

De telecommunicatiesector als 'nieuwe' aanbieder

Nieuwe toetreders doen hun intrede op de betaalmarkt, welke geen exclusief domein voor banken meer is. Zo bracht de opkomst van de mobiele telefoon een duidelijk eigen rol voor telecom-operators. Binnen vijf jaar worden er waarschijnlijk meer betalingen via het SMS- of MMS-kanaal verricht dan met het bancaire PIN-systeem.

De economische theorie leert dat ontwikkelingen in informatie- en communicatietechnologie de drempel voor nieuwe toetreders verlagen.¹ Aldus kennen we nu de Payment Service Providers op het Internet, de mobiele operators met SMS-betalingen en binnenkort ook de openbaar vervoer bedrijven en hun contactloze chipkaart. Van deze aanbieders, springt de telecommunicatie-sector het meest in het oog; reden om aan die sector een aparte bespreking te wijden.²

Betalen per telefoon: de 0800-090x informatienummers

Begin jaren negentig werd het mogelijk om te bellen naar 06-betaallijnen, ook wel bekend als sexlijnen. Er werd aan dit fenomeen veel geld verdiend en zelfs een Nederlandse film gewijd. KPN werd geconfronteerd met discussies over 06-verslaving en niet-incasseerbare vorderingen. En de banksector gebruikte de nieuwe telefoonstechniek om geautomatiseerde saldo-informatie aan klanten te verstrekken.³

Medio jaren negentig werden de 06-lijnen omgezet naar de 0800-090x informatienummers, zoals we die nu nog kennen. Bij de 0800 nummers kan de klant gratis informatie krijgen, bij 090x-nummers betaalt de klant via de telefoonrekening een extra bedrag voor de afname van de dienst. Deze zogeheten informatiediensten vinden gretig aftrek bij jonge en hoog

opgeleide gebruikers. Betaling geschiedt via de maandelijkse telefoonrekening of vanuit een vooruitbetaald tegoed (bij gebruikmaking van de mobiele telefoon).

De bloei van de betaalnummerindustrie werd in de jaren negentig overigens versterkt door de opkomst van het Internet. Ook nu was het de 'amusementsindustrie' die de eerste betaaltoepassing realiseerde. Men realiseerde de betaling voor de inhoud van erotische websites door de gebruiker met de Internet-PC in te laten bellen naar een 090x-betaalnummer. Ook de bestaande aanbieder op de markt, KPN, ontwikkelde een soortgelijk product met de naam Switch-Point.⁴

Betalen per mobiel: de opkomst van SMS, WAP en MMS

Bij de verdere introductie van mobiele telefoons bleek dat het SMS-en, het versturen van korte berichtjes, met name bij de jeugd zeer populair was. In vervolg hierop ontwikkelden de mobiele telecomoperators de mogelijkheid om met de SMS informatiediensten te verkrijgen. Als een klant bijvoorbeeld een SMS stuurt naar het verkorte SMS-nummer 2332 met de tekst 'tweelingen', krijgt zeer snel daarop een SMS gestuurd met daarin de voor die dag geldende horoscoop. De kosten daarvan (EUR 0,55) worden door middel van het zogeheten *reverse-charge billing*

¹ Groeneveld, J.M. en S.L. Lelieveldt, 'Marktwerking en ict in het bankbedrijf', *Economisch Statistische Berichten*, jrg 85, nr 4267, 25 aug 2000, p. 642-645.

² Met dank aan Arnold Cornelis, Martin Spinhoven en Leo van Hove voor hun commentaar op een eerdere versie.

³ Zie ook: L.F.F. Teunissen, 'Groeiende belangstelling voor banken voor Voice Response', *Bank- en Effectenbedrijf*, jrg 43, nr 7/8, pp 22-25 en: SCP, Digitalisering van de leefwereld (Cahier 167), Den Haag, 2000

⁴ Zie ook het artikel over mobiel betalen elders in dit themanummer.

MARKTOMVANG EN MARGES BIJ INFORMATIEDIENSTEN

De totale omvang van de markt voor informatienummers in 2002 wordt geschat op 1,75 miljard belminuten per jaar.⁵ Dit is 2 tot 3 % van het totale belverkeer in Nederland, ter waarde van 540 miljoen euro (exclusief BTW). Als we ervan uitgaan dat twee derde van deze markt betrekking heeft op 090x nummers, dan blijkt dat er voor EUR 360 miljoen aan dienstverlening plaatsvindt via deze nummers. Er is dan ook een levendige industrie ontstaan van dienstverleners die helpen met de inrichting van de betaallijnen (nummeraanspraak en -beheer, voice response applicaties, incassering etc). Een informatie-dienstverstreker is, bij een betaalnummer dat de klant EUR 0,70 cent per minuut kost, een bedrag van circa EUR 0,15 eurocent kwijt aan de back-officeprovider.⁶ Een bedrag van EUR 0,112 gaat naar belasting. Om winst te maken dient de dienstaanbieder te zorgen dat verdere kosten niet hoger worden dan EUR 0,438 per minuut. Efficiënte aanbieders slagen erin om die kosten te beperken tot EUR 0,20 per minuut zodat een opbrengst resteert van EUR 0,238 per minuut: een marge van circa 34 %.

'TELECOMOPERATORS SLAAGDEN ERIN MET SMS-BETAALDIENSTEN BINNEN ANDERHALF JAAR AL MEER KLANTBETALINGEN TE VERWERKEN DAN DE BANKEN NA ZEVEN JAAR EXPLOITATIE VAN HET CHIPKNIPSYSTEEM.'

door de klant aan de aanbieder betaald. De betaling gaat ten laste van het beltegoed of per rekening achteraf.

Een andere manier is het betalen voor getarifeerde informatiepagina's. Hiertoe dient de klant met de mobiele telefoon, voorzien van een WAP-browser (Wireless Application Protocol) een vereenvoudigde Internetachtige omgeving in te gaan. Hij kan doorklikken op bepaalde informatiediensten (bijvoorbeeld een artikel uit een krant) en deze betalen uit hetzij beltegoed, hetzij abonnement. In de bancaire sector werd deze techniek als eerste door Postbank toegepast om in samenwerking met Telfort de mogelijkheid te bieden om betaalopdrachten aan de Postbank te sturen.

Was de WAP-omgeving nog relatief eenvoudig, inmiddels hebben de aanbieders een eigen rij-

kere omgeving gemaakt met meer functionaliteit (beeld, geluid). Deze omgevingen gaan getooid onder de merken 'KPN i-mode', 'Vodafone-live' en 'T-zones' en bieden de gelegenheid tal van informatiediensten af te nemen. Voor het verzenden van beeld en geluid tussen gebruikers zijn de mobiele telefoons tegenwoordig uitgerust met MMS-functionaliteit. MMS staat voor Multimedia Messaging Service en is een soort SMS-functie voor verzending van beeld en geluid.

Net als destijds bij SMS, wordt ook op voor MMS hard gewerkt aan interoperabiliteit tussen gebruikers.⁷ Het is immers belangrijk dat de betaling en afrekening voor diensten op een zo gestandaardiseerd mogelijke manier gebeurt. Gefaciliteerd door een levendige service-industrie, kan de consument op dit moment dus via tal van kanalen betalen. Dit gebeurt hetzij op rekening (bij een abonnement of gebruik van 090x-informatienummers) hetzij door vooruitbetaling. En hoewel de SMS-betaling nog maar net twee jaar oud is, werd er in 2002 met 150 miljoen elektronisch geld betalingen al bijna twee keer vaker mee betaald dan met de Chipknip!

Conclusie en toekomstblik

Waar banken van oudsher de belangrijkste aanbieder van betaalinstrumenten zijn, is de afgelopen tien jaar in de telecommunicatiesector een aparte betaalserviceindustrie ontstaan. De opkomst van de mobiele telefoon bracht een duidelijk eigen rol voor telecomoperators. Zij slaagden er met hun SMS-betaaldiensten in om binnen anderhalf jaar al meer klantbetalingen te verwerken dan de banken na zeven jaar exploitatie van het Chipknipsysteem. Op grond hiervan verwacht ik dan ook dat binnen vijf jaar via het SMS- of MMS- kanaal meer betalingen worden verricht dan met het bancaire pinsysteem. En dat komt dan neer op een marktaandeel (in aantallen) van 20 à 25 % van het girale betalingsverkeer in Nederland.

Voor banken is het dan ook zaak om zich de technologie uit deze nieuwe markt goed eigen te maken en de eigen marktpositie te bepalen. Deels zal dit neerkomen op samenwerking, zoals bij het opladen van beltegoeden via de

⁵ Evaluatie 0800/090x nummerruimte, Devoteam Columbi, Zoetermeer, januari 2003.

⁶ In die EUR 0,15 cent zijn opgenomen: incassokosten van EUR 0,015 euro per gesprek en 4,5% van het door de beller te betalen bedrag. Bron: factsheet 0800/090x nummers van aanbieder Scarlet op <http://www.scarlet-internet.nl/layers-menu/0800-0900%20informatie-nummers.pdf>. Let wel: de incassokosten variëren per aanbieder.

⁷ Zo werd recent bekend dat MMS nu vanuit KPN ook kan plaatsvinden naar Vodafone en T-mobile. En T-mobile maakte bekend dat het zijn MMS-berichten nu ook kan sturen naar Telfort, KPN, Vodafone en Orange. Zie: Planet Multimedia, 20 november 2003, <http://www.planet.nl/planet/show/id=67777/contentid=420180/sc=acs5d2e>

MARKTOMVANG EN MARGES BIJ SMS-DIENSTEN IN NEDERLAND

Volgens schattingen van 1.1a2, de Vereniging van Elektronisch Geld Instellingen in Nederland, bedroeg in 2002 de SMS-omzet voor informatiediensten zo'n EUR 150 miljoen. Bij een gemiddelde prijs van 0,55 eurocent per bericht betreft het 272 miljoen SMS-berichten. Hiervan zijn er 150 miljoen te zien als elektronisch-gelddbetaling.⁸ Naast deze betalingen zijn er 1728 miljoen persoonlijke SMS-berichten gestuurd voor een bedrag van EUR 380 miljoen.⁹ In totaal is dus in Nederland in 2002 een SMS-omzet gehaald van EUR 520 miljoen euro bij een totaal van 2 miljard berichten.¹⁰ Ten aanzien van de marges maakte de Franse consumentenorganisatie UFC-Que Choisir onlangs bekend dat de SMS-jes tussen gebruikers onderling een marge van 80% kennen.¹¹ Verder bleek uit een artikel van Peter Olsthoorn in E-merce de marge bij SMS-jes voor informatiediensten omstreeks 40%.¹² Bij de hierboven genoemde omzetschatting verdienden de telecombedrijven in 2002 dus circa EUR 250 miljoen op het onderlinge SMS-verkeer tussen gebruikers en 60 miljoen voor SMS-informatiediensten (ook wel premium SMS genoemd).

bancaire creditcard, via de voice-responsetoevoeging van de bank of via de betaalterminal in de winkel. Maar er zal ook sprake zijn van concurrentie op het vlak van betaalproducten en het bieden van mobiele toegang tot de bankrekening.

De nieuwe spelers staan voor de taak om snel de leercurve van het betalingsverkeer op te klimmen. Zij zullen worden geconfronteerd met thema's als standaardisatie, beveiliging en aansprakelijkheid, concurrentietoezicht op merchant-tarieven en het voldoen aan eisen uit bancaire toezicht. Dit 'invaren' van de nieuwe telecomspelers in de bancaire markt verloopt overigens niet zonder slag of stoot. Dit blijkt wel uit de recente discussie over beltegoeden van mobiele operators.¹³

Voor alle marktpartijen is zonneklaar dat sprake is van elektronisch geld ('een geldswaarde op een elektronische drager') dat gebruikt kan worden voor betaling aan derden (de SMS-informatiediensten). De consequentie is dat deze aanbieders als elektronisch-geldinstellingen (egi's) onder bancaire toezicht vallen. Ook moeten de betreffende beltegoeden (net zoals dat bij de Chipknip het geval is) op verzoek van de klant worden terugbetaald. Zowel mobiele operators, de Nederlandsche Bank als de Auto-

riteit Financiële Markten, durven die gevolgen echter maar met moeite te accepteren.¹⁴ Omdat er zowel in Europa als Nederland geen formele juridische gronden te vinden zijn voor het in stand houden van de huidige ongelijke behandeling van bedrijven die hetzelfde bedrijfsproces uitoefenen, verwacht ik dat de Nederlandse bancaire toezichthouders op niet al te lange termijn hun toezicht op de telecominstellingen zullen effectueren. Voor de telecomindustrie breekt daarmee het moment aan om zich rekenschap te geven van de maatschappelijke verantwoordelijkheden die gepaard gaan met de rol als aanbieder van betaalproducten.

Ik denk dat de individuele spelers in de telecomsector er goed aan doen die maatschappelijke verantwoordelijkheid en de daarmee gepaard gaande verplichtingen te omarmen. Zo men dat niet zou doen, dan zou de sector immers verworden tot een dubieus witwaskanaal. Het is dan wachten op de fraude-incidenten. Zulke incidenten brengen niet alleen aansprakelijkheidsvragen en -claims met zich en schaden het imago van de operator. Juist gezien de kans om de klant duidelijk te maken dat zijn betaling in vertrouwde handen is, zou ik dan ook geenszins verbaasd zijn als in 2004 ten minste één Nederlandse mobiele operator een officiële vergunning verkrijgt als elektronisch-geldinstelling.



Ir. S.L. Lelieveldt is onafhankelijk adviseur op het gebied van betalingsverkeer en elektronisch geld.

8 Electronic Money and Electronic Money Institutions, position paper by 1.1a2, Association of E-money Institutions in the Netherlands, Amsterdam, November 2002 (<http://www.11a2.nl/docs/empp1511.doc>).

9 De verhouding tussen aantallen betaalde SMS en SMS-jes tussen gebruikers onderling blijkt doorgaans 1 op 5 te zijn.

10 Zie voor internationale schattingen de website van onderzoeksbureau Idate: <http://www.idate.fr/>

11 Europese SMS-tarieven omstreden, Automatiseringsgids, 28 november 2003, Zie: <http://www.automatiseringsgids.nl/news/default.asp?newsid=24938>

12 Olsthoorn, P, De stille revolutie van SMS-betaling, E-merce, 5 april 2003 (<http://www.emerce.nl/archives/nieuws/column/14927.html>).

13 Zie bijvoorbeeld: Ammelrooy, A.P., Beltegoeden opeisbaar door klant, Volkskrant 1-12-2003, p 6.

14 De Nederlandsche Bank, Prepaid mobiele telefonie; reikwijdte wet toezicht kredietwezen 1992, 15 april 2003 (zie http://www.dnb.nl/toezicht/pdf/prepaid_mobiele_telefonie.pdf).