeca spoort grosso modo met dat van de detailhandel. De horeca verschilt van de detailhandel in de zin dat contant geld nog een belangrijkere rol vervult. De kosten van een Pintransactie zijn hoger (€ 0,34), vooral doordat het aantal Pinbetalingen relatief laag is. De kosten van een betaling met contant geld (€ 0,29) liggen eveneens hoger dan in de detailhandel. Hierdoor komen de besparingen van een verschuiving van contant naar Pin ook hoger uit. Per extra transactie komt de besparing uit op 7 eurocent.

Becijferd is wat de opslag voor een Pinbetaling oplevert die winkeliers en horeca-ondernemers soms rekenen voor betalingen onder de € 10,-. Die opbrengst is (met € 5,9 miljoen voor de detailhandel en € 2,4 miljoen euro voor de horeca)

<sup>1</sup> Het gaat hier om de totale kosten, dwz inclusief afschrijving betaalautomaat, telecommunicatie, bankkosten en tijd die gemoeid is met een Pintransactie.

<sup>2</sup> Ook hier gaat het om de totale kosten, dwz inclusief kosten van wisselgeld, afstorten, tijd die gemoeid is met backoffice-activiteiten zoals tellen, kas opmaken en de transactietijd.

kleiner dan een procent van de kosten die deze ondernemers kwijt zijn aan betalingsverkeer. De opslag vormt anderzijds wel een belemmering voor Pinnen door consumenten. En dat is ongunstig voor winkeliers en horecaondernemers die al over een Pinautomaat beschikken.

Het rapport beschouwt verschillende scenario's met als gemeenschappelijk kenmerk een substitutie van contante door elektronische betalingen. Het rapport laat zien dat de kostenbesparingen fors zijn en kunnen oplopen van tientallen tot honderden miljoenen euro's. De studie geeft voorts aan dat veel ondernemers in de detailhandel en horeca een groter aandeel van Pin ten koste van contant geld wenselijk vinden. Naast potentiële kostenbesparingen kunnen ook aspecten als service, gemak, controle en veiligheid deze voorkeur voor een sterkere rol voor Pinbetalingen verklaren. Terugdringen van contant geld kan de kans op berovingen tijdens, maar ook voor en na openingstijden doen afnemen. Deze studie beschouwt echter alleen de kostenaspecten van betalen, en die geven aan dat een nog prominentere rol van de Pinpas tot grote kostenbesparingen voor de toonbankinstellingen zal leiden.

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

Nederland beschikt, in vergelijking met andere Europese landen, over een efficiënt en veilig betalingsverkeer. Toch zijn de meest betrokken partijen, zoals de Nederlandsche Bank (DNB), de banken en de vertegenwoordigers van toonbankinstellingen van mening dat verbeteringen nog nodig en mogelijk zijn. Dit is daarom al een aantal jaar een belangrijk aandachtspunt van het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (MOB). Op 17 november 2005 sloten de banken en de toonbankinstellingen bovendien het *Convenant Betalingsverkeer*<sup>1</sup>. Doel van het Convenant is de efficiency en veiligheid van het betalingsverkeer in Nederland verder te vergroten. In het MOB en het Convenant worden in gemeenschappelijk overleg met stakeholders plannen gemaakt om de kosten van het betalingsverkeer in Nederland - die uiteindelijk door de consument betaald worden - te verlagen.

### *Ontwikkelingen*

Internationale ontwikkelingen zijn van grote invloed op het Nederlandse betalingsverkeer. In Europa zijn belangrijke stappen gezet in de realisatie van een uniforme *eurobetaalruimte* (Single Euro Payments Area; afgekort SEPA). SEPA heeft tot doel het betalingsverkeer in Europa verder te harmoniseren. Dit zal gevolgen hebben voor Nederland. Banken zullen moeten investeren in nieuwe betaalproducten en infrastructuren en ook winkeliers zullen moeten investeren door hun betaalautomaten aan te passen.

Nationaal is er een algemeen streven naar meer Pinbetalingen en minder contante betalingen. Zo streeft de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen (SBEB) naar 50.000 extra betaalterminals in toonbankinstellingen en 1 miljard extra Pinbetalingen. Volgens SBEB heeft Pinnen voor de ondernemer vele voordelen: een gegarandeerde betaling, grotere veiligheid voor de ondernemer, de medewerkers en de consument, meer service voor de consument, minder kasgeld (dus snellere opmaak van de kassa), minder kans op verlies, diefstal, fraude of vergissingen, de consument kan altijd gepast betalen, de consument heeft altijd zijn bank bij zich (kans voor extra aankopen), eenvoudige bediening, goede controle, minder administratieve verwerking en snelle bijboeking, en een modern imago.

Een belangrijke vraag is echter hoe de kosten van Pinbetalingen zich verhouden tot die van andere betaalmiddelen, zeker ook in het licht van de grote veranderingen die zich voordoen.

### *Behoefte aan actuele gegevens*

De behoefte aan actuele gegevens over de kosten (en opbrengsten) van het betalingsverkeer in Nederland is dan ook groot. Recent hebben al diverse onder-

<sup>1</sup> Hiertoe hebben de banken 10 miljoen euro in een fonds gestort - beheerd door de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen (SBEB) - bedoeld om subsidie te geven voor projecten die de veiligheid en efficiency van het betalingsverkeer vergroten. Bovendien is een cent korting op de Pintarieven verleend.

zoeken op dit gebied plaatsgevonden.<sup>1</sup> Actuele kwantitatieve gegevens over de kosten van het betalingsverkeer voor toonbankinstellingen ontbreken echter. Vaak wordt teruggevallen op gegevens die afkomstig zijn uit 2002 (gebaseerd op het kostenmodel uit 1998), terwijl er sindsdien veel gebeurd is, zoals de invoering van de euro en de afschaffing van de eurocheques en girobetaalkaarten.

Het gebrek aan actuele gegevens heeft als mogelijk gevolg dat door ondernemers niet goed onderbouwde keuzes worden gemaakt ten aanzien van efficiëntiemaatregelen en dat evenmin overtuigende argumenten zijn aan te geven om de doelgroep - de toonbankinstellingen - in een bepaalde richting in beweging te krijgen.

DNB en de gezamenlijke toonbankinstellingen hebben daarom EIM opdracht gegeven om een actualisering te maken van het door EIM ontwikkelde kostenmodel uit 1998 voor het toonbankbetalingsverkeer en een berekening te maken van de kosten (en opbrengsten) van het betalingsverkeer in 2006 voor de gevestigde detailhandel en de horeca, op basis van nieuwe data.

## 1.2 Doel van het onderzoek

Het onderzoek kent het volgende doel:

*Het bieden van een actueel kwantitatief inzicht in de kosten (en opbrengsten) van het toonbankbetalingsverkeer in Nederland voor de gevestigde detailhandel en de horeca. Zowel op het niveau van de totale kosten van het betalingsverkeer, op het niveau van de totale kosten per betaalmiddel, als op het niveau van de kosten per transactie per betaalmiddel.*

Daarnaast is aan EIM gevraagd om vuistregels te ontwikkelen waarmee toonbankinstellingen handvatten krijgen om vast te stellen hoe hun toonbankbetalingsverkeer zo efficiënt mogelijk kan verlopen. In overleg met de opdrachtgever is besloten om deze vuistregels niet in dit onderzoeksrapport, maar afzonderlijk te presenteren.

*Kwantitatief inzicht in de kosten van het toonbankbetalingsverkeer*  
'Betalen' kost geld voor alle partijen die betalen aan de toonbank mogelijk maken, zoals de Nederlandsche Bank, banken, creditcardmaatschappijen, toonbankinstellingen en consumenten. De maatschappelijke kosten<sup>2</sup> die gemoeid zijn met het toonbankbetalingsverkeer werden in 2002 geraamd op 2,9 miljard euro (DNB, 2004).<sup>3</sup>

In de afgelopen 15 jaar zijn door EIM diverse onderzoeken uitgevoerd naar de kosten van het toonbankbetalingsverkeer voor diverse groepen van toonbankin-

<sup>1</sup> McKinsey (2006) *Betalingsverkeer in Nederland: een onderzoek naar de opbrengsten en kosten voor het bankwezen*; TNS-NIPO (2006), *De persona's achter de ondernemer*; M&I/Partners<sup>BV</sup> (2006) *Instap- en overstapmodellen voor elektronische betalen*; HBD (2006) *HBD Monitor Betalingsverkeer 2006*.

<sup>2</sup> Dit is een optelsom van alle interne kosten die alle partijen in de betaalketen gezamenlijk maken om betalingen en ontvangsten te realiseren.

<sup>3</sup> DNB (2004). *Betalen kost geld. Rapport kostenonderzoek toonbankbetaalproducten* (door de Werkgroep Kostenonderzoek Toonbankbetaalproducten).



stellingen, zoals de gevestigde detailhandel, horeca, ambulante handel en tankstations. De onderzoeken illustreren dat het betalingsverkeer in Nederland aan grote veranderingen onderhevig is. Zo heeft het elektronisch betalen een belangrijke plaats in het toonbankbetalingsverkeer veroverd. Consumenten zijn eraan gewend geraakt om hun Pinpas op steeds meer plaatsen te gebruiken. Toonbankbedrijven met grote Pinvolumes hebben stevig op prijs onderhandeld. Een andere verandering is dat het betalen met girobetaalkaarten en eurocheques sinds 1 januari 2002 niet meer mogelijk is. Daarnaast hebben zich ontwikkelingen voorgedaan aan de kostenkant van het betalingsverkeer, zoals de overgang van Pincontracten van Equens/Interpay naar de banken en het toetreden van nieuwe aanbieders in de markt.

Op allerlei fronten wordt gewerkt aan nieuwe mogelijkheden en verbeteringen van het huidige betalingsverkeer, zoals nieuwe typen betaalterminals, het aanbieden van zogenoemde slimme Pinpakketten (combinaties van betaalautomaat, telecommunicatieverbinding en soms ook bankkosten), verbeterde telecommunicatieverbindingen, betalen via de mobiele telefoon, en implementatie van nieuwe chiptechnologie die additionele mogelijkheden biedt.

Aanleiding genoeg om te kijken naar de kosten van het toonbankbetalingsverkeer in 2006.

#### *Sturen op een efficiënter betalingsverkeer*

Op dit moment gebruikt de consument in het toonbankbetalingsverkeer vooral de volgende vier betaalmiddelen: contant geld, Pinpas, Chipknip en creditcard. Veranderingen in de samenstelling van het toonbankbetalingsverkeer hebben invloed op de hoogte van het totale bedrag dat 'betalen' in Nederland kost. Eerder onderzoek heeft namelijk uitgewezen dat de kosten per transactie per betaalmiddel verschillen.

Een efficiënt georganiseerd betalingsverkeer is van groot belang voor de maatschappij als geheel en voor de verschillende partijen in de betaalketen zoals toonbankinstellingen en banken. Daarom wordt regelmatig door deze partijen beoordeeld of, gelet op de aantallen transacties en de kosten van het betalingsverkeer, er verdere verbeteringen kunnen worden doorgevoerd. Een belangrijke vraag is hoe de toonbankinstellingen zelf het betaalgedrag kunnen beïnvloeden om het betalingsverkeer zo efficiënt (lees goedkoop) mogelijk te maken.

### 1.3 Aanpak van het onderzoek

De onderzoeksfases zijn in figuur 1 weergegeven.

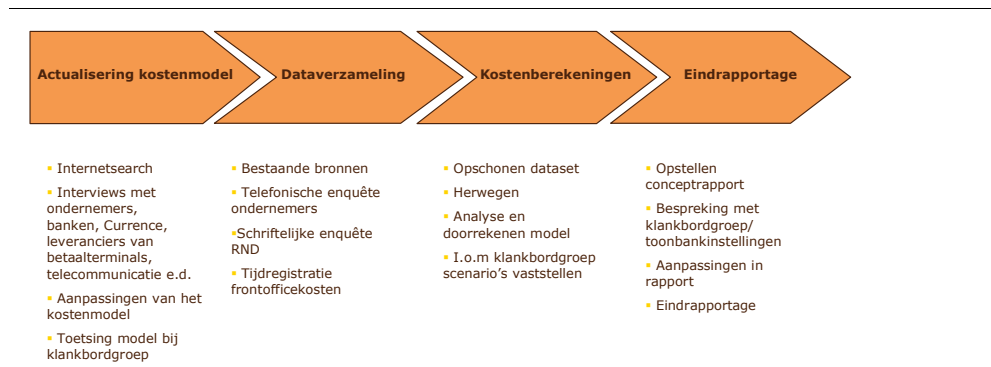
Het onderzoek bestaat uit een viertal stappen:

- Actualisering van het kostenmodel
- Dataverzameling
- Kostenberekeningen
- Eindrapportage.

### Actualisering van het kostenmodel

EIM heeft zich in de afgelopen 15 jaar beziggehouden met onderzoek naar de kosten van het betalingsverkeer.<sup>1</sup> Hiervoor is gebruik gemaakt van een kostenmodel dat in 1998 is ontwikkeld voor de gevestigde detailhandel, en later ook is gebruikt voor andere sectoren zoals de horeca.

Figuur 1 Schematische weergave van de onderzoeksaanpak



Bron: EIM, 2007.

Zoals in de vorige paragraaf al werd genoemd, is er sinds 1998 veel veranderd in het betalingsverkeer. Om inzicht te krijgen in deze ontwikkelingen en de consequenties daarvan voor de kosten van het toonbankbetalingsverkeer heeft bij aanvang van het onderzoek een internetsearch plaatsgevonden en zijn interviews gehouden met partijen die betrokken zijn bij het betalingsverkeer (ondernemers afkomstig uit detailhandel, horeca en tankstations, banken, Currence, leverancier van betaalterminals en leveranciers van telecommunicatie).

Doel van de internetsearch en de gesprekken was om het kostenmodel uit 1998 te actualiseren.

#### Dataverzameling

In dit onderzoek zijn nieuwe data verzameld. De dataverzameling bestaat uit vier onderdelen:

- dataverzameling bij bestaande bronnen (DNB, Currence, banken, CBS, HBD, Bedrijfschap Horeca, KPN, M&I/Partners<sup>BV</sup>)
- een telefonische enquête onder ondernemers in de detailhandel (350) en horeca (220)
- een schriftelijke enquête onder leden van de Raad Nederlandse Detailhandel
- een nieuwe registratie van het tijdsbeslag van een toonbankbetaaltransactie voor de bepaling van de frontoffice-kosten.

In het volgende hoofdstuk wordt nader stilgestaan bij de gevolgde methodiek om deze nieuwe gegevens te genereren.

<sup>1</sup> Betalingsverkeer, een kostbare aangelegenheid voor de detailhandel (1996); De kassa rinkelt niet voor niets (1999); Handje contantje! Onderzoek naar de kosten van het betalingsverkeer in de ambulante handel (2001); Afrekenen in winkels 2002. Meninge, feiten en mogelijkheden tot verandering (2002); Betalen in de horeca: geen rondje van de zaak! Onderzoek naar de kosten van het toonbankbetalingsverkeer (2002) (2003); Kijkglas verre van vol! Onderzoek naar de mogelijkheden om de efficiency van het betalingsverkeer bij zelfstandige tankstationhouders te verbeteren (2004).

### *Kostenberekeningen*

De gegevens van de bestaande bronnen, de enquêtes onder de ondernemers en de gegevens uit de tijdregistratie zijn verwerkt en ingepast in het aangepaste kostenmodel. Dit model sluit grotendeels aan op het model zoals dat in 1998 is bedacht. Op sommige punten wijkt het model af, bijvoorbeeld bij de indeling in vaste en variabele kosten en bij de set van kostencomponenten. In hoofdstuk 2 worden de verschillen toegelicht.

### *Opstellen eindrapportage*

De resultaten van het onderzoek zijn vastgelegd in onderhavig rapport. Het accent ligt op de nieuwe berekende kwantitatieve gegevens. Centraal in het rapport staan de kosten van het betalingsverkeer bij de gevestigde detailhandel en de horeca in 2006, de kosten per betaalmiddel en de kosten per transactie per betaalmiddel.

Het EIM heeft ook vuistregels ontwikkeld zodat toonbankinstellingen vast kunnen stellen hoe hun betalingsverkeer zo efficiënt mogelijk kan verlopen. Deze vuistregels hebben betrekking op zogenoemde modelondernemers.

## 1.4 Afbakening onderzoek

### *Afbakening kostenposten*

In dit rapport staan de kosten van het betalingsverkeer centraal die kwantificeerbaar zijn. Hierbij fungeerde het kostenmodel uit 1998 als rode draad.

Een aantal aspecten die bij betalingsverkeer zeker een belangrijke rol spelen, valt buiten het kostenmodel omdat ze niet gekwantificeerd kunnen worden. Het belangrijkste aspect is hierbij de veiligheid van betalen. Immers, elektronisch geld heeft als belangrijk voordeel dat het voor de ondernemer een veilige manier van betalen is. Bij contante betalingen zijn er in dit opzicht duidelijk nadelen: veiligheidsrisico's zoals diefstal, overval, vals geld en de daarmee gepaard gaande gevoelens van onveiligheid bij ondernemers en hun personeel.

Een ander niet te kwantificeren aspect betreft het gebruiksgemak. Veel consumenten prefereren kaartbetalingen, bijvoorbeeld omdat de Pinpas zonder problemen toegang geeft tot het gehele saldo op de betaalrekening, of omdat men zonder volle zware portemonnee met munten en bankbiljetten op stap kan.

Beide aspecten werken gunstig uit voor elektronische betalingen. Bij de interpretatie van de uitkomsten van het kostenonderzoek dient hiermee dan ook rekening te worden gehouden. Dit onderzoek richt zich echter op de kwantificeerbare kosten (en opbrengsten) van de diverse betaalmiddelen.

### *Afbakening toonbankbetalingen*

In het kostenmodel worden alleen de kosten berekend die te maken hebben met toonbankbetalingen. Met andere woorden, betalingen die via internet binnenkomen, of betalingen via overschrijvingen via rekening, gaan niet via de toonbank en vallen buiten het bestek van dit onderzoek.

### *Afbakening doelgroep*

Het onderhavige onderzoek heeft betrekking op toonbankbetalingen. Deze vinden plaats in winkels, in horecagelegenheden, bij benzinstations, op de markt, maar

ook in het openbaar vervoer en in de dienstverlening. Uit het onderzoek van DNB (2004) blijkt dat ongeveer twee derde van de omzet en driekwart van het aantal toonbankbetalingen in Nederland plaatsvindt bij winkels en horecagelegenheden. Het huidige onderzoek heeft zich dan ook geconcentreerd op de toonbankbetalingen die plaatsvinden in de gevestigde detailhandel en in de horeca.

Binnen de gevestigde detailhandel en horeca is in het onderzoek gewerkt met negen clusters van bedrijven. De bedrijven zijn ingedeeld op basis van het betaalgedrag, dat wil zeggen de acceptatie van de diverse betaalmiddelen en het gemiddelde transactiebedrag. Hieronder worden de clusters toegelicht.

#### *Gevestigde detailhandel*

In deze sector valt de gehele detailhandel, met uitzondering van de ambulante handel, postorderbedrijven, evenals de niet-institutionele detailhandel (bedrijven die de 'detailhandel' erbij doen, maar hun hoofdactiviteit hebben in bijvoorbeeld het ambacht of de groothandel). Ook bedrijven die zich bezighouden met de verkoop van auto's, autoreparatiebedrijven en tankstations worden niet tot de gevestigde detailhandel gerekend. Binnen de gevestigde detailhandel is gewerkt met vijf clusters. Deze clusters hebben ieder een betrekkelijk homogene samenstelling en kennen dus naar verwachting ook een vergelijkbaar betalingsverkeer, zowel qua aantallen transacties als gemiddeld aankoopbedrag.

Cluster 1	Supermarkten (algemene levensmiddelen), warenhuizen en bouwmarkten
Cluster 2	Gespecialiseerde food (zoals kaas en zuivel, brood en vis)
Cluster 3	Non-food met een laag transactiebedrag en hoge aankoop-frequentie (zoals tabak, drogisterijen, bloemisten)
Cluster 4	Non-food met een hoog transactiebedrag en een lage aankoop-frequentie (zoals mode, schoenen, sportartikelen)
Cluster 5	Non-food waar men (ook) op bestelling levert, waardoor ook regelmatig op rekening wordt betaald (zoals wonen, keukens, badkamers).

#### *Horeca*

In de horeca is gewerkt met vier clusters. Ook hier zijn de clusters samengevoegd op basis van het bestedingsgedrag en het aantal transacties.

Cluster 1	Drankverstrekkende bedrijven (zoals cafés, nachtclubs, discotheken)
Cluster 2	Spijsverstrekkende bedrijven (zoals cafetaria's, snackbars, ijssalons)
Cluster 3	Maaltijdverstrekkende bedrijven (zoals restaurants, bistro's, pizzeria's, wegrestaurants)
Cluster 4	Logiesvertrekkende bedrijven (zoals hotels, conferentieoorden, pensionkamerverhuurbedrijven).

### 1.5 Organisatie van het onderzoek

Diverse partijen zijn bij het onderzoek betrokken. Hieronder worden deze partijen genoemd en wordt aangegeven wat hun rol is geweest in het onderzoek.

- *Opdrachtgevers*: de Nederlandsche Bank en de gezamenlijke toonbankinstellingen.

- *Financiers*: de Nederlandsche Bank en de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen.
- *Stuurgroep*: de Stuurgroep bestond uit de heer mr. J.Ph.W. Klopper van DNB en de heer H. van den Broek namens de organisaties van toonbankinstellingen. De Stuurgroep heeft de definitieve goedkeuring aan de eindrapportage gegeven.
- *Operationele begeleidingscommissie*: in de operationele begeleidingscommissie namen namens DNB zitting de heer drs. J.H. Brits, de heer dr. C.C.A. Winder en mevrouw ir. J.C.M. Kosse. De gezamenlijke toonbankinstellingen werden vertegenwoordigd door mevrouw drs. M.T. Osten-Offers (HBD/SBEB). De operationele begeleidingscommissie vormde het aanspreekpunt voor EIM. In overleg met hen zijn onder meer de opzet van het onderzoek, het kostenmodel en de rapportage vastgesteld.
- *Stakeholders*: de partijen die deelnamen aan het stakeholdersoverleg zijn ABN-AMRO Bank, de Rabobank, ING Bank, de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB), Currence en de Consumentenbond. Gedurende het onderzoek hebben drie meetings met de stakeholders plaatsgevonden. De methodiek van het onderzoek en de uitkomsten zijn met hen besproken.
- *Vertegenwoordigers van de toonbankinstellingen*: aan het overleg met de vertegenwoordigers van de toonbankinstellingen hebben deelgenomen: Koninklijk Horeca Nederland, Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD), Platform Detailhandel, Raad Nederlandse Detailhandel (RND), MKB-Nederland en de Vereniging Nederlandse Petroleum Industrie (VNPI). Naast een tweetal formele overlegmomenten waarin de uitgangspunten van het model en de uitkomsten van het onderzoek zijn besproken, zijn de vertegenwoordigers door EIM diverse malen geraadpleegd voor het aanleveren van gegevens van te benaderen ondernemers en promotie van het onderzoek.

## 1.6 Inhoud rapport

Dit rapport is als volgt opgezet.

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op het kostenmodel en de wijze waarop de gegevens zijn verzameld.

In hoofdstuk 3 staan kenmerken van het betalingsverkeer in de gevestigde detailhandel en de horeca centraal. Aan de orde komen: de acceptatiegraad van de verschillende betaalmiddelen, het aantal transacties in Nederland in de twee sectoren en het belang van de verschillende betaalmiddelen.

In hoofdstuk 4 staan de kosten (en opbrengsten) van het betalingsverkeer centraal. Na een uiteenzetting van de verschillende kostenbegrippen wordt achter-eenvolgens inzicht gegeven in de hoogte van de totale kosten van het betalingsverkeer in 2006 voor de gevestigde detailhandel en de horeca, de kosten per kostensoort, de kosten per betaalmiddel en de kosten per transactie per betaalmiddel. Het hoofdstuk sluit af met een berekening van de opbrengsten van het betalingsverkeer voor de twee groepen van toonbankinstellingen.

In hoofdstuk 5 worden enkele scenario's doorgerekend. Wat gebeurt er met de kosten en opbrengsten van het betalingsverkeer als bijvoorbeeld 1 miljard contante betalingen zouden worden vervangen door 1 miljard Pintransacties? In

overleg met de stakeholders en de vertegenwoordigers van de toonbankinstellingen zijn drie scenario's geformuleerd.

Het rapport besluit met een tentatieve berekening van de kosten van het toonbankbetalingsverkeer voor alle toonbankinstellingen samen. Behalve bij winkels en horecagelegenheden kan men immers ook bij de ambulante handel, benzinstations, kappers, openbaar vervoer, musea et cetera toonbankbetalingen verrichten.

## 2 Gevolgde methodiek

### 2.1 Het kostenmodel

In dit onderzoek wordt onder kosten van het betalingsverkeer bij toonbankinstellingen verstaan: *de kosten van toonbankinstellingen die samenhangen met het gebruik van door hen geaccepteerde toonbankbetaalmiddelen.*

#### *Verschillende kostenposten*

In het kostenmodel uit 1998 zijn door EIM 12 verschillende kostenposten onderscheiden rond het inkomende betalingsverkeer. In tabel 1 zijn deze kostenposten in de eerste kolom weergegeven.

Tabel 1 Samenstelling EIM-kostenmodel

<i>Kostenposten 1998</i>	<i>Kostenposten 2006</i>
<b>Algemeen</b>	<b>Algemeen</b>
- backoffice-kosten	- backoffice-kosten
- frontoffice-kosten	- frontoffice-kosten
- rentederving als gevolg van valuteringsverschillen	- rentederving als gevolg van valuteringsverschillen
<b>Contant geld</b>	<b>Contant geld</b>
- kosten rond wisselgeld	- kosten rond wisselgeld
- kosten rond geldtransport	- kosten rond geldtransport
- kosten rond afstorten contant geld	- kosten rond afstorten contant geld
- kosten rond geldderving	- kosten rond geldderving
- rentederving	- rentederving
	- kosten geldverzekering
	- kosten randapparatuur contant geld
<b>Elektronisch geld</b>	<b>Elektronisch geld</b>
- kosten rond betaalautomaten	- kosten rond betaalautomaten
- kosten van datacommunicatie	- kosten van datacommunicatie
- bankkosten voor Pinnen en chippen	- bankkosten voor Pinnen en chippen
- kosten aan creditcardmaatschappijen	- kosten aan creditcardmaatschappijen

*Bron: EIM, 2007.*

Uit tabel 1 blijkt dat in 2006 twee nieuwe kostenposten in het model zijn opgenomen, te weten: de kosten die ondernemers maken voor hun geldverzekering (ten behoeve van geldderving en het eigen geldvervoer), en de kosten die contant geld qua randapparatuur met zich meebrengt: het bezit van een kluis, kas-salades en het bezit van valsgelddetectoren.

Voor het berekenen van de totale kosten van het inkomende betalingsverkeer van de toonbankinstellingen worden de uitkomsten van deze kostenposten bij elkaar opgeteld.

### *Algemene kostenposten*

In bijlage II wordt een gedetailleerd overzicht gegeven van de verschillende kostenbegrippen. Hieronder wordt aangegeven welke databronnen gebruikt zijn bij het berekenen van de kostenposten uit tabel 1.

Voor het berekenen van de *backoffice-kosten* is gebruik gemaakt van de uitkomsten van de enquête die is afgenomen bij ondernemers in de detailhandel en de horeca. Door te vragen hoeveel tijd ze gemiddeld per week kwijt waren aan backoffice-activiteiten, konden de backoffice-kosten berekend worden.<sup>1</sup>

Voor het vaststellen van de *frontoffice-kosten* is door EIM een apart onderzoek gehouden in de detailhandel en de horeca (zie paragraaf 2.3). Onder frontoffice-kosten worden verstaan de personeelskosten die verbonden zijn aan het feitelijke afrekenen. EIM heeft de gemiddelde tijd per afrekenmoment geregistreerd en deze vermenigvuldigd met het gemiddelde bruto-uurloon van kassapersoneel (€ 13,75).

De *rentederving als gevolg van valuterings* is berekend op basis van externe gegevens van banken met betrekking tot het aantal valuteringsdagen dat zij hantieren en vastgesteld op een rentepercentage van 0,6%.

### *Kostenposten rond contant geld*

In tabel 1 worden zeven verschillende kostenposten onderscheiden die samenhangen met contant geld. De mate waarin ondernemers geconfronteerd worden met deze kostenposten is berekend op basis van de uitkomsten van de enquête. Deze uitkomsten vormden het ene onderdeel van de berekeningswijze. De zogenaamde parameterwaarden - externe gegevens waarmee de uitkomsten uit de enquête vermenigvuldigd werden - vormden het andere onderdeel.

Om een voorbeeld te geven: in de enquête is aan de ondernemers gevraagd hoe vaak en hoeveel wisselgeld zij bij hun bank haalden. Uit gegevens van de verschillende banken is bekend welke provisie de banken in 2006 hanteerden bij het opnemen van wisselgeld. Door het één met het ander te vermenigvuldigen konden de kosten van wisselgeldopnames berekend worden.

Alle parameterwaarden die bij contant geld en bij elektronisch geld gebruikt zijn, zijn aan de verschillende begeleidingsgroepen voorgelegd en door hen goedgekeurd.

### *Kostenposten rond elektronisch geld*

In tabel 1 worden vier verschillende kostenposten onderscheiden die samenhangen met elektronisch geld. De toelichting die hierboven is gegeven, geldt ook voor deze kostenposten.

Zo is bijvoorbeeld in de enquête gevraagd naar het aantal betaalautomaten in de onderneming, en of men gebruik maakte van een onderhoudscontract. Dit aantal is vervolgens vermenigvuldigd met een parameterwaarde voor de aanschaf van een betaalautomaat, de afschrijvingstermijn en de kosten van een onderhoudscontract.

<sup>1</sup> Hierbij is gerekend met een gemiddeld bruto-ondernemersuurloon in de detailhandel en de horeca van € 30,39.



## 2.2 Dataverzameling

Ten behoeve van dit onderzoek is een telefonische enquête gehouden onder ondernemers in de detailhandel en de horeca. Met inachtneming van de gewenste betrouwbaarheid en nauwkeurigheid is de omvang vastgesteld op 570 ondernemers: 350 uit de detailhandel en 220 uit de horeca.

Het veldwerk heeft plaatsgevonden in de eerste drie weken van juni 2007. Alle benaderde ondernemers hebben eerst een aankondigingsbrief ontvangen over het onderzoek, met in een bijlage bij die brief de belangrijkste vragen uit de enquête.

In totaal zijn 2.093 ondernemers benaderd: 842 uit de horeca en 1.251 uit de detailhandel. De adressen van de horecaondernemers zijn aangeleverd door het Bedrijfschap Horeca en Catering. De adressen van de ondernemers uit de detailhandel zijn getrokken uit het zogenaamde DMCD-bedrijvenbestand. Met 650 van de benaderde ondernemers is uiteindelijk een compleet gesprek gevoerd.

Naast deze telefonische enquête is via de Raad Nederlandse Detailhandel een schriftelijke vragenlijst onder de grootwinkelbedrijven (GWB) uitgezet. In totaal hebben 37 GWB de vragenlijst ingevuld en teruggestuurd.<sup>1</sup>

### *Steekproefplan en -resultaat*

In tabel 2 staat het steekproefplan en het steekproefresultaat vermeld. Het uitgangspunt bij de dataverzameling was 70 complete gesprekken per cluster in de detailhandel en 55 gesprekken per cluster in de horeca.

Uit tabel 2 blijkt dat in totaal met 650 ondernemers complete gesprekken zijn gevoerd. Helaas konden (of wilden) niet alle ondernemers hun omzetgegevens geven en/of de verdeling van het gemiddelde aantal transacties over de verschillende betaalmiddelen. Ook waren er ondernemers bij die uiteindelijk niet in de onderscheiden clusters pasten.

Na de opschoningsronde bleven er 575 ondernemers over, die zowel hun omzetgegevens hadden opgegeven als de verdeling van het aantal transacties naar de verschillende betaalmiddelen. Vergeleken met het oorspronkelijke steekproefplan zijn er uiteindelijk te weinig ondernemers benaderd in de clusters 1, 5 en 6. In andere clusters zijn meer ondernemers benaderd.

Voor de detailhandel zijn in het uiteindelijke databestand ook de resultaten van de RND-enquête toegevoegd. Van de 37 ingevulde vragenlijsten konden er uiteindelijk 31 aan het databestand worden toegevoegd.

<sup>1</sup> Uiteindelijk zijn in de analyse de volledige gegevens van 31 leden van de RND gebruikt. Deze vertegenwoordigen gezamenlijk ruim 4.000 vestigingen en hebben een omzet van ongeveer 15 miljard euro (20% van de totale consumptieve bestedingen in 2006). Van de overige leden zijn alleen een aantal bruikbare gegevens verwerkt in onderdelen van dit rapport.

Tabel 2 Steekproefplan en steekproefresultaat

<i>Cluster</i>	<i>Plan</i>	<i>Bruto- resultaat</i>	<i>Na op- schoning</i>	<i>GWB</i>
<b>Detailhandel</b>				
1. supermarkten, bouwmarkten en warenhuizen	70	78	68	10
2. gespecialiseerde food	70	83	74	-
3. non-food met laag transactiebedrag	70	87	78	4
4. non-food met hoog transactiebedrag	70	96	75	13
5. non-food (ook) op bestelling	70	64	55	4
<b>Horeca</b>				
6. drankverstrekkende bedrijven	55	51	46	-
7. spijsverstrekkende bedrijven	55	62	60	-
8. maaltijdverstrekkende bedrijven	55	67	64	-
9. logiesverstrekkende bedrijven	55	62	55	-
TOTAAL	570	650	575	31

*Bron: EIM, 2007.*

### 2.3 Representativiteit en betrouwbaarheid

De gegevens die in de volgende hoofdstukken worden gepresenteerd zijn voor een groot deel gebaseerd op de uitkomsten van de enquête onder 575 detaillisten en horecaondernemers in het MKB en op de schriftelijke enquête onder 31 grootwinkelbedrijven.

Omdat we werken met een steekproef van ondernemers (en niet de gehele populatie ondervragen) zijn de uitkomsten in dit rapport onderhevig aan de wetten van de statistiek. In dit kader is het begrip betrouwbaarheid van groot belang. Alvorens hierop in te gaan, wordt stilgestaan bij het begrip representativiteit.

#### *Representativiteit*

De kwaliteit van de berekeningen hangt in grote mate af van de representativiteit van de steekproef. Anders geformuleerd: de steekproef moet een goede afspiegeling zijn van de beoogde doelgroep. Voor de detailhandel is ervoor gekozen om ondernemers aselekt te trekken uit het zogenaamde telefonische DMCD-bestand (waarin alle detaillisten zitten), voor de horeca zijn aselekt adressen getrokken uit het adressenbestand van het Bedrijfschap Horeca en Catering.

Representativiteit heeft verder te maken met de wijze van vraagstelling. De keuze voor een telefonische enquête in plaats van een schriftelijke of internetenquête leidt over het algemeen tot een betere representativiteit. Immers, bij een schriftelijke of internetenquête moeten respondenten via een brief of wellicht e-mail overgehaald worden tot deelname. Dit kan selectiviteit tot gevolg hebben. Bij de telefonische benadering ligt dit anders. De interviewer is zonder expliciete vermelding van de inhoud van het onderzoek toch goed in staat ondernemers bereid te vinden tot deelname. Omdat de respons bij een schriftelijke of internet-

enquête beduidend lager is dan bij een telefonische enquête, is de kans op selectieve respons hiermee per definitie groter.

Hoewel de mate van representativiteit niet exact kan worden aangegeven - er zijn immers geen 'vergelijkbare' data - vormt de keuze van een telefonische enquête met aselechte trekking van de steekproef onzes inziens hiervoor een voldoende voorwaarde.

#### *Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid*

Nauw verbonden met de term representativiteit is het statistische begrip betrouwbaarheid. De mate van betrouwbaarheid wordt doorgaans door de onderzoeker of opdrachtgever zelf vastgesteld. Meestal wordt uitgegaan van 95% betrouwbaarheid.

De betrouwbaarheid en nauwkeurigheid van de antwoorden uit een steekproef nemen toe naarmate de steekproefomvang toeneemt. Afhankelijk van de scheefheid van het antwoordenpatroon ligt de nauwkeurigheid (foutenmarge) bij een steekproefomvang van 350 ondernemers (bij een gekozen betrouwbaarheidsniveau van 95%) tussen de 1% en 5,5%, en bij een steekproefomvang van 220 ondernemers tussen de 1,4% en 6,9%.<sup>1</sup>

#### *Betrouwbaarheidsinterval*

Op grond van wat men in de steekproef vindt, wil men uitspraken doen over de gehele populatie. Hiertoe is het begrip betrouwbaarheidsinterval van belang. Dit interval geeft het gebied van waarden aan, waarbinnen de werkelijke waarde in de populatie ligt. Meestal wordt een waarschijnlijkheid van 95% gebruikt. Het betrouwbaarheidsinterval zegt iets over de nauwkeurigheid van de gevonden steekproefwaarden. Ze is afhankelijk van de gekozen omvang van de steekproef en van de homogeniteit van de antwoorden. Om een voorbeeld te geven: uit de enquête is het totaal aantal minuten berekend dat ondernemers kwijt zijn met backoffice-kosten. Voor de detailhandel is dit 159 minuten en voor de horeca 168 minuten. De betrouwbaarheidsintervallen voor beide uitkomsten zijn +/- 14%.<sup>2</sup> Met andere woorden: met 95% betrouwbaarheid ligt de gevonden waarde voor de detailhandel tussen de 137 en 181 minuten en voor de horeca tussen de 145 en 192 minuten.

#### *Interpretatie*

Het is ondoenlijk om bij iedere kostenberekening de foutenmarge weer te geven. Dit heeft onder meer te maken met het feit dat op de oorspronkelijke uitkomsten uit de enquête diverse aanvullende berekeningen worden toegepast. Om het bovenstaande voorbeeld aan te halen: de geregistreerde backoffice-minuten worden in het kostenmodel vermenigvuldigd met een vooraf vastgesteld bruto-ondernemersloon.

<sup>1</sup> De foutenmarge geeft aan hoe een bepaald antwoordenpatroon in de steekproef zich bij een gekozen betrouwbaarheidsniveau (doorgaans 95%) vertaalt naar de totale populatie. De foutenmarge wordt berekend via de formule:  $\sigma \times \sqrt{p \cdot (100-p)/n}$ . Voorbeeld: stel dat binnen een steekproef van 350 ondernemers, 60% 'ja' antwoordt op een vraag. We leggen het betrouwbaarheidsniveau op 95%. In dit geval is  $n=350$ ,  $\sigma=1.96$ ,  $p=60$  en  $q=40$  ( $100-60$ ). Invulling van de formule geeft dan een foutenmarge van 5,1%.

<sup>2</sup> Dit hoge percentage komt omdat de variatie in de antwoorden hoog was.

Globaal kan men wel zeggen dat gezien de gekozen steekproefomvang, de foutenmarge bij de detailhandel in de orde van grootte ligt van 5% en bij de horeca 6%.

## 2.4 Opbouw van de vragenlijsten

De telefonische vragenlijst bestond uit enkele blokken van samenhangende vragen. De vragenlijst begon met een inventarisatie van de verschillende betaalmiddelen die in 2006 geaccepteerd werden in de onderneming. Verder is gevraagd naar de bank waarmee men het zakelijke betalingsverkeer in 2006 afhandelde.

Het tweede blok vragen betrof de week- en jaarmzet in 2006, het gemiddelde aantal klanten per week in 2006, het gemiddelde aankoopbedrag in 2006 en de verdeling van de betalende klanten naar de geaccepteerde betaalmiddelen. Met andere woorden, hoeveel procent gebruikt contant geld om af te rekenen, hoeveel de Pinpas. De antwoorden op dit blok vragen vormden de input voor de herweging (zie hieronder) en de basis voor de berekening van het aantal transacties in Nederland (zie hoofdstuk 3).

Na dit tweede blok vragen is ingezoomd op de wijze waarop men in het bedrijf omgaat met contant geld. Aan de orde kwamen: het aantal kassa's, kluizen, valsgelddetectoren, frequentie van afstorten van geld, wijze van afstorten, omgang met wisselgeld, geldderiving en geldverzekering.

Voor de omgang met elektronische betaalmiddelen is gevraagd naar het aantal vaste en mobiele betaalautomaten, het soort verbinding dat men gebruikt, of men klanten laat betalen voor Pinnen of het gebruik van de creditcard.

De vragenlijst eindigde met een uitgebreide inventarisatie van de backoffice-kosten. Van zeven activiteiten werd gevraagd hoeveel minuten het per week kostte. Om de variabiliteit van deze kostenpost vast te kunnen stellen is van de twee belangrijkste tijdrovende backoffice-posten gevraagd of men dacht of deze zouden veranderen wanneer de omzet zou veranderen.

In bijlage I is de gebruikte telefonische vragenlijst weergegeven.

### *Herweging*

De uitkomsten van de telefonische enquête en van de schriftelijke enquête onder het GWB zijn - vergelijkbaar met het eerdere EIM-onderzoek uit 2002 - herwogen op basis van de opgegeven jaarmzetten (inclusief BTW) van 2006. De omzetgegevens van het CBS uit 2006 vormen hierbij het ijkpunt.

## 2.5 Frontoffice-kosten

Om de frontoffice-kosten te kunnen vaststellen is door EIM in de maanden juni en juli 2007 een zogenaamd mystery shopping-onderzoek uitgevoerd. Medewerkers van EIM hebben geregistreerd hoeveel tijd er lag tussen het moment waarop kenbaar werd gemaakt wat het totaal af te rekenen bedrag is en het moment waarop kassabon, wisselgeld, betaalpas, spaarprogramma's en eventuele andere bescheiden in ontvangst werden genomen (einde van de kassahandeling).

In tabel 3 staan de resultaten vermeld van bovenstaand EIM-onderzoek. De verschillende mediaantijden voor de betaalmiddelen zijn gebruikt voor de berekening van de frontoffice-kosten per betaalmiddel. Ter vergelijking zijn de uitkomsten weergegeven van een vergelijkbaar onderzoek in 2002.<sup>1</sup>

Tabel 3 Mediaantijd die wordt besteed aan het afrekenen bij de kassa

<i>Betaalmiddel</i>	<i>Contant geld</i>	<i>Pinpas</i>	<i>Chipknip</i>	<i>Creditcard</i>
<b>2006</b>	<b>17 sec.</b> (n = 129)	<b>20 sec.</b> (n = 218)	<b>13 sec.</b> (n = 55)	<b>32,5 sec.</b> (n = 30)
<b>2002</b>	<b>19 sec.</b> (n = 119)	<b>26 sec.</b> (n = 129)	<b>14 sec.</b> (n = 72)	<b>56 sec.</b> (n = 11)

Bron: EIM, 2007.

Uit tabel 3 komt naar voren dat de Chipknip anno 2006 het 'snelste' betaalmiddel is. Hierbij hoeft niet gewacht te worden op autorisatie zoals bij de Pinpas en er is ook geen sprake van wisselgeld zoals bij de contante betalingen. Vergeleken met het onderzoek in 2002 gaat betalen in Nederland tegenwoordig sneller. Vooral het Pinnen en het betalen met de creditcard hebben aan snelheid gewonnen.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> De tijden die staan weergegeven in tabel 3 zijn zogenaamde mediaantijden. De mediaan is het midden van een verdeling, dat wil zeggen dat 50% van de waarnemingen onder de mediaan ligt en 50% erboven. De mediaan geeft een robuuster beeld van de werkelijkheid wanneer er in de steekproef sprake is van 'uitbijters'.

<sup>2</sup> Opgemerkt dient te worden dat er bij de creditcardtijdmetingen alleen is gekeken naar de daadwerkelijke betaalhandeling. De veiligheidsmaatregelen, zoals medio 2007 uitgevaardigd door Paysquare en EMS, werden in de periode van de meting weinig toegepast. Wanneer de ondernemer zich hier daadwerkelijk aan zou houden, zou de tijd aanzienlijk langer worden.



## 3 Kenmerken inkomend betalingsverkeer

### 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op enkele kenmerken van het inkomende betalingsverkeer bij de gevestigde detailhandel en de horeca. Eerst wordt stilgestaan bij de acceptatie van de vier belangrijkste betaalmiddelen in het toonbankbetalingsverkeer, te weten: contant geld, Pinpas, Chipknip en de creditcard. Vervolgens gaan we in op het aantal toonbanktransacties in beide groepen toonbankinstellingen. Het hoofdstuk sluit af met het belang van de diverse betaalmiddelen, zowel voor het aantal verkooptransacties als voor de consumptieve bestedingen.

### 3.2 Acceptatiegraad betaalmiddelen

In het toonbankbetalingsverkeer tussen consumenten en toonbankinstellingen wordt een groot scala aan betaalmiddelen gebruikt. In de enquête werd bijvoorbeeld gerefereerd aan contant geld, buitenlands contant geld, de Pinpas, de buitenlandse Pinpas, Chipknip, creditcard, overschrijvingen via rekening, cadeaubonnen, dinerbonnen, zegelsystemen en Airmiles. In dit hoofdstuk staan we stil bij de acceptatiegraad van de vier belangrijkste betaalmiddelen:

- contant geld
- Pinpas
- Chipknip
- Creditcard.

#### *Acceptatiegraad van de betaalmiddelen*

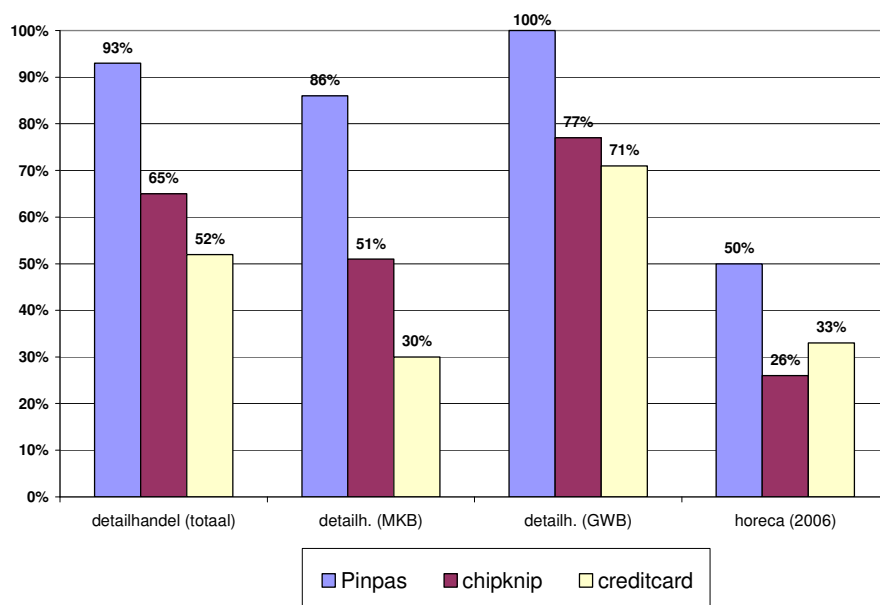
In figuur 2 is de acceptatiegraad van drie van de vier betaalmiddelen in de twee groepen toonbankinstellingen weergegeven. Contant geld is hier weggelaten omdat acceptatie van dit betaalmiddel 100% is.

Uit figuur 2 komt naar voren dat de Pinpas binnen de detailhandel door een duidelijke meerderheid van de winkeliers wordt geaccepteerd. Binnen het GWB accepteert iedere keten de Pinpas. In de horeca wordt de Pinpas in de helft van alle gelegenheden geaccepteerd.

De Chipknip is minder populair dan de Pinpas. Toch wordt ook dit betaalmiddel door een meerderheid van de detaillisten geaccepteerd. De populariteit bij de horeca voor dit betaalmiddel is een stuk kleiner.

Creditcards worden in de detailhandel – vergeleken met de andere drie betaalmiddelen – het minst vaak geaccepteerd. In de horeca is de creditcard echter populairder dan de Chipknip. Dit heeft mede te maken met de aanwezigheid van restaurants en hotels in deze sector.

Figuur 2 Acceptatiegraad van de diverse betaalmiddelen, 2006



Bron: EIM 2007.

Voor zowel de detailhandel als de horeca zijn vergelijkingen te maken met het verleden. Voor de horeca geldt hierbij het jaar 2003 als basis, en voor de detailhandel het jaar 1998.<sup>1</sup> In beide onderzoeken is aan ondernemers gevraagd naar de acceptatie van verschillende betaalmiddelen. Uit de vergelijking met de detailhandel blijkt dat in 1998 68% van de ondernemers de Pinpas accepteerde. De Chipknip werd door 22% geaccepteerd en de creditcard door 28%. Deze cijfers zijn inclusief de GWB. Bij de horeca waren in 2003 de acceptatiegraden respectievelijk: 38% voor de Pinpas, 22% voor de Chipknip en 28% voor de creditcard.

Met andere woorden: vooral de Pinpas wordt tegenwoordig veel vaker geaccepteerd.

### 3.3 Aantal verkooptransacties in toonbankinstellingen

Het op betrouwbare wijze vaststellen van het totale aantal verkooptransacties bij de gevestigde detailhandel en de horeca is niet eenvoudig. Hoewel het aantal elektronische betalingen nauwkeurig wordt geregistreerd door Currence (voor de Pinpas en de Chipknip), geldt dit niet voor het aantal contante verkooptransacties. Er zijn voor dit belangrijke betaalmiddel nauwelijks ijkpunten waartegen schattingen van ondernemers of consumenten kunnen worden afgezet.

Voor de schatting van het aantal contante betalingen in het onderhavige onderzoek zijn diverse bronnen gebruikt. Allereerst de antwoorden van de telefonische enquête onder de MKB-ondernemers en de schriftelijke enquête onder het GWB.

<sup>1</sup> De kassa rinkelt niet voor niets (1999); Betalen in de horeca: geen rondje van de zaak! Onderzoek naar de kosten van het toonbankbetalingsverkeer (2002) (2003).



De ondernemers is hiernaar gevraagd omdat onze basisveronderstelling was dat het de ondernemers zijn die het best kunnen schatten hoe de verdeling van de door hen geaccepteerde betaalmiddelen in 2006 was.<sup>1</sup> De precieze vraagstelling in de telefonische enquête was:

**Vraag 15INTRO**

*Ik ga u nu vragen welk percentage van de klanten in 2006 gebruik maakten van de verschillende betaalmiddelen. Als u deze vraag al in de aankondigingsbrief heeft beantwoord, zou u die er dan bij willen nemen?*

**Vraag 15X**

*Hoeveel procent van de betalende klanten gebruikte in 2006 ....[Enq.: Lees optie voor] .. om af te rekenen?*

*Enq.: NOTEER PERCENTAGES, MOET OPTELLEN TOT 100%*

*% contant geld (euro's en buitenlands)*

*% Pinnen, inclusief Maestro*

*% Chipknip*

*% Creditcard*

*% een overschrijving via rekening*

*% Dinerbonnen, hotelbonnen e.d.*

*% op een andere wijze betaald*

-----  
*% totaal*

De gegevens van het GWB zijn ontleend aan registraties in hun kassasystemen. Ze kunnen daarom als hard en objectief worden bestempeld. De gegevens van het MKB zijn echter gevoelig voor vertekeningen. Zo bleek, uit een vergelijking met cijfers van Currence,<sup>2</sup> dat de schatting van het aantal Pinbetalingen door de ondernemers in de gevestigde detailhandel in de enquête te hoog was. Hiervoor is gecorrigeerd.

Daarnaast heeft analyse door DNB van consumentenregistraties van betalingen en van de harde cijfers vanuit het GWB aangetoond dat winkeliers uit het MKB te weinig contante betalingen opgeven. Ook hiervoor is gecorrigeerd.

Voor de horeca is alleen gecorrigeerd voor het aantal Pinbetalingen. Een hard ijkpunt zoals bij de detailhandel vanuit het GWB met betrekking tot het aantal contante betalingen ontbreekt in deze sector. Wel is voor horeca een andere vergelijking mogelijk. Vanuit het Horeca consumentenonderzoek 2006 (Bedrijfschap Horeca en Catering i.s.m. Foodstep) zijn gegevens bekend over het gemiddelde transactiebedrag voor drie clusters (drankverstrekkers, spijsverstrekkers en maaltijdverstrekkers). Uit vergelijking van deze gegevens met de uitkomsten van de telefonische enquête van EIM blijkt dat een extra correctie niet noodzakelijk is.

*Totaal aantal toonbanktransacties en gemiddeld transactiebedrag*

Op basis van berekeningen van bovenbeschreven schattingen wordt het totale aantal toonbanktransacties in de gevestigde detailhandel in 2006 geschat op 4,1 miljard. In de horeca wordt het aantal transacties voor 2006 geschat op 1,0 miljard.

<sup>1</sup> Omdat dit een moeilijke vraag was, is deze vraag bij de aankondiging van het onderzoek meegeestruurd zodat de ondernemer zich hierop kon voorbereiden.

<sup>2</sup> Monitor consumptieve toonbankbetalingen 2006, Currence.

Wanneer het totale aantal transacties gedeeld wordt op de consumptieve bestedingen in beide sectoren kan het gemiddelde aankoopbedrag worden berekend.<sup>1</sup> In tabel 4 zijn deze gemiddelde transactiebedragen weergegeven.

Uit de tabel blijkt dat het gemiddelde transactiebedrag in de detailhandel ligt op 18,40 euro. In de horeca ligt dit op 13,50 euro.

Tabel 4 Aantal toonbanktransacties en gemiddeld transactiebedrag, 2006

<i>Sector</i>	<i>Aantal toonbanktransacties (in miljarden)</i>	<i>Consumptieve bestedingen (in miljard euro's)</i>	<i>Gemiddeld transactiebedrag</i>
Gevestigde detailhandel	4,1	€ 74,8	€ 18,40
Horeca	1,0	€ 13,6	€ 13,50

*Bron: EIM 2007.*

Voor de detailhandel is een vergelijking te treffen met het verleden.<sup>2</sup> In het kader van dit onderzoek is het aantal toonbanktransacties in de gevestigde detailhandel uit 2002 volgens de methodiek uit 2006 herberekend.

De berekening leert dat het aantal toonbanktransacties in de gevestigde detailhandel in de periode 2001-2006 min of meer gestabiliseerd is: van 4,2 miljard naar 4,1 miljard. Het gemiddelde transactiebedrag is in de afgelopen vijf jaar gestegen van 16,90 euro naar 18,40 euro. De consumptieve bestedingen lagen in 2001 op 70,8 miljard.

Een stabilisatie van het aantal toonbanktransacties in de gevestigde detailhandel kan te maken hebben met de opkomst van het fenomeen one-stop-shopping en een toename van het aantal transacties via internet.

Voor de horeca is het niet mogelijk gebleken om het aantal toonbanktransacties uit 2003 te herberekenen.

### 3.4 Relatief belang van de betaalmiddelen

In tabel 5 is weergegeven hoe de samenstelling van het toonbankbetalingsverkeer er in 2006 uitzag. Een onderscheid is gemaakt naar het aantal transacties en naar de omzet die met de verschillende betaalmiddelen is gerealiseerd.

<sup>1</sup> Voor dit onderzoek zijn de consumptieve bestedingen van belang (en niet de omzet). Uit 'Bestedingen en marktaandeelen 2006' (HBD) kan worden becijferd dat de totale consumptieve bestedingen bij de gevestigde detailhandel (incl. warenhuizen) in 2006 € 74,8 miljard bedroegen. Uit gegevens van het Bedrijfschap Horeca en Catering blijkt dat de consumptieve bestedingen in de horeca in 2006 € 13,6 miljard zijn.

<sup>2</sup> Afrekenen in winkels 2002. Meninge, feiten en mogelijkheden tot verandering (2002).

Tabel 5 Samenstelling van het betalingsverkeer (in % transacties en omzet), 2006

<i>Type betaalmiddel</i>	<i>Detailhandel</i>		<i>Horeca</i>	
	Transacties	Omzet	Transacties	Omzet
contant	72	38	90	63
Pinpas	26	56	4	18
Chipknip	0,4	0,2	Nihil	Nihil
creditcard	0,5	2	1	10
tankpas	-	-	-	-
overige betaalmiddelen	1,1	3,8	5	9
TOTAAL	100	100	100	100

Bron: EIM, 2007.

#### 3.4.1 Samenstelling betalingsverkeer: aantal transacties

Uit tabel 5 valt af te lezen dat het overgrote deel van de betalingen bij de toonbankinstellingen in Nederland nog steeds plaatsvindt met contant geld: 72% in de detailhandel en 90% in de horeca. Vergeleken met het verleden, zien we een afname van het relatieve belang van dit betaalmiddel in de detailhandel: van 82% in 2001 naar 72% in 2006, terwijl in de horeca sprake is van een stabilisatie: 89% in 2002.

##### *Pinbetalingen*

Zoals in het onderzoek uit 2002 al werd aangegeven, wordt het Pinnen van jaar tot jaar belangrijker. Dat wordt ook bevestigd door de gegevens uit bovenstaande tabel. In 2006 is binnen de gevestigde detailhandel de grens van 1 miljard Pinbetalingen overschreden. Vergeleken met 2001 is het aandeel Pinbetalingen ten opzichte van het totale aantal betalingen in de gevestigde detailhandel toegenomen van 16 naar 26%; in de horeca is dit procentueel gestabiliseerd: 4% in 2002.

##### *Chipknipbetalingen*

De Chipknip wordt tegenwoordig vooral gebruikt voor betalen in kantines, voor parkeren en voor aankopen bij verkoopautomaten. Winkels hebben een aandeel van slechts 11% in alle Chipknipbetalingen, in termen van aantallen. De merkeigenaar van Chipknip, Currence, heeft medio 2007 besloten om de Chipknip niet verder te promoten voor gebruik in de zogenoemde bemande toonbankomgevingen. Daardoor zal de Chipknip naar verwachting binnen enkele jaren uit dat segment verdwenen zijn. De Chipknip blijft voorlopig gehandhaafd voor gebruik in kantines, parkeerautomaten en verkoopautomaten.

##### *Creditcardbetalingen*

De creditcard wordt binnen de gevestigde detailhandel voornamelijk gebruikt bij duurdere en/of luxere aankopen zoals juweliersartikelen, woninginrichting en kleding. Het aantal creditcardbetalingen blijft al een aantal jaren redelijk constant. Binnen de horeca zien we dat de creditcard vooral veel gebruikt wordt bij de logiesverstrekkers.

### *Overige betaalmiddelen*

Bij de 'overige betaalmiddelen' kan worden gedacht aan overschrijvingen, betalen op rekening, internetbetalingen en betalingen met cadeaubonnen, Airmiles en andere spaartegoeden.

#### *3.4.2 Samenstelling betalingsverkeer: consumptieve bestedingen*

In de vorige paragraaf is de verdeling van het aantal transacties naar de verschillende betaalmiddelen gegeven. Wanneer gekeken wordt naar de verdeling van de omzet die met de diverse betaalmiddelen wordt gegenereerd (zie ook tabel 5), zien de verhoudingen er anders uit.

Binnen de gevestigde detailhandel vormt de Pinpas – qua gegenereerde omzet – in 2006 het belangrijkste betaalmiddel. Uit tabel 5 blijkt dat het om 56% van de binnengehaalde omzet gaat. De gestage stijging van het aantal Pintransacties en het feit dat met dit betaalmiddel grotere bedragen worden afgerekend, hebben gezorgd voor deze belangrijke positie van Pinbetalingen in de detailhandel. In de horeca was contant geld anno 2006 nog steeds het belangrijkste betaalmiddel met 63% en namen Pinbetalingen 18% van de gegenereerde omzet voor hun rekening.

Vergeleken met 2001 (gevestigde detailhandel) en 2002 (horeca) zien we een toenemend belang van de Pinpas in de omzet van de ondernemers. In 2001 bedroeg het belang van de Pinpas in de detailhandel 49%, terwijl dit in de horeca (2002) 13% bedroeg.<sup>1</sup>

#### *3.4.3 Gemiddeld afgerekend bedrag per betaalmiddel*

Verschillen in de relatieve aandelen in totale omzet c.q. totaal aantal transacties weerspiegelen verschillen in de gemiddelde omvang van de transacties met de betaalmiddelen. Zo ligt het gemiddelde aankoopbedrag met de Pinpas beduidend hoger dan dat van een gemiddelde contante betaling. In tabel 6 zijn de bedragen weergegeven die in 2006 gemiddeld met de verschillende betaalmiddelen zijn afgerekend in de gevestigde detailhandel en horeca.

Tabel 6 Gemiddeld afgerekend bedrag per betaalmiddel (in €), 2006

<i>Type betaalmiddel</i>	<i>Gevestigde detailhandel</i>	<i>Horeca</i>
contant	9,60	9,40
Pinpas	40,10	54,80
Chipknip	6,50	4,80
creditcard	79,80	128,60

*Bron: EIM en HBD, 2006.*

Het verschil in de gevestigde detailhandel tussen contant geld en de Pinpas bedraagt een factor 4. In de horeca is het verschil nog groter. Vergeleken met 2001 is het gemiddelde bedrag dat met de Pinpas wordt afgerekend in de gevestigde detailhandel afgenomen van 46,10 euro naar 40,10 euro. Dat is een recht-

<sup>1</sup> De vergelijking met de verdeling in de horeca in 2002 wordt bemoeilijkt omdat toen nog 19% van alle omzet giraal via overschrijvingen binnenkwam. In 2006 lag dit percentage op 9%.

streeks gevolg van de toename van het gebruik van de Pinpas bij betalingen in de detailhandel en het feit dat de consument gemiddeld steeds lagere bedragen gaat afrekenen met de Pinpas. In de horeca is het gemiddelde bedrag van een Pinbetaling afgenomen van 64,35 euro in 2002 naar 54,80 euro in 2006.



## 4 Kosten en opbrengsten van het betalingsverkeer

### 4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de kosten en opbrengsten van het betalingsverkeer voor de detailhandel en horeca gepresenteerd. Hiertoe wordt eerst stilgestaan bij de verschillende kostencomponenten waaruit de kosten worden berekend. Een onderscheid zal worden gemaakt naar interne en externe kosten en naar vaste en variabele kosten.

Het onderzoek focust op het inkomende betalingsverkeer: het betalingsverkeer tussen de klant en de ondernemer. Het uitgaande betalingsverkeer - de transacties tussen de ondernemers en hun leveranciers en zakelijke dienstverleners - blijft buiten beschouwing, met uitzondering van die betalingen die voor het faciliteren van ontvangsten nodig zijn (banktarieven, telecomkosten etc.). Uit eerder EIM-onderzoek kwam naar voren dat het uitgaande betalingsverkeer qua kosten een fractie (4%) was van het inkomende betalingsverkeer.<sup>1</sup>

In de afsluitende paragraaf komen de opbrengsten voor de detailhandel en horeca aan bod.

### 4.2 Interne en externe kosten

Zoals in hoofdstuk 2 is beschreven wordt onder de kosten van het betalingsverkeer verstaan: *de kosten van toonbankinstellingen die samenhangen met het gebruik van door hen geaccepteerde betaalmiddelen*. Deze kosten kunnen worden verdeeld in interne en externe kosten.

#### 4.2.1 Interne kosten

Interne kosten worden in het kostenmodel gedefinieerd als kosten die in de onderneming zelf ontstaan als gevolg van de acceptatie van betaalmiddelen. Het gaat dus om de kosten die een ondernemer zelf maakt wanneer hij bijvoorbeeld Pinbetalingen van de klant accepteert. In het kostenmodel worden zeven interne kostencomponenten onderscheiden. In tabel 7 worden deze onderscheiden naar de verschillende betaalmiddelen.

<sup>1</sup> De kassa rinkelt niet voor niets (1999).

Tabel 7 Interne kostencomponenten naar betaalmiddelen

<i>Kosten</i>	<i>Contant</i>	<i>Pinpas</i>	<i>Chipknip</i>	<i>Creditcard</i>
Frontoffice-kosten	X	X	X	X
Backoffice-kosten	X	X	X	X
Kosten eigen geldvervoer	X			
Kosten van geldderving	X			
Kosten t.g.v. rentederving bij afstorten contant geld	X			
Vaste kosten betaalapparatuur	X	X	X	X
Vaste kosten randapparatuur (kassa e.d.)	X	X	X	X

Bron: EIM, 2007.

Uit tabel 7 blijkt dat drie interne kostencomponenten alleen gelden voor contant geld. De andere vier gelden voor alle betaalmiddelen. Tot de interne kosten worden ook de afschrijving op en het onderhoud van betaal- en randapparatuur gerekend. Opgemerkt dient te worden dat niet alle interne kostencomponenten ook als zodanig door de ondernemer als kostenpost gepercipieerd hoeven te worden. Bijvoorbeeld de frontoffice-kosten, backoffice-kosten en kosten van het eigen geldvervoer zullen veel ondernemers opvatten als activiteiten die horen bij het bredere takenpakket dat te maken heeft met het ondernemerschap.

#### 4.2.2 Externe kosten

Externe kosten worden in het kostenmodel gedefinieerd als kosten die de ondernemer met betrekking tot het betalingsverkeer gefactureerd krijgt van externe partijen, zoals financiële instellingen, verzekeraars, geldtransportbedrijven, en telecomleveranciers. Om een concreet voorbeeld te geven: de facturen die de ondernemer van KPN krijgt omdat hij een ADSL-verbinding heeft voor zijn betaalautomaten.

In het kostenmodel worden negen externe kostencomponenten onderscheiden. In tabel 8 worden deze onderscheiden naar de verschillende betaalmiddelen.

Tabel 8 laat een gevarieerder beeld zien dan tabel 7. Alleen de rentederving als gevolg van valutering geldt voor alle betaalmiddelen. Opgemerkt dient te worden dat al deze kostencomponenten (misschien met uitzondering van de rentederving als gevolg van valutering) ook als zodanig door de ondernemer als kostenpost gepercipieerd zullen worden omdat hij daarvoor rekeningen ontvangt.

Bij de interne kosten kan de individuele ondernemer via een efficiëntere bedrijfsvoering zijn kosten drukken. Bij de externe kosten kan de ondernemer zijn kosten drukken door de juiste keuzes te maken, bijvoorbeeld over het type dataverbinding of om een all-in-betaalpakket te kiezen dat bij zijn situatie past, en scherp te onderhandelen over tarieven.



Tabel 8 Externe kostencomponenten naar betaalmiddelen

<i>Kosten</i>	<i>Contant</i>	<i>Pinpas</i>	<i>Chipknip</i>	<i>Creditcard</i>
Rentederving a.g.v. valuterings	X	X	X	X
Afstortkosten contant geld	X			
Wisselgeld kosten aan de bank	X			
Professioneel geldtransport	X			
Pinkosten aan bank		X		
Chipknipkosten aan bank			X	
Creditcardkosten				X
Telecommunicatiekosten		X	X	X
Verzekeringskosten	X			

Bron: EIM, 2007.

### 4.3 Kosten van het betalingsverkeer

#### 4.3.1 Totale kosten betalingsverkeer voor toonbankinstellingen

Wanneer de bovenstaande 15 kostencomponenten worden berekend en opgeteld, bedragen de totale kosten van het betalingsverkeer voor de gevestigde detailhandel € 788 miljoen en voor de horeca € 317 miljoen. De kosten van de gevestigde detailhandel kunnen verder worden opgesplitst naar het MKB en het GWB: respectievelijk € 545 miljoen en € 243 miljoen.

In tabel 9 staat voor de onderscheiden sectoren weergegeven hoeveel de totale kosten bedroegen van het inkomende toonbankbetalingsverkeer in 2006.

Tabel 9 Totale kosten inkomend betalingsverkeer voor toonbankinstellingen in 2006

	<i>Detailhandel totaal</i>	<i>Detailhandel MKB</i>	<i>Detailhandel GWB</i>	<i>Horeca</i>
Totale kosten (x € 1 mln.)	788	545	243	317
Consumptieve bestedingen (x € 1 mln.)	74.790	35.532	39.258	13.649
Kosten in % consumptieve bestedingen	1,05%	1,53%	0,62%	2,32%

Bron: EIM, 2007.

De kosten van het betalingsverkeer krijgen meer betekenis wanneer ze in relatie worden gebracht met bijvoorbeeld de omvang van de consumptieve bestedingen die in de verschillende sectoren worden gerealiseerd. Uit tabel 9 blijkt dan dat in de gevestigde detailhandel de kosten 1,05% van de consumptieve bestedingen bedragen. In het GWB ligt dit percentage op 0,62% en in het MKB op 1,53%. De horeca kent relatief de hoogste kosten: 2,32%. Zeker voor de detailhandel MKB en de horeca is dus nog een flinke efficiencywinst te boeken.

### *Vergelijking met het verleden*

In de rapportage 'Afrekenen in winkels' (EIM, 2002) zijn de kosten van het inkomende betalingsverkeer voor de gevestigde detailhandel in 2001 geschat op € 887 miljoen. Ten behoeve van een betere vergelijkbaarheid, zijn de berekeningen voor 2001 opnieuw uitgevoerd met dezelfde veronderstellingen over het aantal contante betalingen als bij het huidige onderzoek. De *herberekende* kosten van het inkomende betalingsverkeer in de gevestigde detailhandel komen dan lager uit op € 839 miljoen (de afname is op het conto te schrijven van de lagere frontoffice-kosten). Vergeleken met 2006 is sprake van een daling met 6%.<sup>1</sup>

De afname in kosten komt onder andere doordat steeds vaker wordt gekozen voor het betaalmiddel Pinpas ten opzichte van contant geld, maar er zijn meerdere oorzaken. Hieronder zoomen we in op de belangrijkste stijgers en dalers bij de kostencomponenten in de periode 2001-2006.

De stijgers in de periode 2001-2006 waren:

- De kosten van het eigen geldtransport zijn gestegen. Ondernemers kiezen ervoor om – in vergelijking met 2001 – minder frequent hun geld af te storten. Wel is de gemiddelde duur van de reis van het eigen bedrijf naar de bank toegenomen. Per saldo zijn hierdoor de kosten van het eigen geldvervoer gestegen.
- De kosten van de backoffice-activiteiten zijn gestegen.

De dalers in de periode 2001-2006 waren:

- De Pintarieven zijn gedaald (o.a. Convenantkorting).
- De wijze van afstorten van contant geld is ten opzichte van 2001 sterk veranderd. Het gebruik van goedkopere sealbags is sterk toegenomen.
- De kosten van het wisselgeld zijn sterk afgenomen. Daarbij is het niet zo dat de tarieven van wisselgeld zijn afgenomen, maar geconstateerd kan worden dat de ondernemers er steeds vaker voor kiezen om hun wisselgeld op een andere manier dan via de bank te verkrijgen.
- De rentederving is sterk gedaald, mede omdat valuterings door de banken minder wordt toegepast.
- De kosten van de betaalapparatuur zijn eveneens gedaald.

Meer in het algemeen kan worden geconcludeerd dat de kosten van het betalingsverkeer voor de detailhandel gedaald zijn door het grotere belang van Pinbetalingen.

Omdat voor de horeca geen herberekening van het aantal transacties heeft plaatsgevonden, is hier geen vergelijking getroffen.

#### *4.3.2 Totale kosten betalingsverkeer: interne en externe kosten*

In tabel 10 zijn de kosten van het inkomende betalingsverkeer voor de twee groepen van toonbankinstellingen opgesplitst in interne en externe kosten. En voor elke groep is weer een nadere uitsplitsing gemaakt. Zo zijn de drie grootste interne kostenposten weergegeven (backoffice, frontoffice en eigen geldtrans-

<sup>1</sup> Omdat de methodiek van de kostenberekening in 2001 een andere was dan die in 2006, moet men niet te veel stilstaan bij de precieze hoogte van de afname. Verder dient bedacht te worden dat de kosten in 2001 exclusief warenhuizen zijn en in 2006 inclusief warenhuizen. Met andere woorden, het verschil is vermoedelijk een stuk groter.

port). Bij de externe kosten is een onderscheid gemaakt naar bancaire kosten en niet-bancaire kosten.

Tabel 10 Interne en externe kosten van het betalingsverkeer (x € 1 miljoen)

	<i>Detailhandel</i>		<i>Horeca</i>	
totale kosten	788	100%	317	100%
Interne kosten	568	72%	248	78%
- backoffice	174	22%	133	42%
- frontoffice	272	35%	64	20%
- eigen geldtransport	65	8%	38	12%
- overige interne kosten (zie tabel 7)	57	7%	13	4%
overig				
Externe kosten	220	28%	69	22%
- bancaire kosten*	103	13%	24	8%
- andere kosten (zie tabel 7)	117	15%	45	14%

\* *Onder bancaire kosten is verstaan: afstorten contant geld, bankkosten wisselgeld, valutering, pinnen (bankkosten), chippen (bankkosten).*

*Bron: EIM, 2007.*

Voor de gevestigde detailhandel geldt dat de interne kosten 72% uitmaken van de totale kosten. In de horeca ligt dit percentage op 78%. Bij de detailhandel zien we verder dat de backoffice- en frontoffice-kosten samen 57% van de totale kosten voor hun rekening nemen. In de horeca ligt dit percentage nog iets hoger, namelijk op 62%. De verschillen tussen de twee sectoren hebben vooral te maken met de verdeling tussen contante betalingen en elektronische betalingen. Hoe meer contant wordt afgerekend, hoe hoger het aandeel interne kosten in de totale kosten.

In tabel 11 zijn ter toelichting hierop de interne kosten van het inkomende toonbankbetalingsverkeer per betaalmiddel weergegeven.

Tabel 11 Aandeel interne kosten inkomend betalingsverkeer per betaalmiddel

	<i>Gevestigde detailhandel</i>	<i>Horeca</i>
contant geld	87%	91%
Pinpas	53%	52%
Chipknip	52%	48%
creditcard	7%	9%

*Bron: EIM, 2007.*

#### 4.3.3 Totale kosten betalingsverkeer: verschillende betaalmiddelen

In tabel 12 zijn de totale kosten van het betalingsverkeer voor de twee sectoren uitgesplitst naar vier betaalmiddelen.

Tabel 12 Kosten, onderscheiden naar vier betaalmiddelen, 2006

	<i>Gevestigde detailhandel</i>		<i>Horeca</i>	
	in mln. €	relatief	in mln. €	relatief
contant geld	527	67%	264	83%
Pinpas	206	26%	15	5%
Chipknip	3	0%	1	0%
creditcard	53	7%	38	12%
TOTAAL	788	100%	317	100%

Bron: EIM, 2007.

De totale kosten van het inkomende betalingsverkeer worden in de gevestigde detailhandel en horeca gedomineerd door de kosten die gemaakt worden voor het accepteren van contante betalingen. Zoals we zagen in de tabellen 10 en 11 heeft dit te maken met de grote interne kostenposten: frontoffice-kosten, back-office-kosten en de kosten gemaakt voor het eigen geldvervoer. Tabel 12 laat ook zien dat de kosten voor chippen in het niet vallen. Tabel 12 leert verder dat een verdere verschuiving van contant geld naar Pinnen een positief effect zal hebben op het bovenstaande kostenplaatje.

In de telefonische enquête is aan de ondernemers gevraagd of zij tevreden waren met de huidige samenstelling van het betalingsverkeer in hun onderneming. Uit tabel 13 blijkt dat ongeveer een derde van de ondernemers ontevreden is met de huidige samenstelling. Van dit deel wil een overgrote meerderheid dat er in de toekomst meer gepind wordt.

Tabel 13 Tevredenheid met de samenstelling betalingsverkeer

<i>Huidige samenstelling betalingsverkeer</i>	<i>Gevestigde detailhandel</i>	<i>Horeca</i>
Tevreden	66%	69%
Ontevreden	34%	31%
Gewenst: meer Pinbetalingen	86%	79%
Gewenst: meer contante betalingen	5%	6%
Gewenst: anders	9%	15%

Bron: EIM, 2007.

Wanneer de vraag naar 'tevredenheid' wordt uitgesplitst naar de negen clusters, zien we dat de ondernemers in cluster 1 (supermarkten, bouwmarkten en wa-

renhuizen) het meest ontevreden zijn over hun samenstelling van het betalingsverkeer (54% ontevreden), gevolgd door de logiesverstrekkers (44% ontevreden). Het meest tevreden met hun samenstelling van het betalingsverkeer zijn de drankverstrekkers (87% tevreden) en de detailhandel non-food, ook op bestelling (76% tevreden).

#### 4.3.4 Totale kosten betalingsverkeer: relatieve kostendruk

Op basis van de gegevens uit tabel 12, waarbij de kosten van het betalingsverkeer zijn toegeschreven aan de verschillende betaalmiddelen, is het mogelijk om de zogenaamde *relatieve kostendruk* per betaalmiddel te berekenen.

Hieronder wordt verstaan: de totale kosten van een betaalmiddel uitgedrukt als percentage van de omzet die met dat betaalmiddel is gerealiseerd. Om een voorbeeld te geven: de totale kosten voor de gevestigde detailhandel voor contant betalen bedroegen in 2006 527 miljoen euro. De omzet vergaard met contant betalen in de gevestigde detailhandel bedroeg 28 miljard euro. Deling levert een relatieve kostendruk op van 1,9%.

In tabel 14 is de relatieve kostendruk weergegeven voor de twee onderscheiden sectoren. Uit de tabel blijkt dat de relatieve kostendruk van Pinbetalingen in vergelijking met de andere betaalmiddelen het geringst is.

Tabel 14 Relatieve kostendruk per betaalmiddel in 2006 (in %)

	<i>Gevestigde detailhandel</i>	<i>Horeca</i>
contant geld	1,9	3,1
Pinpas	0,5	0,6
Chipknip	2,2	5,8
creditcard	3,4	2,9

Bron: EIM, 2007.

De kosten van Pinnen zijn in verhouding tot de omzet die met Pinnen wordt betaald, aanzienlijk lager dan de kosten van contant geld in verhouding tot de omzet die met contant geld wordt binnengehaald. Dat heeft te maken met het feit dat er gemiddeld veel grotere bedragen met de Pinpas worden afgerekend dan bij contant betalen en de Chipknip. Met andere woorden: voor zover gekeken wordt naar de relatieve kostendruk is de Pinpas duidelijk het efficiëntste betaalmiddel van het inkomende toonbankbetalingsverkeer.

#### 4.3.5 Totale kosten betalingsverkeer: gemiddelde kosten per transactie

De kosten per betaalmiddel kunnen ook in relatie gebracht worden met het aantal transacties dat per betaalmiddel gerealiseerd wordt. In tabel 15 staan deze kosten weergegeven voor de twee sectoren.

De gemiddelde kosten per transactie moeten niet verward worden met de hiervoor gepresenteerde relatieve kostendruk. Uit tabel 15 komt bijvoorbeeld naar voren dat de gemiddelde kosten van contant geld lager zijn dan de gemiddelde kosten van een Pinbetaling. Dit betekent niet dat afrekenen met contant geld

voor de ondernemer goedkoper is dan afrekenen met de Pinpas. Het heeft slechts te maken met het feit dat er veel meer transacties met contant geld worden afgerekend dan met de Pinpas. Omdat met de Pinpas echter gemiddeld veel grotere bedragen worden afgerekend dan met contant geld is de Pinpas een efficiënter betaalmiddel, ondanks het feit dat de gemiddelde kosten per transactie hoger liggen.

Tabel 15 Gemiddelde kosten per transactie per betaalmiddel (in euro's)

	<i>Gevestigde detailhandel</i>	<i>Horeca</i>
contant geld	0,18	0,29
Pinpas	0,20	0,34
Chipknip	0,14	0,28
creditcard	2,70	3,72

*Bron: EIM, 2007.*

Uit tabel 15 blijkt dat een enkele transactie met contant geld de ondernemer in de gevestigde detailhandel gemiddeld 18 eurocent kost. Pinbetalingen zijn per transactie iets duurder en Chipkniptransacties zijn iets goedkoper. Een transactie met de creditcard kost de ondernemer in de detailhandel gemiddeld 2,70 euro.

Wanneer de gemiddelde kosten per transactie van de gevestigde detailhandel vergeleken worden met de herberekende cijfers van 2001, dan zien we dat de gemiddelde kosten van contant geld iets hoger geworden zijn, terwijl Pinnen, Chippen en het gebruik van de creditcard goedkoper zijn geworden.<sup>1</sup>

Kijken we over een langere periode, dan zien we dat de kosten van contant geld en Pinnen in de gevestigde detailhandel naar elkaar toegroeien. In 1992 rapporteerde EIM dat een Pinbetaling in de detailhandel driemaal zo duur was als een contante betaling. In 1998 ging het om een royale factor twee en inmiddels kost een Pinbetaling nog maar twee cent meer dan een contante betaling.

#### 4.4 Vaste en variabele kosten

Veel toonbankinstellingen bieden de klant verschillende mogelijkheden om te betalen. Een belangrijke vraag is dan of het aantrekkelijk is als klanten zo veel mogelijk gebruik maken van hun Pinpas. Het gaat daarbij om wat de kosten van een extra Pintransactie zijn in vergelijking met die van een contante betaling. Deze marginale kosten zijn te berekenen aan de hand van een opsplitsing van de totale kosten in vaste en variabele kosten. Vaste kosten zijn per definitie onafhankelijk van het aantal transacties dan wel van de omzet. Voor variabele kosten geldt dit niet. Variabele kosten kunnen samenhangen met het al of niet uitvoeren van de transactie. In dat geval spreken we van transactiegerelateerde variabele kosten. Ze kunnen ook afhankelijk zijn van het transactiebedrag. In dat geval

<sup>1</sup> Omdat de methodiek van de kostenberekening in 2001 een andere was dan die in 2006, zijn hier geen bedragen vermeld. En omdat voor de horeca geen herberekening van het aantal transacties heeft plaatsgevonden, is hier geen vergelijking getroffen.

spreken we van omzetgerelateerde variabele kosten. Bij het onderscheid vast-variabel is de veronderstelling over de tijdshorizon van belang. Op lange termijn hebben immers alle kosten een variabel karakter. In deze studie is gekozen voor een middellange tijdshorizon van 3-5 jaar. Bij een kortere horizon zal een groter deel van de kosten een vast karakter hebben, bij een langere horizon een kleiner deel.

Tabel 16 geeft voor alle onderscheiden kostencomponenten de gebruikte opdeling in vaste en variabele kosten. De laatste twee kolommen geven aan of de kostencomponenten van toepassing zijn voor contante dan wel elektronische betalingen. De variabele kosten van een Pinbetaling zijn vooral transactiegerelateerd. Dit weerspiegelt dat de kosten van een extra Pinbetaling van € 25 niet veel zullen verschillen van die van een Pinbetaling van € 50. Bij contante betalingen zijn de omzetgerelateerde variabele kosten relatief belangrijk. Met grotere transacties zijn immers doorgaans meer bankbiljetten gemoeid, waardoor de variabele kosten toenemen met het transactiebedrag.

Uit tabel 16 blijkt dat voor veel kostencomponenten geldt dat ze niet volledig een vast dan wel een variabel karakter hebben. De kosten van een betaalterminal zijn bijvoorbeeld voor 80% vast en voor 20% transactiegerelateerd variabel. Extra Pintransacties kunnen immers deels via de al aanwezige betaalapparatuur verwerkt worden, maar als het aantal transacties toeneemt, zullen ook extra investeringen in betaalterminals noodzakelijk zijn.

De backoffice-kosten zijn - anders dan in het rapport 'Afrekenen in Winkels' uit 2002 - in het nieuwe kostenmodel niet voor 100% als vaste kostenpost opgevoerd. Een aantal activiteiten, zoals het bedrijfsklaar maken van de kassa's, komt weliswaar elke dag terug ongeacht de hoogte van de omzet of het aantal transacties, maar een belangrijk deel van de noodzakelijke activiteiten, zoals het op peil houden van wisselgeld, is direct gerelateerd aan het aantal transacties. De in het kader van deze studie uitgevoerde enquête geeft aan dat 16% van de backoffice-kosten van contante betalingen een vast karakter heeft. Van de variabele kosten is het overgrote deel omzetgerelateerd.

Tabel 16 Overzicht van de vaste en variabele kostencomponenten (in percentages)

<i>Kostencomponenten</i>	<i>Vast</i>	<i>Variabel transactie</i>	<i>Variabel omzet</i>	<i>Contant</i>	<i>Elektronisch</i>
Backoffice contant	16	16	68	X	
Backoffice elektronisch		100			X
Frontoffice		100		X	X
Rentederving			100	X	X
Valutering			100	X	X
Eigen geldtransport	100			X	
Afschrijvingskosten kassalade	80	20		X	
Afschrijvingskosten valsgelddetector	80	20		X	
Afschrijvingskosten kluis/brandkast	80	20		X	
Wisselgeld		100		X	
Geldderving			100	X	
Professioneel geldtransport			100	X	
Afstorten contant geld			100	X	
Verzekeringskosten			100	X	
Betaalapparatuur Pinpas	80	20			X
Abonnementskosten Pinpas	80	20			X
Abonnement telecommunicatie Pinpas	100				X
Tariefkosten Pinpas		100			X
Tarief telecommunicatie Pinpas		100			X
Betaalapparatuur Chipknip	80	20			X
Abonnementskosten Chipknip	80	20			X
Abonnement telecommunicatie Chipknip	100				X
Tariefkosten Chipknip		100			X
Tarief telecommunicatie Chipknip		100			X
Batchverwerking Chipkniptransacties	100				X
Betaalapparatuur creditcard	80	20			X
Abonnement telecommun. creditcard	100				X
Tarief telecommunicatie creditcard		100			X
Provisie creditcardmaatschappijen			100		X

*Bron: EIM, 2007.*

Tabel 17 geeft de kostenopdeling in vast en variabel voor de detailhandel en de horeca. Bij de gehanteerde tijdshorizon van 3-5 jaar heeft een groot deel van de kosten een variabel karakter. De vaste kosten zijn in de twee sectoren ongeveer een vijfde deel van de totale kosten. In de detailhandel zijn de transactiegerela-



teerde variabele kosten relatief het belangrijkste, terwijl dit in de horeca de omzetgerelateerde kosten zijn. Dit verschil hangt in belangrijke mate samen met de grotere rol van contant geld in de horeca. Tabel 17 toont voorts dat voor Pinbetalingen de transactiegerelateerde variabele kosten het belangrijkste zijn, terwijl de kosten voor de creditcard vooral omzetgerelateerd zijn. Opvallend is ten slotte het relatief grote aandeel van de vaste kosten in de totale kosten van Pinbetalingen in de horeca. Dit hangt samen met het relatief geringe aantal Pintransacties in deze sector, waardoor - ceteris paribus - het aandeel van de vaste kosten toeneemt.

Tabel 17 Vaste en variabele kosten in de detailhandel en horeca

<i>in mln. euro</i>	<i>Totaal</i>	<i>Contant</i>	<i>Pinpas</i>	<i>Chipknip</i>	<i>Creditcard</i>
<b>DETAILHANDEL</b>					
vast	19%	100	37	1	1
variabel transactie	42%	223	166	2	3
variabel omzet	39%	204	3	0	49
<b>Totaal</b>	<b>788</b>	<b>527</b>	<b>206</b>	<b>3</b>	<b>53</b>
<b>HORECA</b>					
vast	23%	65	6	0	2
variabel transactie	30%	83	8	0	2
variabel omzet	47%	115	0	0	34
<b>Totaal</b>	<b>317</b>	<b>263</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>38</b>

Bron: EIM, 2007.

Aan de hand van de variabele kosten kunnen de zogenoemde marginale kosten (de kosten van een extra betaling) van een betaling met contant geld dan wel met de Pinpas berekend worden. Tabel 18 geeft de variabele kosten in de detailhandel en de horeca weer, uitgedrukt per transactie respectievelijk per euro omzet. De laatste kolom in de tabel geeft de marginale kosten weer van een extra transactie van gemiddelde omvang, dat wil zeggen van € 18,40 in de detailhandel en € 13,50 in de horeca.

Uit tabel 18 blijkt dat Pinnen in de detailhandel dan 5 eurocent goedkoper is dan een contante betaling. Met andere woorden: vervanging van een contante betaling door een Pinbetaling levert de detaillist dus voor elke nieuwe transactie 5 eurocent op. In de horeca loopt dit voordeel zelfs op tot 7 eurocent.

Tabel 18 Variabele kosten in de detailhandel en horeca (in euro's)

	<i>Transactiegerelateerde variabele kosten per transactie</i>	<i>Omzetgerelateerde variabele kosten per euro omzet</i>	<i>Marginale kosten transactie met gemiddelde transactieomvang</i>
Detailhandel			
- Contant	0,076	0,007	0,21
- Pinpas	0,163	0,000	0,16
Horeca			
- Contant	0,092	0,014	0,27
- Pinpas	0,196	0,000	0,20

Bron: EIM, 2007.

Verschuiving van contante betalingen richting Pin zal dus voor veel toonbankinstellingen forse kostenbesparingen opleveren. De variabele kosten van 1000 contante transacties van gemiddelde omvang van € 18,40 komen voor een detaillist uit op € 210 (tabel 18). Bij deze besparingen wordt het al snel financieel aantrekkelijk om Pinnen te stimuleren, zelfs als op individueel ondernemingsniveau rekening wordt gehouden met de kosten van een aanschaf van een betaalterminal. Zo zijn bijvoorbeeld specifiek voor het MKB zogenoemde Slimme PinPakketten in de markt gezet. Deze pakketten omvatten een betaalterminal en de telecom- en bankdiensten voor Pinbetalingen. Een voorbeeld is de aanbieding waarbij voor € 85 per maand 1000 Pintransacties verwerkt kunnen worden. Voor bovengenoemde detaillist zal de verschuiving van 1000 contante transacties richting Pin hem dus € 125 per maand opleveren. Voor de horeca lopen de besparingen op tot € 185 per maand.

#### 4.5 Opbrengsten van het betalingsverkeer

Naast de kosten van het betalingsverkeer voor toonbankinstellingen bestaan er ook opbrengsten voor de ondernemers. In het kader van dit onderzoek wordt verstaan onder opbrengsten van toonbankbetalingsverkeer voor toonbankinstellingen: de *expliciet* in rekening gebrachte kosten van het toonbankbetalingsverkeer door toonbankinstellingen aan hun afnemers. In de praktijk betekent dit dat het voornamelijk gaat om de kosten die toonbankinstellingen in rekening brengen voor Pinbetalingen onder een bepaald bedrag. In de markt is een duidelijke afname van de toeslagen te constateren; vooral in het GWB wordt het pinnen van lagere bedragen sterk gestimuleerd.

##### 4.5.1 Opbrengsten Pinbetalingen

Op basis van de telefonische enquête onder de MKB-ondernemers hebben we het gedrag van de ondernemers in kaart gebracht ten aanzien van het in rekening brengen van een extra bijdrage bij Pinnen onder een bepaald bedrag. Het blijkt dat 30% van de MKB-ondernemers in de gevestigde detailhandel die Pinbetalingen accepteren, aangeeft een opslag op het te betalen bedrag te berekenen in geval van kleinere transactiebedragen. In de horeca geeft 13% van de ondernemers aan dat zij een opslag toepassen. De uitkomsten in onderstaande tabel ten

aanzien van de gevestigde detailhandel worden ondersteund door het tarifieringsonderzoek van DNB in 2006<sup>1</sup>.

Tabel 19 Gedrag ondernemers ten aanzien van Pinnen onder een bepaald bedrag

	<i>Aandeel Pin- accepterende on- dernemers dat een Pinbijdrage vraagt</i>	<i>Onder welk bedrag? (euro's)</i>	<i>Wat vraagt men ervoor? (eurocenten)</i>
Gevestigde detailhandel	30%	10	23
Horeca	13%	10	37

*Bron: EIM, 2007.*

Om te kunnen vaststellen wat nu de maximale opbrengsten zijn van de ondernemers gaan we uit van de veronderstelling dat ondernemers in het GWB niets in rekening brengen. Deze veronderstelling wordt ondersteund door bevindingen in het DNB-onderzoek naar tarifiering.

Uit gegevens van Currence<sup>2</sup> blijkt dat van alle toonbanktransacties, maar liefst 52% een transactiebedrag kent van minder dan 10 euro. Van de transacties onder de 5 euro wordt 5% betaald met de Pinpas, transacties tussen de 5 en 10 euro worden in 16% van de gevallen betaald met de Pinpas. Dat betekent dat in de detailhandel in totaal 205 miljoen transacties van minder dan 10 euro worden gepind en in de horeca 51 miljoen. Op basis van het aandeel van het MKB in de omzet van de detailhandel wordt verder verondersteld dat het MKB in de gevestigde detailhandel daar een aandeel van 85 miljoen in heeft. Dit levert voor de gevestigde detailhandel 5,9 miljoen euro op aan opbrengsten.<sup>3</sup> Voor de horeca is berekend dat de maximale opbrengsten op 2,4 miljoen euro liggen.<sup>4</sup>

Opgemerkt dient te worden dat het hier gaat om de maximale opbrengsten. In de praktijk komt het regelmatig voor dat een ondernemer weliswaar een bordje bij de kassa heeft staan, maar het bedrag niet doorrekent aan de klant. Ook viel in dit onderzoek op dat een groot aantal ondernemers geen idee heeft hoeveel opbrengsten het bordje bij de Pinautomaat hen oplevert. Vermoedelijk gebruiken ondernemers, met name in het MKB, de bordjes vooral om klanten bij echte kleine betalingen te sturen naar contant geld.

<sup>1</sup> DNB (2007), Prikkel aan de kassa, DNB Kwartaalbericht december 2007.

<sup>2</sup> Monitor consumptieve toonbankbetalingen in Nederland – Jaarrapportage 2006 (Currence, 2006).

<sup>3</sup> Berekening:  $0,30 * 85 \text{ miljoen transacties} * 23 \text{ eurocent} = 5,9 \text{ miljoen euro}$ . Kosten van het Pinverkeer in de detailhandel zijn geschat op 206 miljoen euro (zie tabel 17).

<sup>4</sup> Berekening:  $0,13 * 51 \text{ miljoen Pintransactie onder 10 euro} * 37 \text{ eurocent} = 2,4 \text{ miljoen euro}$ . Kosten van het Pinverkeer in de horeca zijn geschat op 14 miljoen euro (zie tabel 17).



## 5 Kosteneffecten van drie toekomstscenario's

### 5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de kosteneffecten van een herverdeling van het aantal transacties in Nederland over de verschillende betaalmiddelen. Uit het vorige hoofdstuk kwam naar voren dat de (variabele) kosten van de verschillende betaalmiddelen niet gelijk zijn. Een vervanging van bijvoorbeeld 1.000.000 transacties met contant geld door 1.000.000 transacties met de Pinpas zal tot een flinke kostenreductie leiden.

In overleg met de opdrachtgevers heeft EIM drie zogenaamde toekomstscenario's doorgerekend, te weten:

- Scenario 1: dit is een situatie waarbij het betalingsverkeer optimaal kostenefficiënt is ingericht, en waarbij alleen nog gebruik kan worden gemaakt van contant geld of de Pinpas.
- Scenario 2: dit is een situatie waarbij alleen nog met elektronische betaalmiddelen kan worden betaald.
- Scenario 3: dit is een situatie waarin de doelstellingen van de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen zijn behaald.

Om de drie scenario's door te kunnen rekenen, hebben we gegevens nodig over de verdeling van de transacties naar omvang van de transactiebedragen. Op basis van de gegevens uit de 'Monitor consumptieve toonbankbetalingen in Nederland - Jaarrapportage 2006' van GfK in opdracht van Currence hebben we voor de sectoren detailhandel en horeca een verdeling berekend. Deze verdeling staat vermeld in tabel 20.

Tabel 20 Verdeling aantal transacties naar bestedingsrange

<i>Range</i>	<i>Gevestigde detailhandel</i> in %	<i>Gevestigde detailhandel</i> in miljard	<i>Horeca</i> in %	<i>Horeca</i> in miljard
tot 10 euro	44%	1,8	55%	0,6
10 tot 20 euro	24%	1,0	25%	0,2
meer dan 20 euro	32%	1,3	20%	0,2
Totaal	100%	4,1	100%	1,0

*Bron: Berekeningen EIM o.b.v. gegevens Currence, 2007(monitor consumptieve toonbankbetalingen 2006).*

### 5.2 Scenario 1: een optimaal kostenefficiënt betalingsverkeer

In dit scenario wordt maximaal gebruik gemaakt van de eerder vermelde variabele kosten in tabel 18 van contant geld en Pinnen. Met behulp van deze informatie is te berekenen boven welk bedrag het voor sector detailhandel voordeliger is om te Pinnen in plaats van om met contant geld te betalen.

In de kostenberekening gaan we uit van de meest kostenefficiënte herverdeling van de transacties die in 2006 betaald zijn met contant geld, Chipknip, de Pinpas en de creditcard. In totaal gaat het daarbij om 4,0 miljard transacties voor de detailhandel en bijna 1,0 miljard transacties voor de horeca. In de tabel zijn de transacties die betrekking hebben op de overige betaalmiddelen buiten beschouwing gelaten.

We gaan er verder van uit dat er in dit scenario helemaal niet meer gechipt wordt.<sup>1</sup> Creditcardbetalingen zijn evenmin meer in beeld omdat die qua kostenstructuur altijd duurder zijn dan Pinnen. De kostenberekening ziet er dan als volgt uit (zie tabel 21).

Tabel 21 Scenario 1: optimale kostenefficiëncy bij uitsluitend contant en Pinnen\*

Betaalmiddel	Gevestigde detailhandel		Horeca	
	Transacties	Kosten	Transac-	Kosten
	(in mln.)	(in mln. euro)	ties	(in mln. euro)
Kosten contant geld	1.980	€236	434	€59
Kosten Pinnen	2.015	€329	530	€104
Vaste kosten contant geld en Pinnen		€137		€71
Kosten nieuwe situatie		€702		€234
Kosten huidige situatie		€788		€317
Besparing		€86		€83

\* Exclusief overige betaalmiddelen.

Bron: EIM, 2007.

Uit dit scenario komt naar voren dat kostenbesparingen mogelijk zijn door duurdere betaalmiddelen te vervangen door goedkopere. Als we de totale kosten van dit scenario vergelijken met de raming van de kosten voor het betalingsverkeer voor 2006 voor de gevestigde detailhandel en de horeca, is er een maximale besparing te realiseren van € 86 miljoen voor de detailhandel en € 83 miljoen voor horeca. Daarvoor is dan wel nodig dat Nederland flink meer gaat Pinnen. In de detailhandel zou een stijging nodig zijn met ongeveer 1 miljard Pintransacties, en in de horeca een stijging van 40 miljoen naar maar liefst 530 miljoen Pintransacties.

### 5.3 Scenario 2: een cashloze toekomst

In dit scenario gaan we bekijken wat het betalingsverkeer voor de detailhandel en horeca zou gaan kosten wanneer niet langer met contant geld betaald zou

<sup>1</sup> Dit is een redelijke veronderstelling omdat het gebruik van de Chipknip als betalingsmiddel zoals bekend wordt uitgefaseerd in 'de bemande retail'.

worden. Dat is natuurlijk vooralsnog een onrealistische situatie, waardoor de hieraan verbonden conclusies weinig realiteitswaarde hebben, maar de berekeningen maken wel duidelijk hoe duur contant geld eigenlijk is.

In dit scenario gaan we ervan uit dat er in het geheel niet meer met contant geld betaald wordt. Ook creditcardbetalingen blijven buiten beschouwing omdat die qua kostenstructuur in alle gevallen duurder zijn dan Pinnen. Voor het verrichten van een betaling resteert dan de keuze tussen de Chipknip en de Pinpas. De kosten van de Chipknip kunnen worden gezien als een proxy voor een toekomstig betaalinstrument met vergelijkbare karakteristieken, dat wil zeggen korte doorlooptijd aan de kassa en geen online-verbinding nodig. Er is verondersteld dat betalingen tot 15 euro met een dergelijk instrument worden betaald en betalingen boven de 15 euro met de Pinpas.

Deze veronderstellingen leveren het volgende kostenplaatje op.

Tabel 22 Scenario 2: een cashloze toekomst\*

<i>Betaalmiddel</i>	<i>Gevestigde detailhandel</i>		<i>Horeca</i>	
	<i>Transacties (in mln.)</i>	<i>Kosten (in mln. eu- ro)</i>	<i>Transacties (in mln.)</i>	<i>Kosten (in mln. eu- ro)</i>
Chipknip (tot 15 euro)	2.275	225	685	81
Pinnen (boven 15 euro)	1.720	281	279	55
Vaste kosten Chippen en Pinnen		38		6
Kosten nieuwe situatie		544		142
Kosten huidige situatie		788		317
Besparing		244		175

\* *Exclusief overige betaalmiddelen.*

*Bron: EIM, 2007.*

Dit scenario laat zien dat de kosten in het cashloze scenario aanmerkelijk lager uitkomen dan in het vorige scenario. Dit heeft te maken met het feit dat we ervan uitgaan dat er in dit geval in het geheel geen contante betalingen meer plaatsvinden, waardoor de vaste kosten voor het betaalmiddel contant geld volledig vrijvallen. Dat is natuurlijk verre van realistisch.

Dit scenario levert een maximale besparing op van 244 miljoen euro bij de gevestigde detailhandel en 175 miljoen euro bij de horeca.

#### 5.4 Scenario 3: Doelstellingen Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen behaald

De Nederlandse banken en belangenbehartigers van winkeliers, horeca en benzinestations (de toonbankinstellingen) werken in de Stichting Bevorderen Efficiënt

Betalen aan een efficiënter en veiliger betalingsverkeer voor ondernemers en consumenten. Zij legden dit streven vast in het Convenant Betalingsverkeer 2005.

De Stichting stelde ook concrete doelen vast voor de komende tijd, te weten: 50.000 extra betaalterminals en 1 miljard extra Pinbetalingen voor 2008.

In 2006 waren er in totaal 214.474 betaalautomaten en 1.451 miljoen Pinbetalingen. Hiervan staan er 135.055 in gevestigde detailhandel en horeca, en beide sectoren zorgen voor 1.084 miljoen Pinbetalingen. Wanneer we de doelstellingen van het Convenantteam evenredig doortrekken voor de sectoren horeca en gevestigde detailhandel betekent dit 31.485 extra betaalterminals en 747 miljoen extra Pinbetalingen ten koste van contante betalingen. Hiervan zijn verhoudingsgewijs 717 miljoen extra Pintransacties voor de detailhandel en 30 miljoen voor de horeca.

Wanneer we deze uitgangspunten hanteren, leidt dat tot het volgende kostenplaatje.

Tabel 23 Scenario 3: het behalen van de doelstellingen Stichting BEB\*

<i>Betaalmiddel</i>	<i>Gevestigde detailhandel</i>		<i>Horeca</i>	
	<i>Transacties (in mln.)</i>	<i>Kosten (in mln. euro)</i>	<i>Transacties (in mln.)</i>	<i>Kosten (in mln. euro)</i>
Contant	2.200	€ 247	877	€ 183
Pinnen	1.757	€ 287	75	€ 15
Chipknip	17	€ 2	2	€ 0,3
creditcard	20	€ 52	10	€ 36
Vaste kosten		€ 139		€ 73
Kosten nieuwe situatie		€ 725		€ 307
Kosten huidige situatie		€ 788		€ 317
Besparing		€ 63		€ 10

\* *Exclusief overige betaalmiddelen.*

*Bron: EIM, 2007.*

Dit scenario laat zowel voor de horeca als de gevestigde detailhandel een besparing zien. Dit scenario levert een maximale besparing op van € 63 miljoen bij de gevestigde detailhandel en € 10 miljoen bij de horeca. De besparing wordt groter als het effect van de maatregelen van de Stichting wordt doorgerekend naar de kosten van andere toonbankinstellingen dan alleen detailhandel en ambachten (die samen goed zijn voor driekwart van de toonbanktransacties).

De besparing wordt ook groter als de doelstelling van de Stichting voor 1 miljard extra Pinbetalingen voor een deel ook gehaald kan worden door creditcardbetalingen te vervangen door Pinbetalingen. Stel dat de horeca 1.000.000 creditcard-



betalingen weet om te zetten naar Pinbetalingen, dan zijn de extra besparingen 3 miljoen euro.

In onderstaand overzicht staan de resultaten van de drie scenario's nogmaals weergegeven. Per scenario staan de berekende kosten vermeld en tevens wat de mogelijke besparingen zijn ten opzichte van de huidige situatie.

Tabel 24 Samenvattend overzicht scenario's

	<i>Gevestigde detailhandel</i>		<i>Horeca</i>	
	<i>Kosten (in mln. euro)</i>	<i>Besparing (in mln. euro)</i>	<i>Kosten (in mln. euro)</i>	<i>Besparing (in mln. euro)</i>
huidige situatie	788		317	
<i>scenario 1: optimale kosten-efficiency bij uitsluitend contant en Pin</i>	702	86	234	83
<i>scenario 2: het cashloze scenario</i>	544	244	142	175
<i>scenario 3: behalen doelstellingen Stichting BEB</i>	725	63	307	10

*Bron: EIM, 2007.*

Bij het bovenstaande overzicht moeten wel enkele kanttekeningen geplaatst worden. In de verschillende exercities is alleen rekening gehouden met kostenefficiency voor de ondernemers. Dat betekent dat andere aspecten die evenzeer verband houden met betalen buiten beschouwing zijn gebleven.

Contante betalingen hebben voor de ondernemer als groot voordeel een relatief snelle kassahandeling. Ook vinden veel ondernemers het gunstig dat ze meteen zonder tussenkomst van derden over het inkomende geld kunnen beschikken. Maar er zijn ook uitgesproken nadelen: veiligheidsrisico's zoals diefstal, overval, vals geld en de daarmee gepaard gaande gevoelens van onveiligheid bij ondernemers en hun personeel. Tel daarbij op het punt dat steeds meer klanten geen contant geld op zak hebben en ondernemers daardoor omzet mislopen. Verder is bij contant geld ook de interne controle lastig.

Bij Chippen is de kassahandeling (uitgaande van een zekere routine) veruit het snelst en zijn er weinig veiligheidsrisico's. Het incassorisico is verder beperkt (wegvallen van gegevens van klanten die betaald hebben met de chipkaart voordat de datatransmissie heeft plaatsgevonden). Een nadeel is wel dat klanten de kaart vaak niet bij zich hebben, dat die niet opgeladen is en zij er gewoonweg niet aan denken de Chipknip te gebruiken. Deze situatie zal zeker niet verbeteren nu besloten is de Chipknip niet meer te promoten in de detailhandel en horeca.

Bij Pinnen is de kassahandeling (hoewel aanzienlijk versneld ten opzichte van vroeger) relatief lang (tenzij de consument gebruik maakt van de mogelijkheid van voorautorisatie), maar is de veiligheid beter.

Betalingen met creditcard zorgen voor het meeste oponthoud bij de kassa, maar stellen klanten in de gelegenheid aankopen te doen ook wanneer hun budget dit eigenlijk (nog) niet toelaat. Ook om klanten uit het buitenland te kunnen bedienen wordt vaak gekozen voor creditcardacceptatie.

Een belangrijk aspect is ook 'gemak'. Betalingen met contant geld gaan gepaard met het aanhouden van wisselgeld, afstorten, en het bijhouden van kassageld-administraties (backoffice-activiteiten). Bij elektronisch betalen blijven deze handelingen achterwege. Dat levert tijdwinst op (kostenbesparing), maar uiteraard ook gemak.

Omdat deze aspecten niet eenduidig op waarde zijn te schatten (iedere ondernemer heeft zijn eigen perceptie van deze bijkomende voor- en nadelen) kan de optimale overstap van contant naar Pinnen of chippen in de praktijk natuurlijk op andere bedragen worden gesitueerd dan waarmee in de scenario's is gerekend.

## 6 Alle toonbankinstellingen

### 6.1 Inleiding

Toonbankbetalingen vinden niet alleen plaats in winkels en in horecagelegenheden, maar ook bijvoorbeeld bij benzinstations, op de markt, in het openbaar vervoer en in de dienstverlening. In de voorgaande paragrafen zijn de kosten van detailhandel en horeca besproken. Hier wordt een schatting gegeven voor de totale economie. Aangezien geen additionele kostengegevens zijn verzameld, zijn de hier gepresenteerde uitkomsten tentatief.

Naast detailhandel en horeca is nog een aantal andere categorieën van toonbankinstellingen te onderscheiden, te weten:

- benzinstations
- ambulante handel
- dienstverlening (zoals kappers, schoonheidssalons, e.d.)
- openbaar vervoer (taxi, trein, bus, tram en metro)
- toegang (musea, bioscoop, pretpark, e.d.)
- groothandel
- automaten (vending, parkeerautomaten e.d.)
- overig.

In dit hoofdstuk zal een schatting gemaakt worden van de kosten van het betalingsverkeer voor het totale aantal toonbankinstellingen.

### 6.2 Ambulante handel en tankstations

In de vorige hoofdstukken zijn de kosten van het betalingsverkeer gepresenteerd voor de detailhandel en de horeca. Hiervoor is met behulp van nieuwe data het kostenmodel uit 2001 geüpdatet.

In het kader van dit onderzoek zijn ook berekeningen voor de ambulante handel en de tankstations uitgevoerd. Omdat voor deze twee sectoren in het kader van dit onderzoek geen nieuwe data zijn gegenereerd, zijn de berekeningen dan ook gepaard gegaan met veel aannames. Reden om ze in hoofdstuk 3 en 4 niet te vermelden.

Voor de berekeningen voor de tankstations dienden de resultaten van het EIM-onderzoek uit 2004<sup>1</sup> als uitgangspunt. Ten behoeve van de nieuwe berekeningen is het vernieuwde kostenmodel toegepast. Ook de parameterwaarden zijn opnieuw vastgesteld. Hierbij gaat het om gegevens als tarieven van banken en telecommunicatie, et cetera. Voor zover de gegevens niet toereikend waren, wordt de situatie in de gevestigde detailhandel gevolgd. Voor de ambulante handel vormden de resultaten van de HBD-monitor over ICT en betalingsverkeer uit 2006 en 2007 het uitgangspunt.

<sup>1</sup> EIM (2004). *Kijkglas verre van vol: onderzoek naar de mogelijkheden om de efficiency van het betalingsverkeer bij zelfstandige tankstationhouders te verbeteren*. Zoetermeer.

In de onderstaande tabel staan de belangrijkste resultaten vermeld voor de ambulante handel en de tankstations.

Tabel 25 Samenvattend overzicht berekeningen ambulante handel en tankstations

	<i>Ambulante handel</i>	<i>Tankstations</i>
aantal toonbanktransacties	250 miljoen	380 miljoen
gemiddeld transactiebedrag	€ 11,50	€ 27,90
totale kosten	€ 95 mln.	€ 82 mln.
Totale kosten als % consumptieve bestedingen	3,3%	0,8%
Aandeel interne kosten	89%	52%

Bron: EIM, 2007.

### 6.3 Bestedingen bij toonbankinstellingen

De consumptieve bestedingen (binnenland) bedroegen volgens ramingen van het CBS in 2006 € 253,5 miljard. Wanneer bij dit bedrag de consumptie van niet-ingezetenenhuishoudingen in Nederland wordt opgeteld, kan de totale consumptie in Nederland worden berekend: € 263,3 miljard.

Een deel van deze consumptieve bestedingen wordt door consumenten niet over de toonbank afgerekend. Het gaat om uitgaven voor energie, huisvesting, communicatie, gezondheid, financiële en zakelijke diensten en onderwijs, met een totale waarde van € 94,7 miljard.<sup>1</sup> Omdat deze uitgaven nagenoeg altijd giraal worden betaald (met automatische incasso's en acceptgiro's) vallen ze buiten het toonbankbetalingsverkeer. Wanneer deze € 94,7 miljard in mindering wordt gebracht op de totale consumptie in Nederland in 2006, wordt een indicatie verkregen van de totale potentiële waarde van het betalingsverkeer dat via toonbankinstellingen verloopt; € 168,6 miljard.

Dit bedrag van € 168,6 miljard wordt echter ook niet voor 100% afgerekend via de toonbank. Want ook bij toonbankinstellingen worden niet alle goederen en diensten direct en persoonlijk betaald. Er zijn een aantal productgroepen aan te geven waarvan mag worden aangenomen dat zij in belangrijke mate giraal worden betaald. Denk hierbij aan aankopen bij woninginrichtingszaken, witgoedzaken, autodealers, garagebedrijven en reisbureaus. Deze uitgaven bedragen gezamenlijk bijna 10% van de binnenlandse consumptie door huishoudens.

Wanneer ook deze consumptieve bestedingen er af worden getrokken, resteert een bedrag van € 142,3 miljard. Dit zijn naar schatting de totale consumptieve bestedingen die in Nederland betaald worden met de betaalmiddelen contant, Pinpas, Chipknip en creditcard.

<sup>1</sup> Bron: CBS, Nationale Rekeningen 2006.

## 6.4 Aantal verkooptransacties bij toonbankinstellingen

Om de kosten van de verschillende toonbankbetaalmiddelen te berekenen van alle toonbankinstellingen, zijn gegevens nodig over het aantal transacties. Voor de gevestigde detailhandel en de horeca zijn deze aantallen berekend en vastgelegd in hoofdstuk 3. Voor de ambulante handel en de tankstations is op basis van gegevens uit het verleden een extrapolatie gemaakt.

Voor de overige sectoren zal hiervoor een schatting moeten worden gemaakt. In het rapport 'Monitor consumptieve toonbankbetalingen in Nederland, jaarrapportage 2006' van Currence, staat van alle toonbankinstellingen weergegeven welk aandeel de branche heeft in de totale transactiemarkt in 2006. Op basis van dit overzicht zijn de volgende transactiegegevens berekend.<sup>1</sup>

Tabel 26 Overzicht transacties toonbankinstellingen 2006

<i>Branche</i>	<i>Aantal transacties (in mln.)</i>
gevestigde detailhandel + ambulant	4.321
horeca	1.012
tankstations	375
overige sectoren*	1.262
TOTAAL	6.970

\* *Dit betreft: recreatie, cultuur en amusement, dienstverlening, groothandel, auto's (garage, dealers, handelaren e.d.), parkeren, vending en overig.*

*Bron: Berekeningen van EIM op basis van gegevens Currence (monitor consumptieve toonbankbetalingen 2006).*

Uit onze berekeningen komt een geschat totaal aantal toonbanktransacties in Nederland van 6,97 miljard. Een gemiddelde toonbanktransactie in 2006 komt dan uit op € 20,42 (deling door € 142,3 miljard consumptieve bestedingen).

## 6.5 Relatief belang van de betaalmiddelen

In tabel 27 is weergegeven hoe de samenstelling van het toonbankbetalingsverkeer er qua transacties in 2006 voor alle toonbankinstellingen uitzag. Betalen met contant geld was dominant in 2006. Driekwart van alle transacties verliep via munten en papiergeld. Een kwart van alle transacties werd elektronisch betaald.

<sup>1</sup> Bij het berekenen van het totaal aantal transacties is dat van de detailhandel en de ambulante handel als uitgangspunt gehanteerd. Volgens het rapport 'Monitor consumptieve toonbankbetalingen in Nederland, jaarrapportage 2006' van Currence kwam dit aantal overeen met 62% van alle toonbanktransacties. Opgehoogd naar 100% geeft dit een totaal aantal van 6,97 miljard toonbanktransacties in Nederland in 2006.

Tabel 27 Samenstelling van het betalingsverkeer (in %), 2006

<i>Type betaalmiddel</i>	<i>Transacties</i>
contant	75
Pinpas	21
Chipknip	2
creditcard	2
TOTAAL	100

*Bron: Ramingen EIM op basis van gegevens Currence (monitor consumptieve toonbankbetalingen 2006).*

In tabel 28 is weergegeven hoe de samenstelling van het toonbankbetalingsverkeer er qua verdeling van de consumptieve bestedingen in 2006 voor alle toonbankinstellingen uitzag. Qua bestedingen zijn elektronisch geld en contant geld aan elkaar gewaagd. De Pinpas was in 2006 goed voor 45% van de consumptieve bestedingen.

Tabel 28 Samenstelling van het betalingsverkeer (in %), 2006

<i>Type betaalmiddel</i>	<i>Consumptieve bestedingen</i>
contant	51
Pinpas	45
Chipknip	0,3
creditcard	3,7
TOTAAL	100

*Bron: Ramingen EIM obv gegevens Currence (monitor consumptieve toonbankbetalingen 2006).*

## 6.6 Kosten van het betalingsverkeer voor toonbankinstellingen

Voor de detailhandel en de horeca zijn de kosten van het betalingsverkeer berekend op basis van enquêtegegevens en externe bronnen. De berekeningen voor de ambulante handel en de tankstations zijn gebaseerd op onderbouwde extrapolaties.

Voor de transacties in de andere sectoren wordt verondersteld dat de kosten per transactie gelijk zijn aan die in de detailhandel. Alleen voor de automatenbranche is een uitzondering gemaakt omdat er bij betalingen geen sprake is van fysiek contact met (winkel)personeel.

Tabel 29 Kosten betalingsverkeer voor alle toonbankinstellingen, 2006

<i>Type betaalmiddel</i>	<i>Kosten betalingsverkeer</i> (in mln. euro's)
contant	1.174
Pinpas	292
Chipknip	17
creditcard	187
TOTAAL	1.671

*Bron: Ramingen EIM, 1007.*

De totale kosten van het betalingsverkeer voor alle toonbankinstellingen in Nederland zijn geschat op 1,67 miljard euro. Dat komt overeen met 1,2% van de totale hoeveelheid consumptieve bestedingen die bij deze toonbankinstellingen met toonbankbetaalmiddelen wordt afgerekend.





## BIJLAGE I Telefonische vragenlijst

De vragenlijst die hieronder is weergegeven, is gesteld aan 220 horecaondernemers. Inhoudelijk komt ze geheel overeen met de vragenlijst die gesteld is aan de 350 ondernemers uit de detailhandel. Echter wanneer bij de horeca gesproken wordt over diner- en hotelbonnen ging het bij de detailhandel om cadeaubonnen.

---

Goedemorgen/-middag/-avond mevrouw/mijnheer, u spreekt met ..... van het Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf/vestiging. In opdracht van uw brancheorganisatie voeren wij momenteel een onderzoek uit naar de kosten van het betalingsverkeer in de horeca. U heeft hierover onlangs een brief ontvangen. Mag ik u hierover een aantal vragen stellen?

### **Vraag 01A**

Als naam voor het bedrijf heb ik:

Klopt dit?

### **Vraag 01F**

Wat is uw hoofdactiviteit?

### **Vraag 02**

Uit hoeveel vestigingen of filialen bestaat uw onderneming?

### **Vraag 03**

Is dit de hoofdvestiging of een nevenvestiging?<sup>1</sup>

- 1: Hoofdvestiging
- 2: Nevenvestiging
- 3: Anders, te weten ...

### **Vraag 04INTRO**

*[Als Vraag 02 is 2]*

In het vervolg van de vragenlijst gaan alle vragen over deze vestiging.

### **Vraag 04**

Hoeveel personen zijn er momenteel 15 uur of meer per week werkzaam in uw bedrijf?<sup>2</sup>

Enq.: De eigenaar/directeur, de bedrijf/vestigingsleider en eventuele meewerkende gezinsleden meerekenen.

### **Vraag 06**

Maakt uw bedrijf deel uit van een samenwerkingsverband, van een keten of van geen van beide?

- 1: Ja, samenwerkingsverband / inkooporganisatie
- 2: Ja, keten
- 3: Nee, geen van beide
- 4: Anders, te weten ...

<sup>1</sup> Bij alle vragen was ook een optie 'weet niet / wil niet zeggen'. Deze is hier niet weergegeven.

<sup>2</sup> Voor ondernemers die in een nevenvestiging werkzaam waren, is de vragenlijst zo geprogrammeerd dat het woord 'bedrijf' vervangen werd door 'vestiging'

**Vraag 08**

Ik noem u nu enkele betaalmiddelen. Met welke daarvan konden klanten in 2006 bij u betalen? Was dat met...

Enq.: LEES OP EN CODEER

- 1: Contant geld (euro's)
- 2: Buitenlands contant geld (Eng. ponden, dollars etc.)
- 3: Pinpas
- 4: buitenlandse Pinpas
- 5: Chipknip
- 6: Creditcard
- 7: Overschrijvingen via rekening
- 8: Dinerbonnen, hotelbonnen etc.
- 9: Andere betaalwijzen, namelijk ....

**Vraag 09****Als Vraag 08 is 6**

Welke TYPEN creditcards accepteert u allemaal? Is dat..

Enq.: LEES OP EN CODEER

Enq.: De Postbankcard is bijvoorbeeld een Mastercard

Enq.: Maestro is GEEN creditcard, maar de buitenlandse variant van onze Pinpas

- 1: Mastercard
- 2: VISA Card
- 3: American Express (AMEX)
- 4: Diners Club Card
- 5: Andere typen creditcards, namelijk...

**Vraag 10**

Via welke bank handelde u (of uw hoofdkantoor) uw zakelijke betalingsverkeer vorig jaar, in 2006, hoofdzakelijk af? Was dat de...

- 1: ABN-AMRO
- 2: Fortis bank
- 3: ING bank
- 4: Postbank
- 5: Rabobank
- 6: SNS Bank
- 7: Andere bank, namelijk...

**Vraag 11INTRO**

Dan volgen nu enkele vragen over uw weekomzet en het gemiddelde aankoopbedrag van uw klanten. Als u deze vraag al in de aankondigingsbrief heeft beantwoord, zou u die er dan bij willen nemen?

**Vraag 11**

Zou u een schatting kunnen geven van de gemiddelde weekomzet, inclusief BTW, in 2006?

**Vraag 12**

En zou u een schatting kunnen geven van het gemiddelde aantal betalende klanten per week in 2006?

Enq.: Probeer respondent eventueel te helpen, meer dan 500 klanten, minder dan 200, etc. om tot schatting te komen.

**Vraag 13**

Zou u een schatting kunnen geven van het gemiddelde aankoopbedrag per klant in 2006?

**Vraag 13A**

*[Alleen als het verschil tussen vraag 13 en vraag 11 gedeeld door vraag 12, hoger is dan een factor 1,25 of lager dan een factor 0,8.]*

Wanneer ik de door uw opgegeven weekomzet in 2006 deel door het gemiddeld aantal betalende gasten in 2006, kom ik op een ander gemiddeld aankoopbedrag per klant in 2006 uit dan u zojuist heeft aangegeven. Namelijk <bedrag> euro terwijl u zojuist <bedrag> euro opgaf. Klopt dit of zijn de gegevens misschien niet goed genoteerd?

Enq.: Noteer eventuele verklaring of corrigeer getallen hier.

**Vraag 13D**

Hoeveel bedroeg de totale omzet, inclusief BTW, van uw bedrijf in 2006?

**Vraag 15INTRO**

Ik ga u nu vragen welk percentage van de klanten in 2006 gebruik maakte van de verschillende betaalmiddelen. Als u deze vraag al in de aankondigingsbrief heeft beantwoord, zou u die er dan bij willen nemen?

**Vraag 15X**

Hoeveel procent van de betalende klanten gebruikte in 2006 ....[Enq.: Lees optie voor] .. om af te rekenen?

Enq.: NOTEER PERCENTAGES, MOET OPTELLEN TOT 100%

- % contant geld (euro's en buitenlands)
- % Pinnen, inclusief Maestro
- % Chipknip
- % Creditcard
- % een overschrijving via rekening
- % Dinerbonnen, hotelbonnen e.d.
- % op een andere wijze betaald

-----  
% totaal

**Vraag 20INTRO**

Dan wil ik nu enkele vragen stellen over de wijze waarop u in uw bedrijf omgaat met contant geld.

**Vraag 20**

*[Als geen contant geld dan door naar Vraag 16X1]*

Hoeveel kassa's waren er vorig jaar - in 2006 - in uw bedrijf?

**Vraag 21**

Beschikt u in uw bedrijf of thuis over een of meerdere kluizen om de dag- of weekomzet tijdelijk in te bewaren?

- 1: Ja
- 2: Nee

**Vraag 21A**

*[Als Vraag 21 is 1]*

Hoeveel van deze kluizen heeft u in uw bedrijf of thuis?

**Vraag 22**

Beschikt u in uw bedrijf over een of meerdere apparaten om eurobiljetten te controleren op echtheid?

- 1: Ja
- 2: Nee

**Vraag 22A**

*[Als Vraag 22 is 1]*

Hoeveel van deze apparaten heeft u in uw bedrijf of thuis?

**Vraag 22C**

*[Als Vraag 22A is 1]*

Heeft u de apparaten gekocht, gehuurd of gekregen?

**Vraag 22D**

Hoeveel kluisjes bij de kassa om grote eurobiljetten in op te bergen heeft u in uw bedrijf?

**Vraag 23A**

Wordt de weekomzet bij u afgehaald door een professionele waardetransporteur of brengt u het zelf weg?

1: Via een professionele waardetransporteur (bv. Brinks, Geldnet)

2: Zelf

**Vraag 23B**

*[Als Vraag 23A is 2]*

Brengt u het geld naar de balie van de bank, naar de geld- of afstortautomaat van de bank, naar de nachtkluis of naar een sealbagautomaat van de bank?

1: balie van de bank (kas)

2: geld- of afstortautomaat van de bank

3: nachtkluis

4: sealbagautomaat van de de bank

**Vraag 24**

Hoeveel keer per week stort u het contante geld van uw bedrijf af?

*[Als Vraag 23A is 1, formuleer vraag dan als volgt:]*

Hoeveel keer per week wordt het contante geld door de waardetransporteur opgehaald?

*[Als Vraag 23A is 1 dan door naar Vraag 26]*

**Vraag 25**

Door wie wordt het contante geld doorgaans afgestort?

1: ondernemer/eigenaar

2: bedrijf/vestigingsleider

3: ander personeelslid

4: anders, namelijk ...

**Vraag 26**

Hoe biedt u de bankbiljetten meestal aan uw bank aan? Is dat..

1: gekopt, gesorteerd en gebundeld (=schone storting)

2: ongesorteerd door elkaar (= vuile storting)

**Vraag 27**

Hoeveel tijd, uitgedrukt in minuten, kost het u of uw personeel gemiddeld om het geld af te storten bij uw bank? Het gaat om de enkele reistijd met het vervoermiddel dat doorgaans daarvoor wordt gebruikt.

**Vraag 28**

Hoeveel geld wordt gemiddeld per keer afgestort?

*[Als Vraag 23A is 1, formuleer vraag dan als volgt:]*

Hoeveel geld wordt gemiddeld per keer afgehaald door de transporteur?

**Vraag 29A**

*[Als het afgestorte bedrag per week (v24 x V28) groter is dan vraag 11]*

Als ik het aantal keer dat u afstort per week vermenigvuldigt met het gemiddelde afstortbedrag dan kom ik uit op een bedrag van € <bedrag> dat per week wordt afgestort. Eerder heeft u echter aangegeven een gemiddelde weekomzet van € <bedrag> te hebben. Hoe verklaart u dit verschil? Heb ik de gegevens wel goed genoteerd?

Enq.: Noteer eventuele verklaring of corrigeer getallen hier.

**Vraag 29**

Hoeveel procent van de contante geldomzet van uw bedrijf stort u NIET af, maar gebruikt u voor het contant betalen van leveranciers, privé-uitgaven e.d.?

**Vraag 30**

*[Als Vraag 23A is 1]*

Wat heeft u in 2006 betaald aan de door u gebruikte professionele waardetransporteur, zoals Brinks en Geldnet?

**Vraag 30A**

Hoeveel sealbags gebruikt u gemiddeld per maand?

**Vraag 16X1**

In het algemeen is het zo dat het gemiddelde Pinbedrag hoger ligt dan het gemiddelde bedrag bij contante betalingen. Is dat bij uw bedrijf ook het geval?

- 1: ja  
2: nee

*[Als 1 betaalmiddel genoemd dan door naar Vraag 18INTRO]*

**Vraag 16X2**

*[Als contante betalingen mogelijk zijn]*

Zou u een schatting kunnen geven van het gemiddelde aankoopbedrag van klanten die met contant geld hebben betaald?

**Vraag 16X3**

*[Als Pinbetalingen mogelijk zijn]*

Zou u ook een schatting kunnen geven van het gemiddelde aankoopbedrag van klanten die met een Pinpas hebben betaald?

**Vraag 16X4**

*[Als creditcardbetalingen mogelijk zijn]*

Zou u een schatting kunnen geven van het gemiddelde aankoopbedrag van klanten die met een creditcard hebben betaald?

**Vraag 16XINTR**

Eerder heeft u aangegeven welk percentage van de klanten gebruikt maakt van welk betaalmiddel. Nu wil ik u vragen de OMZET van 2006 te verdelen over de verschillende betaalwijzen die bij u mogelijk zijn. Als u deze vraag in de aankondigingsbrief heeft beantwoord, zou u die er dan bij willen nemen?

**Vraag 16X**

Hoeveel procent van de omzet in 2006 was afkomstig van klanten die betaalden met .....[Enq.: Lees optie voor]?

Enq.: NOTEER PERCENTAGES, MOET OPTELLEN TOT 100%

- % contant geld (euro's en buitenlands)
- % Pinnen, inclusief Maestro
- % Chipknip
- % Creditcard
- % een overschrijving via rekening
- % Dinerbonnen, hotelbonnen e.d.
- % een andere wijze
- 
- % totaal

*[Als geen creditcardbetalingen mogelijk zijn, dan door naar Vraag 19]*

**Vraag 18INTRO**

U gaf eerder aan dat een percentage van de omzet in uw bedrijf afkomstig is van betalingen met creditcards. Als u deze omzet op 100% stelt, zou u die omzet nader kunnen verdelen over de door u geaccepteerde creditcards?

**Vraag 18X**

Hoeveel procent van de creditcardomzet in 2006 was afkomstig van klanten die betaalden met een .....Enq.: LEES OP ?

Enq.: NOTEER NIEUWE PERCENTAGES, MOET OPTELLEN TOT 100%

% Mastercard  
% VISAcad  
% American Expres  
% Diners Club Card  
% via overige creditcards

-----  
% totaal

**Vraag 19**

Hoeveel provisie heeft u in 2006 betaald aan creditcardmaatschappijen voor de betalingen die gedaan zijn met creditcards?

Enq.: Het gaat om alle creditcardmaatschappijen tezamen. Pin- en Maestro-provisies dient u niet mee te rekenen.

Enq.: Weet men alleen provisie in procenten tik dan 777777

**Vraag 19A**

*[Als Vraag 19 is 777777]*

Hoeveel provisie heeft u in 2006 betaald aan creditcardmaatschappijen voor de betalingen die gedaan zijn met creditcards?

Provisie in %:

**Vraag 31**

Hoe komt u in uw bedrijf aan wisselgeld? Is dat...

- 1: van de bank of postkantoor aan de balie
- 2: van de bank, via de muntrollenautomaat
- 3: van de bank, via de professionele waardetransporteur
- 4: niet via de bank, maar ...

**Vraag 31A**

Moet u provisie betalen voor het wisselgeld dat uw bedrijf nodig heeft?

- 1: Ja
- 2: Nee

*[Als Vraag 31A is groter dan 1 dan door naar Vraag 34]*

**Vraag 32**

Hoe vaak per maand haalt u wisselgeld op of laat u het bezorgen?

**Vraag 33**

En voor welk bedrag per keer haalt u wisselgeld op of laat u het bezorgen?

**Vraag 34**

Heeft u een geldverzekering afgesloten?

**Vraag 35**

Heeft u in 2006 te maken gehad met gelddiefstal in uw bedrijf?

- 1: Ja
- 2: Nee

**Vraag 35A**

*[Als Vraag 35 is 1]*

Hoeveel euro's bent u in 2006 kwijtgeraakt door gelddiefstal? We bedoelen het geld dat niet is teruggekregen via de verzekering.

**Vraag 36INTRO**

*[Als en geen Pin- en geen Chipknip – en geen creditcardbetalingen mogelijk zijn, dan door naar Vraag 42INTRO]*

Nu volgen enkele vragen die te maken hebben met het betalen via de Pinpas, Chipknip of creditcard.

**Vraag 36**

Hoeveel vaste betaalautomaten had u in 2006 in uw bedrijf?

**Vraag 37**

Hoeveel van de vaste betaalautomaten zijn in eigendom, hoeveel zijn gehuurd en hoeveel zijn er geleasd?

**Vraag 39**

Van wat voor soort verbinding maakt u in uw bedrijf gebruik bij het betalen met de vaste betaalautomaten?

- 1: via een gewone, analoge telefoonlijn
- 2: via een ISDN-verbinding
- 3: via een ADSL (VPN)-verbinding
- 4: via een X-25 netwerk
- 5: andere soort verbinding, namelijk..

**Vraag 36A**

En hoeveel mobiele betaalautomaten had u in 2006 in uw bedrijf?

**Vraag 37A**

Hoeveel van de mobiele betaalautomaten zijn in eigendom, hoeveel zijn gehuurd en hoeveel zijn er geleased?

**Vraag 38**

Heeft u een onderhoudscontract voor deze betaalautomaten?

**Vraag 39A**

*[Als Vraag 39 is 3]*

Wordt de ADSL-verbinding alleen gebruikt voor Pinnen of ook voor andere zaken zoals internet en het alarm?

- 1: Alleen voor Pinnen
- 2: Ook voor andere zaken

**Vraag 41**

Laat u de klanten betalen wanneer ze beneden een bepaald bedrag willen Pinnen?

- 1: Ja
- 2: Nee

**Vraag 41A\_1**

*[Als Vraag 41 is 1]*

Onder welk bedrag is dat dan?

**Vraag 41A\_2**

*[Als Vraag 41 is 1]*

En welk bedrag moet men dan betalen?

**Vraag 41B**

*[Als Vraag 41 is 1]*

Hoeveel bedraagt het totale bedrag dat u in 2006 bij uw klanten in rekening heeft gebracht voor het Pinnen?

**Vraag 41C**

*[Als geen creditcardbetalingen mogelijk zijn dan door naar Vraag 41F]*

Brengt u de klanten een bedrag in rekening wanneer ze beneden een bepaald bedrag willen betalen via een creditcard?

- 1: Ja
- 2: Nee

**Vraag 41D\_1**

*[Als Vraag 41C is 1]*

Onder welk bedrag is dat dan?

**Vraag 41D\_2**

*[Als Vraag 41C is 1]*

En welk bedrag moet men dan betalen?

**Vraag 41E**

*[Als Vraag 41C is 1]*

Hoeveel bedraagt het totale bedrag dat u in 2006 bij uw klanten in rekening heeft gebracht voor het betalen met een creditcard?

**Vraag 41F**

Heeft u in 2006 last gehad van fraude bij elektronische betalingen via de Pinpas of creditcard?

- 1: ja
- 2: nee

**Vraag 41G**

*[Als Vraag 41F is 1]*

Kunt u een schatting geven van de financiële schade in 2006 door deze vorm van fraude?

**Vraag 42INTRO**

Zoals in de aankondigingsbrief al is vermeld, zijn er rond het betalingsverkeer verschillende activiteiten die de ondernemer wekelijks moet doen. Ik noem u die activiteiten. Kunt u telkens aangeven hoeveel minuten u of uw personeel gemiddeld per week aan die activiteit besteedt?

**Vraag 42\_1**

Hoeveel minuten besteedt u gemiddeld per week aan het 's ochtends bedrijfsklaar maken van de kassa's?

**Vraag 42\_2**

Hoeveel minuten besteedt u gemiddeld per week aan het 's avonds legen en opmaken van de kassa's?

**Vraag 42\_3**

Hoeveel minuten besteedt u gemiddeld per week aan het verzendklaar maken van de dag- en/of weekopbrengsten?

**Vraag 42\_4**

Hoeveel minuten besteedt u gemiddeld per week aan het op peil houden van het wisselgeld?

**Vraag 42\_5**

Hoeveel minuten besteedt u gemiddeld per week aan het aanvullen van de kassarollen?

**Vraag 42\_6**

*[Als geen elektronische betalingen dan door naar Vraag 42\_7]*

Hoeveel minuten besteedt u gemiddeld per week aan het aanvullen van de printrollen van de betaalautomaten?



**Vraag 42\_7**

*[Als creditcardbetalingen]*

Hoeveel minuten besteedt u gemiddeld per week aan de administratie rondom creditcardbetalingen, zoals het bewaren van de bonnetjes?

**Vraag 42\_8A**

Besteedt u verder nog tijd aan andere backoffice-activiteiten die ik nog niet genoemd heb?

1: ja, namelijk...

2: nee

**Vraag 42\_8**

*[Als Vraag 42\_8A is 1]*

Hoeveel minuten besteedt u gemiddeld per week aan deze overige activiteiten?

**Vraag 42E**

U heeft net aangegeven per week de meeste tijd te besteden aan de volgende 2 activiteiten [activiteit 1, activiteit 2]. Stel nu dat uw weekomzet verdubbelt. Hoeveel minuten EXTRA zou u dan per week kwijt zijn aan deze twee backoffice-activiteiten?

**Vraag 43INTRO**

In de voorgaande vragen zijn al verschillende apparaten aan de orde gekomen die u in uw bedrijf nodig heeft om het geld van uw klanten veilig te bewaren. Ik noem u er een paar: de kassa's, de kluisjes bij de kassa's, apparatuur om vals geld op te sporen, een geldkluis.

**Vraag 43**

Heeft u in uw bedrijf nog andere apparatuur die u speciaal heeft aangeschaft voor de beveiliging van uw geld?

Enq.: Gedacht kan worden aan beveiligingsapparatuur, verdwijndozen, kokersystemen om geld weg te sluizen, speciale telruimten.

1: Ja, namelijk ....

2: Nee

**Vraag 44**

Eerder in het vraaggesprek heeft u aangegeven hoe uw klanten in 2006 gebruik hebben gemaakt van de verschillende betaalmiddelen. Bent u tevreden met de huidige verdeling of zou u liever een andere verdeling over de betaalmiddelen willen hebben?

1: Tevreden

2: Liever andere verdeling

**Vraag 44a**

*[Als Vraag 44 is 2]*

Wat voor verdeling zou u dan liever willen hebben?

**Vraag 45INTRO**

Tot slot van dit interview wil ik nog enkele persoonlijke vragen aan u stellen.

**Vraag 45**

Wat is uw functie binnen uw bedrijf?

1: eigenaar

2: directeur

3: partner van eigenaar/directeur

4: filiaal- of bedrijf/vestigingsleider

5: anders, namelijk ....

**Vraag 46**

Ik noem een aantal persoonskenmerken op. Kunt u aangeven welk kenmerk het meest op u van toepassing is? Is dat...

- 1: professioneel
- 2: ambitieus
- 3: doelgericht
- 4: sociaal
- 5: behoudend/voorzichtig
- 6: enthousiast
- 7: vakmanschap
- 8: creatief
- 9: plezier in het werk
- 10: geen van bovenstaande

*[Als Vraag 46 is 10 dan door naar Vraag 47]*

**Vraag 46A**

En welk kenmerk is daarna het meest op u van toepassing?

**Vraag 47**

Welke van de volgende zes doelstellingen vindt u voor uw bedrijf het belangrijkste? Is dat...

- 1: groei
- 2: maken van winst
- 3: continuïteit
- 4: zelfstandigheid
- 5: iets bereiken op eigen vakgebied
- 6: klanttevredenheid
- 7: geen echte doelstelling
- 8: geen van deze

*[Als Vraag 47 is groter dan 6 dan door naar Vraag 48INTRO]*

**Vraag 47A**

En welke doelstelling vindt u daarna het belangrijkste?

**Vraag 48INTRO**

Dan volgen nu zes stellingen die betrekking hebben op uw rol als ondernemer of manager. Kunt u per stelling aangeven of die helemaal, in hoge mate, enigszins, nauwelijks of helemaal niet van toepassing is op u?

**Vraag 48**

"Ik ben een echte vakman. Mijn liefde voor het vak is groter dan mijn streven naar winst."

**Vraag 48A**

"Ik heb nog nauwelijks contact met mijn klanten. Daar heb ik mijn mensen voor."

**Vraag 48B**

"Het leukste aan mijn werk vind ik dat ik eigen baas ben."

**Vraag 48C**

"Ik voel me niet echt een ondernemer, ik ben meer met mijn hobby bezig."

**Vraag 48D**

"Er zit weinig toekomst in mijn bedrijf, nog een paar jaar en dan stop ik ermee."

Enq.: Het gaat om het bedrijf, niet om de ondernemer. Als de ondernemer gaat stoppen (pensioen), kan er nog wel toekomst in het bedrijf zitten.

**Vraag 48E**

"Veranderingen probeer ik zo veel mogelijk te vermijden. Pas als ik er echt niet onderuit kan, ga ik erin mee."

Is dit op u ...

- 1: helemaal van toepassing
- 2: in hoge mate
- 3: enigszins
- 4: nauwelijks
- 5: helemaal niet van toepassing
- 6: weet niet/ wil niet zeggen

**Vraag 50**

Wanneer wij in de nabije toekomst nog enkele gegevens die u ons heeft gegeven willen checken, mogen wij u daarvoor dan nog eens benaderen?

- 1: Ja
- 2: Nee

**Vraag gesl**

Enq.: NOTEER GESLACHT

- 1: man
- 2: vrouw

**Afsluiting**

Dan waren dit al mijn vragen. Ik dank u hartelijk voor uw medewerking aan dit onderzoek en ik wens u nog een prettige dag/avond.



## BIJLAGE II Kostenbegrippen

### *Kosten van het betalingsverkeer:*

Onder kosten van het betalingsverkeer bij toonbankinstellingen worden verstaan: de kosten van toonbankinstellingen die samenhangen met het gebruik van door hen geaccepteerde betaalmiddelen.

In het kostenmodel worden de kosten van het betalingsverkeer verdeeld naar interne en externe kosten.

### *Interne kosten*

Interne kosten worden in het kostenmodel gedefinieerd als kosten die in de onderneming zelf ontstaan als gevolg van het accepteren van toonbankbetaalmiddelen. In het kostenmodel worden zeven interne kostencomponenten onderscheiden: frontoffice-kosten, backoffice-kosten, kosten van het eigen geldvervoer, kosten van gelddderving, kosten ten gevolge van rentederving bij het afstorten van contant geld, vaste kosten van betaalapparatuur en vaste kosten van randapparatuur.

### *Externe kosten*

Externe kosten worden in het kostenmodel gedefinieerd als kosten die de ondernemer met betrekking tot het betalingsverkeer gefactureerd krijgt van externe partijen, zoals financiële instellingen, verzekeraars, geldtransportbedrijven, leveranciers van betaalterminals en telecomleveranciers. In het kostenmodel worden acht externe kostencomponenten onderscheiden: bankkosten, kosten van professioneel geldtransport, rentederving als gevolg van valutering, Pin-kosten aan bank, Chipknip-kosten aan bank, Creditcardkosten, Telecommunicatiekosten en verzekeringskosten

In het kostenmodel zijn de kosten van het betalingsverkeer ook verdeeld naar vaste kosten, naar variabele, transactiegerelateerde kosten en naar variabele, omzetgerelateerde kosten.

### *Vaste kosten*

In het kostenmodel worden onder *vaste kosten* die kosten verstaan die niet in omvang veranderen wanneer het aantal transacties of de omzet verandert. Het gaat hierbij om: het eigen geldtransport, abonnement telecommunicatie Pin, abonnement telecommunicatie chip, batchverwerking Chipkniptransacties en abonnement telecommunicatie creditcard. Verder gaat het om een deel van de afschrijvingskosten van de kassalade, afschrijvingskosten valsgelddetector, afschrijvingskosten kluis, betaalapparatuur Pin, abonnementskosten betaalapparatuur Pin, betaalapparatuur chip, abonnementskosten betaalapparatuur chip, betaalapparatuur creditcard, en de backoffice-kosten

### *Variabele, transactiegerelateerde kosten*

Naast vaste kosten worden in het kostenmodel *variabele, transactiegerelateerde kosten* onderscheiden. Dit zijn kosten die per transactie vast zijn maar wel in omvang veranderen wanneer het aantal transacties dat met een bepaald betaalmiddel wordt betaald toe- of afneemt. Deze kosten zijn daarentegen niet afhankelijk van de hoogte van het bedrag dat wordt afgerekend. Het gaat hierbij om: frontoffice-kosten, kosten voor wisselgeld, tariefkosten Pin, tarief telecommuni-

catie Pin, tariefkosten Chipknip, tarief telecommunicatie chip en tarief telecommunicatie creditcard. Verder gaat het om een deel van de afschrijvingskosten kassa-lade, afschrijvingskosten valsgelddetector, afschrijvingskosten kluis, betaalapparatuur Pin, abonnementskosten betaalapparatuur Pin, betaalapparatuur chip, abonnementskosten betaalapparatuur chip, betaalapparatuur creditcard en backoffice-kosten.

#### *Variabele, omzetgerelateerde kosten*

Verder worden in het kostenmodel *variabele, omzetgerelateerde kosten* onderscheiden. Hierbij gaat het om kosten die afhankelijk zijn van de hoogte van het afgerekende bedrag. Als het af te rekenen bedrag wijzigt, veranderen deze kosten ook. Het gaat hierbij om: rentederving als gevolg van valuteringskosten, kosten ten gevolge van rentederving bij het afstorten van contant geld, geldderving, professioneel geldtransport, afstorten contant geld, verzekeringskosten, provisie creditcardmaatschappijen. Verder gaat het om een deel van de backoffice-kosten.

Hieronder staan alle kostenposten vermeld die zowel op contant als op elektronisch geld betrekking hebben (zie ook tabel 17).

#### *1. Backoffice-kosten*

Personeelskosten verbonden aan het 's ochtends bedrijfsklaar maken van de kassa's, aan het 's avonds legen en opmaken van de kassa's, aan het verzendklaar maken van de dag- en/of weekopbrengsten, aan het op peil houden van het wisselgeld, aan het aanvullen van de kassarollen, aan het aanvullen van de printrollen van de betaalautomaten, aan de administratie rondom creditcardbetalingen, zoals het bewaren van de bonnetjes, aan andere betalingsverkeer gerelateerde backoffice-activiteiten.

#### *2. Frontoffice-kosten*

De in geld uitgedrukte tijd (personeelskosten) die verbonden is aan het feitelijke afrekenen, dat wil zeggen de tijd tussen het moment waarop aan de consument kenbaar is gemaakt wat het totaal af te rekenen bedrag is en het moment waarop de consument kassabon, wisselgeld, betaalpas, Airmiles, zegels en eventuele andere bescheiden in ontvangst heeft genomen (einde van de kassahandeling).

#### *3. Rentederving*

Gemiste rente-inkomsten over het ontvangen geld dat niet direct wordt afgestort bij de bank.

#### *4. Valutering*

Gemiste rente-inkomsten ten gevolge van het door de bank voor de berekening van creditrente buiten beschouwing laten van de periode tussen de transactiedatum en de datum van bijschrijving op de rekening.

Hieronder staan alle kostenposten vermeld die betrekking hebben op contant betalen.

#### *5. Eigen geldtransport*

De in geld uitgedrukte tijd (minuten x personeelskosten) die besteed wordt aan het naar de bank brengen van het in het bedrijf ontvangen contante geld.

*6. Afschrijvingskosten betaalapparatuur contant geld*

Afschrijvingskosten voor aanwezige kassalades, valsgegeldetectoren en kluizen of brandkasten.

*7. Wisselgeldprovisies*

Door banken in rekening gebrachte kosten, verbonden aan het betrekken van wisselgeld bij de banken ten behoeve van contante betalingen.

*8. Geldderving (inclusief fouten bij het teruggeven van wisselgeld)*

Diefstal en/of roof van geld door klanten, personeel, leveranciers en/of andere bezoekers van de winkel. Voorts negatieve kasverschillen als gevolg van het teruggeven van te veel wisselgeld.

*9. Professioneel geldtransport*

De kosten die gemaakt worden voor het uitbesteden van het vervoer van geld aan professionele geldtransportbedrijven (Brinks, Geldnet).

*10. Afstorten contant geld*

Kosten die gemaakt moeten worden voor het afstorten van contant geld bij de bank.

*11. Verzekeringskosten*

Door verzekeraars in rekening gebrachte premies voor geldverzekeringen.

Hieronder staan alle kostenposten vermeld die betrekking hebben op Pinbetalingen.

*12. Afschrijvings- en onderhoudskosten betaalautomaten*

Vast bedrag per jaar per betaalautomaat.

*13. Abonnementkosten betaalautomaten*

Vaste maandtarieven voor gebruik betaalapparatuur aan de bank.

*14 Abonnementkosten datacommunicatie*

Vaste maandtarieven voor datacommunicatie via het analoge net, IDSN en ADSL aan KPN.

*15 Tariefkosten Pinbetalingen*

De door banken in rekening gebrachte kosten voor autorisatie en verwerking van Pinbetalingen (tarieven per transactie) inclusief de daarin verdisconteerde staf-felkortingen.

*16. Tariefkosten datacommunicatie Pinbetalingen*

De door KPN in rekening gebrachte kosten voor datacommunicatie (per transactie) in verband met Pinbetalingen via het analoge net, IDSN en ADSL

Hieronder staan alle kostenposten vermeld die betrekking hebben op Chipknipbetalingen.

*17. Afschrijvings- en onderhoudskosten betaalautomaten*

Vast bedrag per jaar per betaalautomaat.

*18. Abonnementkosten betaalautomaten (Pinnen, chippen, creditcard)*

Vaste maandtarieven voor gebruik betaalapparatuur aan de bank

*19 Abonnementkosten datacommunicatie*

Vaste maandtarieven voor datacommunicatie via het analoge net, IDSN en ADSL aan KPN.

*20 Tariefkosten Chipknipbetalingen*

De door banken in rekening gebrachte kosten voor autorisatie en verwerking van Chipknipbetalingen (tarieven per transactie) inclusief de daarin verdisconteerde staffelkortingen.

*21. Tariefkosten datacommunicatie Chipknipbetalingen*

De door KPN in rekening gebrachte kosten voor datacommunicatie (per transactie) in verband met Chipknipbetalingen via het analoge net, IDSN en ADSL.

*22. Batchverwerking Chipkniptransacties*

Kosten die door KPN in rekening worden gebracht ten behoeve van datacommunicatie van chiptransacties die als batches aan de banken worden aangeboden.

Hieronder staan alle kostenposten vermeld die betrekking hebben op creditcardbetalingen.

*23. Afschrijvings- en onderhoudskosten betaalautomaten (Pinnen, chippen, creditcard)*

Vast bedrag per jaar per betaalautomaat.

*24 Abonnementkosten datacommunicatie (Pinnen, chippen, creditcard)*

Vaste maandtarieven voor datacommunicatie via het analoge net, IDSN en ADSL aan KPN.

*25. Tariefkosten datacommunicatie creditcardbetalingen*

De door KPN in rekening gebrachte kosten voor datacommunicatie (per transactie) in verband met creditcardbetalingen via het analoge net, IDSN en ADSL.

*26. Provisie creditcardmaatschappijen*

De bedragen die ondernemers aan creditcardmaatschappijen betalen over de waarde van de met creditcards afgerekende transactiebedragen.



## BIJLAGE III Aantal bedrijven en verkooppunten

In de onderstaande tabel is weergegeven hoeveel ondernemingen en vestigingen er in de gevestigde detailhandel, de ambulante handel, de horeca en de benzinehandel actief waren op 1 januari 2006.

De gegevens over de gevestigde detailhandel, de ambulante handel en de tankstations zijn afkomstig van het CBS. Het aantal ondernemingen en vestigingen is afhankelijk van de gehanteerde definitie. Het CBS gaat uit van de aantallen op basis van de hoofdactiviteit (detailhandel, ambulante handel of benzinestations). De gegevens over de horeca zijn afkomstig van het Bedrijfschap Horeca en Catering.

Deze gegevens over 2006 zijn gebruikt als 'kernwaarden' voor dit onderzoek.

Aantal actieve ondernemingen en vestigingen per 1 januari 2006

<i>Sector</i>	<i>aantal ondernemingen</i>	<i>aantal vestigingen</i>
gevestigde detailhandel	63.042	88.041
ambulante handel	17.812	18.358
horeca	37.350	46.231
tankstations	1.197	2.273

*Bron: CBS en Bedrijfschap Horeca en Catering.*

Het aantal actieve ondernemingen in zowel de detailhandel als de benzinebranche is in de afgelopen 5 jaar gedaald. Binnen de ambulante handel is ten opzichte van 2002 nauwelijks sprake van een toename of daling, echter in de tussengelegen jaren schommelde het aantal bedrijven wel. De horeca kent een stijging van het aantal bedrijven ten opzichte van 2002.