

Congresverslag: doorbraak van de Chipcard IV

Inleiding

Op 15 en 16 april 1998 werd in Amsterdam het vierde congres over de doorbraak van de chipcard gehouden. De bijdrage van banken aan het programma was, als gevolg van een afgestemde regie tussen banken, minimaal. Als gevolg hiervan kon meer aandacht besteed worden aan de positie van consument en retailer, alsmede toekomstige ontwikkelingen m.b.t. multifunctionaliteit en electronic commerce.

Lezingen: de eerste dag

De heer Heutink van NSS Research en Consultancy schetste de resultaten van zeer recent consumentenonderzoek naar mogelijke toepassingen van de chipkaart. Het resultaat hiervan (meer volledig weergegeven in de bijlage) is dat de chipkaart niet echt een wezenlijk klantprobleem oplost.

De chipkaart biedt slechts een beperkte groep heavy users van kleingeld een oplossing. De meest succesvolle toepassingen zijn achtereenvolgens telefoencellen, parkeren, bus/tram, trein, snoepautomaten en rookwaren. Ook in de sfeer van het bezit van diverse kaarten (een veelgehoord argument) bleek het onderzoek uit te wijzen dat de klant hier geen probleem ervaart en dat er nog steeds ruimte is voor meer kaarten in de portemonnee. Dit werd mede geïllustreerd aan de hand van de bonus-kaart van Albert Heijn, die in korte tijd een penetratie van 30 procent bereikt heeft.

Heutink gaf aan dat de propositie aan de consument in het geval van de bancaire chipkaarten minder doorzichtig en voordelig was dan die van de winkeliers (zoals edah en albert heijn). Waar de klant bij de genoemde winkelketens zonder al te veel weerstand bereid blijkt om persoonlijke gegevens te geven in ruil voor korting, lijkt het voordeel van gebruik van de bankenchipkaart teveel aan de zijde van de banken te liggen. Het onderzoek van NSS wees uit dat bruikbare argumenten voor banken richting de klant met name zouden liggen op het gebied comfort of veiligheid.

Voor de retailers in de zaal had Heutink nog een aardige opmerking in petto. Als rechtgeaarde marktonderzoeker wees hij de winkeliers er fijntjes op dat de koop-informatie die verkregen kan worden met individuele klantregistratie slechts betrekking heeft op het feitelijk gedrag van klanten, niet op hun motivatie. Hoewel een retailer kaart (bonuskaart van AH of de EDAH kaart) wel enig soelaas en inzicht zou bieden, blijft de motivatie achter een herhalingskoop (klant weet niet anders, klant wil niet anders, klant kan niet anders) onbekend. Daarvoor blijft consumentenonderzoek nodig.

In aanvulling op de resultaten van de heer Heutink, bracht de heer Anderson (hoofd collectieve belangen behartiging van de Consumentenbond) naar voren dat uit eigen onderzoek van de bond bleek dat redenen voor het niet gebruiken van de huidige chipkaarten blijken te zijn:

- de chipkaart wordt niet gezien als vervanger van kleingeld,
- er zijn onvoldoende terminals om te betalen,
- het herhaaldelijk moeten opladen is vervelend,
- het overzicht van en de controle over de uitgaven wordt lastiger.

Later die dag deed ook de muntmeester van Draanen zijn duit in het zakje. Hij schetste dat 75 procent van de Nederlanders een jampot met munten thuis had staan. Daarnaast plaatste hij kritische opmerkingen bij de introductie-strategie van de banken, het onderlinge gehakketak tussen de banken. Tenslotte suggereerde hij ook nog dat de banken noch het milleniumprobleem, noch het euro-probleem geregeld zouden hebben. De heer Keetman van Chipper Nederland ontzenuwde zijn opmerkingen door een beschrijving van de conversie-mogelijkheden die nu in overweging waren m.b.t. de chipkaartbeurs.

Sessie op de bank

In een zogeheten sessie 'op de bank' ontwikkelde zich een interessant gesprek met de heer Stouthart, winkelier in Woerden en de heer Schurink, eigenaar van een Shell station. Beide heren zijn al lange tijd vanuit de retailers-zijde betrokken bij ontwikkelingen in het betalingsverkeer en brachten onder

woorden dat zij zich onaangenaam ('arrogant') behandeld voelden door de banksector. Ook hier kwam de gelijkwaardigheid van de ruil tussen winkelier en bank aan de orde. Door het massaal uitzetten van kaarten onder klanten worden winkeliers onder druk gezet ('gegjzeld') om ook over te gaan op accepteren van nieuwe betaalmiddelen.

Schurink bracht de toezegging van banken in herinnering, destijds gedaan bij de acties betaal op maat en het ontwikkelen van pinnen in Nederland, dat de tarieven van het pinnen substantieel omlaag zouden gaan indien het break-even point van 180 miljoen Beanet transacties bereikt zou zijn. Inmiddels echter ligt het aantal transacties op 380 miljoen en is de toezegging niet gestand gedaan, hetgeen hem weinig vertrouwen gaf in de toekomst. Afspraken met de banken over accepteren van chipkaart-transacties zouden wat hem betreft alleen aan de orde zijn indien hier harde afspraken aan ten grondslag zouden liggen.

In een bespreking van de voordelen van multifunctionaliteit op de chipkaart gaf Stouthart aan dat het als winkelier moeilijk is om de multifunctionaliteit in de praktijk in te vullen. Waar het doel hiervan is om te komen tot grotere loyaliteit van klanten, achtte Stouthart het meer rendabel om te investeren in goede opleiding van personeel.

De heer Smulders van WPS Parking Systems schetste het verloop van de ontwikkelingen m.b.t. acceptatie van de chipkaartbeurs in parkeerapparatuur. Hij gaf aan dat de penetratie hiervan tot nu toe beperkt bleef tot enkele procenten, voornamelijk chipknip-acceptatie. Inmiddels echter werd vooral gewerkt aan acceptatie van chipknip en chipper bij nieuw te plaatsen en te vervangen parkeerapparatuur. Hoewel de noodzaak van twee abonnementen en uiteenlopende tarieven nog wel een punt van irritatie vormde, bleek dit geen drempel te zijn. In aanvulling hierop schetste de heer Keetman van Chipper Nederland dat vanaf juni een gezamenlijk (chipper/chipknip) publiciteits offensief m.b.t. parkeerautomaten te verwachten was. De heer Keetman gaf hierbij aan de noodzaak van het convenant tussen chipper/chipknip te onderkennen en schetste de verwachting dat er zeker een gezamenlijke oplossing gevonden zou worden. Over de precieze termijn hiervan liet hij niets los.

Het internationale perspectief m.b.t. chipkaartbeurzen werd ingebracht door mevrouw Wijga van Visa en de heer Dutrieux van Europay. Zij schetsten dat de huidige EMV-standaard uitontwikkeld was en voldoende ruimte bood voor interoperabiliteit van debit/credit-kaart transacties, alsmede voor het uitvoeren van beurstransacties van verschillende chipkaartbeurssystemen. Interessant was dat de strategie van Visa en Europay m.b.t. beursfunctie afweek. Waar Europay de afgelopen jaren bezig is geweest met het ontwikkelen van een eigen beurs (CLIP) is de organisatie door de Europese leden teruggefloten en zijn alle ontwikkelingen op dit gebied stilgezet. De inschatting hierachter is ingegeven door de overweging dat er geen business case bestaat voor een cross-border chipkaartbeurs, gezien de ruime beschikbaarheid van debit-functionaliteiten en (vanaf 2002) europawijd te gebruiken cash.

Visa blijkt op haar beurt echter nog het pad te volgen dat Europay heeft ingezet. Op wereldschaal ijvert Visa voor het hanteren van Visacash als de elektronische beurs. Een proef met een binnen het EMV-concept passende electronic purse wordt momenteel in Leeds uitgevoerd. De vraag of leden van Visa hieraan echt behoefte hebben bleef echter onbeantwoord. Wel werd duidelijk dat door de internationale schaal de kans groter is dat sommige leden de Visabeurs gaan toepassen.

Op een vraag van ondergetekende naar de migratie van magneetstriptoepassingen gaven beide sprekers als antwoord dat in principe van 2005 alle terminals chip-geschikt moeten zijn, maar dat dit niet wil zeggen dat de magneetstrip niet meer gebruikt zal worden. Hybride kaarten (met magneetstrip en chip-toepassing) werden nog gedurende een termijn van 10 jaar voorzien.

EDAH

De heer Brugman van EDAH schetste als overwegingen van Edah om niet samen met de banken een chipkaart-loyaliteitstoepassing te ontwikkelen de grotere bewegingsvrijheid en snelheid van ontwikkeling. Bovendien bied elk van de marktpartijen Easychip en Chipper slechts 50 % dekking van de consumentenmarkt aan. In dat licht bezien was het zinvoller om de ontwikkeling van een eigen kaart vorm te geven. Zodoende zijn nu 1,3 miljoen EDAH chipkaarten in omloop. Deze kunnen in de circa 300 filialen van Edah gebruikt worden en bevatten spaarpunten en klantinformatie. De klantinformatie wordt gebruikt om meer en minder loyale klantgroepen te onderscheiden en het effect van aanbiedingen te meten. Bij het doen van aanbiedingen aan de klant wordt overigens gebruik gemaakt van een informatiezuil in de winkel, de Card Box, die wekelijks door 700.000 klanten geraadpleegd wordt. Vanaf medio dit jaar zal Edah overigens ook overgaan op het doen van individuele aanbiedingen aan klanten, gebaseerd op de klantinformatie die tot dan toe over de klant verzameld is.

De heer Brugman liet overigens in de lezing doorschemeren dat de rentabiliteit van de introductie van de chipkaart (kosten: 30 miljoen gulden) niet primair werd gevormd door de loyaliteitsfunctie, maar door kostenbesparingen in verband met optimalisatie van het spaarsysteem (afschaffen zegels) en optimaliseren van kassaprocedures (besparingen op inzet personeel). Hoewel niet met zoveel woorden genoemd, kan verondersteld worden dat het opbouwen van een onderhandelingspositie richting banken ook een belangrijk strategische overweging is geweest. Aan het eind van de lezing gaf de heer Brugman namelijk trots aan dat Edah vanaf juni in alle winkels zowel chipper als chipknip zal gaan accepteren. Deze afspraak (vergelijkbaar met de afspraak tussen Albert Heijn en Beanet begin jaren negentig, die de basis vormde voor wijd verspreid gebruik van het pinnen) zal ontegenzeggelijk op betere voorwaarden plaatsvinden dan de huidige voorwaarden en vereist bovendien onderlinge samenwerking tussen banken.

Telfort

De heer Jansen, directeur Marketing en produktontwikkeling bij Telfort (de joint venture van British Telecom en de Nederlandse Spoorwegen) schetste de diverse voornemens van Telfort m.b.t. invulling van de multifunctionaliteit van de chipknip. In zijn ogen waren de drie primaire functies van de chipknip identificatie, betalen en ticketing. Onder dit laatste wordt verstaan het in de chip plaatsen van elektronische toegangsbewijzen (treinkaartjes, kaartjes voor popconcerten etc.). Hij gaf aan dat met Easychip een vijfjarig contract was gesloten voor de invulling van een klantenkaart in de multifunctionaliteit van chipknip. Als onderdeel hiervan zouden vanaf het tweede helft van dit jaar Smartfoons worden uitgerold. Zodoende zouden chipkniphouders, die de Telfort functionaliteit in hun chipknip activeren in combinatie met het gebruik van de smartfoon over de mogelijkheid gaan beschikken om de goedkoopste leverancier van een telefoongesprek te kiezen, afhankelijk van het te kiezen telefoonnummer.

Lezingen: de tweede dag

Jan van Arkel van het Nederlands Chipcard Platform opende de dag met het schetsen van de strategische applicaties die in belangrijke mate de chipcard-infrastructuur in Nederland zullen gaan bepalen (chipper/chipknip, zorgpas, burgerservicekaart, nationale identiteitskaart). Uiteraard benadrukte hij hierbij het belang van interoperabiliteit en de rol van de NCP-richtlijn Open Infrastructuur voor Chipkaarten.

De heer Lorenz schetste hoe in Duitsland een proef is opgezet waarbij de contact-chipkaart (zoals chipper/chipknip) met behulp van een folder of sleeve, in een apart instrument gestoken wordt dat kan communiceren met draadloze terminals bij de ingang van bussen. In de transportsector lijkt namelijk de contactloze technologie beter toegesneden voor betaling dan de toonbanktechnologie van banken. Hij schetste hoe diverse oplossingen bestaan om de twee technologieën zinvol te combineren. In de internationale contactgroep op dit gebied heeft vanuit Nederland OV Partners uit utrecht zitting.

Brueren van Mint BV en Beverly van Schlumberger schetsten vanuit een leveranciersperspectief hun visie op het gebruik van smartcard-toepassingen. Kenmerkend hierin was dat de platforms zo veel mogelijk open en modulair opgezet worden. Voor chipkaarten zijn hierbij ontwikkelingen als MULTOS en JAVA van belang, waardoor het mogelijk is om hardware-onafhankelijke oplossingen te ontwikkelen. Dergelijke oplossingen hoeven niet beperkt te blijven tot de toonbankomgeving maar kunnen juist ook betrekking hebben op het met behulp van de PC en een smartcard reader doen van transacties via het Internet.

De heer Parker van de Chelmsford Star Cooperative Society schetste hoe in Chelmsford een multifunctionele betaal- en chipkaartoplossing is opgezet. Het ging hierbij om een kaart waarmee betaald kan worden, punten gespaard kunnen worden en waarmee ook stortingen en geldopnames bij de kassa van winkeliers mogelijk zijn. In feite was zijn lezing vergelijkbaar met die van de heer Brugman van Edah, in die zin dat een retailer goed in staat is een goed functionerende klantenkaart te ontwikkelen, mits goed gebruik gemaakt wordt van beschikbare resources in de markt (in termen van software-, terminal en chip-oplossingen). Voor zover was na te gaan vielen de bancaire activiteiten die aan de kaart verbonden zijn onder het toezicht van de cooperative society en de engelse toezichthouders daarop.

De heer Winsemius, directeur van de stichting Rocks (het spaarprogramma van Esso, Texaco en Supermarkten de Boer) gaf aan 3,5 miljoen spaarkaarten te hebben uitstaan. Samenwerken met easychip of chipper is bij de ontwikkeling van het spaarconcept wel overwogen, maar in verband met de afwezigheid van landelijke dekking niet gerealiseerd. Tevens speelde mee dat klantonderzoek aangaf dat de klantbeleving bij betalen of sparen verschillend is. Sparen kan leuk zijn en motiverend, terwijl betalen meer geassocieerd wordt met verplichting en ongemak. Zodoende blijft het concept gebaseerd op het sparen van punten, die inwisselbaar zijn voor kadocheques, hetgeen in het eerste jaar heeft geleid tot verzilvering van 60 % van de gespaarde punten. Spreker gaf verder aan dat vanaf midden van het jaar Rocks ook een financiële dienst zou gaan aanbieden. Welke dat zou zijn bleef in het ongewisse.

De heer van den Oever, lid van de raad van bestuur Ohra en betrokken bij bedrijfstakoverleg over de zorgpas, gaf aan dat te verwachten is dat de verzekeringssector de komende jaren tal van eigen oplossingen zal laten zien. Omwille van de gewenste standaardisatie en interoperabiliteit is daarbij vanuit de sector de vraag aan het kabinet gesteld om het sofinummer te kunnen gaan gebruiken bij de identificatie van de verzekerden. Voorts is de basisafsprake om standaardisatie van verzekerings-toepassingen te doen plaatsvinden onder auspiciën van het Nederlands Normalisatie Instituut. Samenwerken met chipper of easychip achtte spreker alleen aan de orde als deze partijen erin zouden slagen een eenduidige infrastructuur aan te bieden.

De heer Broos, algemeen directeur bij MKB Nederland ging in op de ervaringen van zijn organisatie met de loko-functionaliteit (chipknip) en de Pay-card (chipper). Hierbij gaat het om de invulling van multifunctionaliteit voor het MKB. Bezwaarpunten die daarbij tot nu toe speelden werden gevormd door de hoge kosten, de dubbele tariefstructuur en het probleem dat midden- en kleinbedrijf wellicht geen behoefte heeft aan landelijk dekkende loyalty-functies. Het zich verenigen onder de noemer van MKB lijkt te weinig specifieke klantbinding te genereren om werkbaar te kunnen zijn.

De heer Akkermans, consultant bij Intercai, schetste welke keuzes op dit moment gemaakt zijn bij de ontwikkeling van chipkaarten door banken, alsmede mogelijke migratie-oplossingen voor de toekomst. Interessant was daarbij zijn toelichting hoe servers op het internet zo ingericht zouden kunnen worden dat betalingen met willekeurige chipkaartbeurzen (chipper, chipknip, proton, visacash, mondex) gefaciliteerd zouden kunnen worden. Door installatie van de bij deze systemen behorende SAM en terminalsoftware zou grensoverschrijdende acceptatie van elektronisch geld makkelijk te realiseren zijn. Voor wat betreft de kaart-kant van chipkaartsystemen gaf Akkermans aan dat met de introductie van een familie van chipkaarten, het migratieprobleem naar nieuwe generaties chipkaarten opgelost zou kunnen worden. Wie slechts een betaalkaart wilt, krijgt in die opzet ook slechts de betaalkaart. Wie meer wil, kan een meer uitgebreide kaart krijgen.

Totaalindruk

Als er iets duidelijk wordt dan is het wel dat de introductiestrategie van banken m.b.t. chipkaarten niet goed aansluit op behoeften bij consument en winkelier en vooral gericht is op het snel veroveren van een marktpositie ten opzichte van de concurrent. De verwarring door het aanbieden van twee concurrerende betaal en multifunctionaliteits-systemen maakt de situatie er hierbij niet overzichtelijker op. Als gevolg hiervan zijn vooralsnog noch de betaal- noch de multifunctionaliteit een succes.

In reactie op het uitblijvend succes is nu de fase aangebroken waarin de banken omwille van de promotie en het succes in de markt geneigd zijn om gezamenlijke afspraken te maken. Deze afspraken lijken erop geënt te zijn om vanaf medio dit jaar een convenant m.b.t. gezamenlijk betalen aan te kondigen in combinatie met aansprekende toepassingen als parkeren en betalen bij winkeliers zoals Edah.

Voor wat betreft multifunctionaliteit van de chipknip blijft de situatie min of meer ongewijzigd, in die zin dat marktpartijen aankondigen op korte termijn te komen met toepassingen (telfort, mogelijk ook rocks) danwel demonstreren dat toepassingen bestaan (chipknipper). Duidelijk is dat ook voor de multifunctionaliteit geldt dat het gescheiden optrekken van banken en postbank tot gevolg heeft dat grote marktpartijen besluiten om een eigen invulling te geven aan loyalty-functies (edah, albert heijn, rocks).

Meer in het algemeen kan gezien worden dat de banken met de introductie van multifunctionaliteit ook de verantwoordelijkheid rondom de hiervoor benodigde infrastructuur in huis hebben gehaald. Daarmee betreden de banken feitelijk een nieuwe branche: die van platformaanbieders en IT-leveranciers. Zo ontstaat een dubbelrol van aanbieder van betaalprodukt en aanbieder van IT-oplossing voor multifunctionaliteit. Daar waar de eerste rol al weinig overtuigend en uniform wordt ingevuld kan duidelijke scepsis in de markt worden geconstateerd met betrekking tot de mogelijkheid van banken om de tweede rol succesvol in te vullen.

Wat tenslotte opvalt in de discussies over de infrastructuur is dat menigeen de problematiek rond standaardisatie en interoperabiliteit slordig voert, daarbij vergetend dat een standaard niet gelijk is aan een technische implementatie. Veelal denkt men met de roep om een standaard een probleem op te kunnen lossen.

Bijlage: Resultaat van consumentenonderzoek (600 interviews)

De gemiddelde Nederlander van 16 jaar of ouder heeft f 9,27 in zijn portemonnee, bestaande uit:

- 2,8 stuivers,
- 3,3 dubbeltjes
- 3,1 kwartjes
- 2,7 guldens
- 0,5 rijksdaalders
- 0,8 vijf guldenstukken.

Voorts heeft de Nederlander 5,26 kaarten in zijn portemonnee, van de volgende samenstelling (tussen haakjes de penetratie op landelijke schaal):

- lidmaatschapskaart 60 %
- Postbank debitkaart 53 %
- ziekenfonds 52 %
- chipknip/chipper 47 %
- telefoonkaart 46 %
- spaarprogramma 44 %
- overige 32 %
- bonuskaart Albert Heijn 30 %
- klantenkaart 24 %
- credit card 22 %
- EDAH kaart 17 %
- tankpasje 17 %
- geen 5 %

Over het gebruik van verschillende toepassingen bleek het volgende:

Toepassing:	Telefoneren	Parkeren	Bus - Tram	Trein	Snoep automaten	Sigaretten- automaat
Gebruik: % dat 1 keer per maand gebruikt		59 %	42 %	32 %	35 %	27 %
gebruik (aantal keer) per week		0,9	0,7	0,6	0,4	0,3
% heavy users		15 %	15 %	8 %	5 %	3 %