

# ‘FINTECH CREËERT TOEGEVOEGDE WAARDE’

## 3 VRAGEN AAN HANS DEN ADEL

Webshops hebben te maken met internationale betalingen, willen snel en makkelijk kunnen verzenden en betalingen kunnen ontvangen. Dat vraagt om flexibele en veilige betaalmogelijkheden. Door gebruik te maken van geavanceerde technologieën bieden financieel technische (FinTech) bedrijven snelle, efficiënte en gebruikersvriendelijke financiële oplossingen.

Nederlanders kopen steeds vaker online goederen en diensten. Zo kocht in 2015 71 procent van de Nederlanders online. Vorig jaar nam e-commerce 14 procent van alle Nederlandse retailverkoop voor zijn rekening. “We verwachten voor dit jaar twintig procent online verkopen. Met name de groep senioren winkelt steeds meer online. Een andere ontwikkeling is de stijging van de gemiddelde aankoop.” Aan het woord is Wijnand Jongen, directeur van Thuiswinkel.org, de belangenvereniging van (web)winkels in Nederland.

Waar eerder banken en creditcardmaatschappijen actief waren op de betalingsmarkt in de e-commerce, zijn het volgens Jongen nu ook FinTechs. “Webshops willen snel en makkelijk kunnen verzenden, betalingen kunnen ontvangen en retouren regelen. De wensen en eisen van de klant komen steeds centraler te staan. Snel inspelen op nieuwe ontwikkelingen is essentieel. FinTech bedrijven ontwikkelen producten en diensten die inspelen op deze vragen, zoals apps voor de klanten.”



Wijnand Jongen: “We verwachten voor dit jaar twintig procent online verkopen.”

**Don Ginsel, oprichter** van Holland FinTech, vermoedt dat er in ons land zo'n 400 FinTech partijen actief zijn. “Niet alleen het afhandelen van de betaling is relevant, maar ook dat er zoveel mogelijk betalingen plaatsvinden. Zo biedt de payment service provider - PSP – meerdere betaaloplossingen voor de webshop. Hiermee win je het vertrouwen van de klant.” Ginsel noemt ook het faciliteren van effectief credit management. Hiermee krijgt de webshopeigenaar inzicht in het betalingsgedrag van klanten. Andere mogelijkheden zijn dat klanten achteraf of gespreid betalen, makkelijker kunnen inloggen of dat ze voorzien kunnen worden van extra informatie. “De FinTech partijen schuiven op naar data gedreven service, die zowel de online winkeliers als de consumenten van dienst is.”

**Niet de technologie** vormt een risico voor de security, maar het gedrag van mensen, laat Ginsel verder weten. “Een medewerker die een

wachtwoord op zijn bureau heeft geplakt, of een niet-afgesloten pc. Personeel moet hiervan bewust worden gemaakt.”

**En de e-commerce** beperkt zich niet tot ons land. Zelfstandig consultant Ed Hensen richt zich op het adviseren in cross-border e-commerce voor webwinkels die vanuit het buitenland op de Nederlandse markt actief willen zijn. De eigenaar van E-Commerce in Holland wijst op de sterke wereldwijde groei van cross-border sales in e-commerce, en ook die in Europa. Hij vermoedt dat de groei van de cross-border e-commerce dubbel zo groot wordt, als die van de lokale. “Consumenten vinden steeds makkelijker de weg naar buitenlandse webshops. Bij het betalen van cross-border aankopen zijn vertrouwen, zekerheid en veiligheid nog belangrijker dan bij lokale online aankopen. Consumenten verwachten ook hierbij gebruik te kunnen maken van hun vertrouwde betaalmethoden.”

**Steeds meer buitenlandse** FinTech partijen zijn actief op de Nederlandse markt met verschillende betaalproducten. “Voor acceptatie daarvan bij consumenten, is het cruciaal dat deze producten simpel, logisch, betrouwbaar en veilig zijn”, zegt Hensen. Een Nederlandse consument wil nog graag betalen met Ideal; bijna zestig procent van alle online betalingen vindt op die manier plaats. “Ieder land kent z'n eigen voorkeuren. In Duitsland is achteraf betalen meer ingeburgerd. Ik verwacht dat het hier ook meer die richting op gaat.”

**De EU zet in op één digitale markt**, waarbij wet- en regelgeving gelijk worden getrokken. Banken zijn onder Europese regelgeving PSD2 over enkele jaren verplicht betaalde gegevens van hun klanten te leveren aan derden als die daarom vragen. De klant moet hier wel toestemming voor geven. “Partijen kunnen dan berichten naar je mailen met interessante aanbiedingen”, zegt Hensen. “De EU-maatregelen zullen het zowel voor webwinkels als consumenten gemakkelijker maken om internationaal zaken te doen. Dit zal de groei van cross-border e-commerce verder versterken.”

Mark van Seggelen

MEER LEZEN?  
ANALYSEECONOMIE.NL



Vond u dit artikel over FinTech interessant? Bezoek dan analyseeconomie.nl. U kunt hier nog meer artikelen lezen over e-commerce en online betalingen.



Commercieel directeur Worldline Nederland.

**Welke trend ziet u bij betaaloplossingen?**

“Betalen wordt steeds meer onderdeel van het koopproces. De betaalstappen zullen meer en meer gaan verdwijnen. Neem Uber, daar geef je slechts één keer je creditkaartgegevens door. Iedere taxirit daarna wordt automatisch betaald; het betaalmoment is niet meer zichtbaar. Er komen concepten waarbij betalen geen exclusief onderdeel meer is. Het biedt partijen die hun klanten en koopgedrag goed kennen een voordeel, ook bij de keuzes van betaalmethodes.”

**En verder?**

“Ik verwacht ook veel van identificatie van personen. De consument is nog onwennig en dat geldt ook voor de merchant. Een klant betaalt immers na identificatie handsfree en loopt de winkel uit. De ondernemer denkt een niet-betalende klant weg te zien lopen.”

**Hoe garanderen aanbieders de veiligheid?**

“De huidige betaaltransacties vinden veilig plaats. Het zijn buitenlandse spelers die anders kijken naar veiligheid. Deze spelers zijn bijvoorbeeld niet altijd op de radar van de toezichthouders te zien, terwijl ondernemers wel graag zekerheid en bescherming willen, zowel voor zichzelf als voor de klant, de consument.”

ADVERTORIAL

## BTC.com Wallet app integreert tradingplatform Bitonic

Met meer dan honderdduizend gebruikers is de digitale portemonnee voor bitcoins van het Amsterdamse BTC.com de populairste van Nederland. Vanaf aankomende maand heeft het bedrijf het grootste tradingplatform van ons land, Bitonic, geïntegreerd in haar BTC.com Bitcoin Wallet app. Een logische stap, stelt Alejandro De La Torre, business development manager bij BTC.com.

“Een partnership voelt als vanzelfsprekend”, verklaart De La Torre. “We kennen Bitonic al jarenlang. Sinds de opkomst van de bitcoin zijn ze, net als wij, werkzaam in deze nieuwe industrie. Een samenwerking voelt als een natuurlijke stap vooruit.”

**On the go**

Het resultaat is een overzichtelijke integratie van het tradingplatform van Bitonic in de BTC.com Bitcoin Wallet applicatie. “Zo kun je op een makkelijke manier ‘on the go’ bitcoins verhandelen via

je smartphone op Bitonic”, zegt De La Torre. “Heel eenvoudig en veilig. Veel mensen zijn vertrouwd met zowel onze app als het platform van Bitonic.”

Volgens de business development manager is de Bitcoin is een steeds stabielere valuta aan het worden. “Grote bedrijven als Microsoft zijn bezig met de bitcoin en je voelt dat deze nieuwe financiële industrie het groeien is. Over de hele wereld wordt de bitcoin geadapteerd.”

**Meer volwassen**

Zo is de digitale munt per 1 april in Japan het een officiële, legale betaalmogelijkheid geworden. Vanaf deze zomer zal de Japanner hoogstwaarschijnlijk met bitcoins kunnen shoppen in restaurants en winkelketens, met behulp van een speciale app. Ook Mexico lijkt de kant op te gaan. De La Torre: “De bitcoin wordt volwassen en een serieuze betaalmogelijkheid. Gebruikers van onze app weten dat.”

Aan het einde van dit jaar hoopt De La Torre één miljoen actieve gebruikers te hebben. De BTC Bitcoin Wallet applicatie is beschikbaar voor iOS en Android.

