

Spannende tijden op de betaalmarkt

Na de retailsector staat de bankensector aan de vooravond van een ingrijpende verandering door digitalisering. Banken ontwikkelden al betaal-apps voor de mobiele telefoon en iDEAL, maar steeds vaker komt vernieuwing ook van niet-traditionele spelers, zoals Bitcoin, Google Wallet of Adyen. Zowel de *tech giants* als specialistische fintechbedrijven roeren zich en veel van deze initiatieven dienen om betalingen van internetaankopen af te handelen. De grote vraag is of innovaties in het betalingsverkeer tot welvaartswinst leiden. De *potentie* voor welvaartswinst is evident. Nieuwe toepassingen zijn er in de kern op gericht om de transactiekosten voor kopers en verkopers te verminderen. Schaalvoordelen en netwerkeffecten spelen daarbij een belangrijke rol. Hoe meer verkopers en kopers gebruikmaken van een bepaalde betaaldienst, hoe gemakkelijker betalingen tot stand komen. Bij de reductie van transactiekosten moeten we niet alleen aan geld denken, want het gaat ook om groter gebruiksgemak en de vermindering van betalingsrisico's. Maar er zijn wel andere risico's. Risico's voor de privacy of de cyberveiligheid. En ook risico's voor mededinging. Zo verzorgt Alipay, de Chinese vorm van PayPal, het leeuwendeel van de internetbetalingen in China waardoor het bedrijf maximaal van schaalvoordelen en netwerkeffecten profiteert. Deze partij heeft hierdoor veel marktmacht. Of de potentiële welvaartswinst wordt gerealiseerd, hangt daarom af van de omgang met de risico's. Deze thematiek vinden we ook terug in de actuele discussie in Europa over de PSD2-richtlijn (Payment Services Directive). Deze richtlijn, die in januari 2018 van kracht wordt, verplicht banken om data van hun rekeninghouders te delen met andere bedrijven, indien de rekeninghouder dit wenst. PSD2 moet concurrentie en innovatie in de betaalmarkt stimuleren, en kan verstrekkende gevolgen hebben als het delen van



FRANS SUIJKER

Plaatsvervangend directeur
Algemene Economische Politiek bij het
Ministerie van Economische Zaken

data met betrekking tot betaalrekeningen nieuwe verdienmodellen mogelijk maakt. Betalingen genereren een schat aan gegevens over het aankoopgedrag van consumenten. Deze big data zijn interessant omdat hiermee gerichte aanbiedingen aan consumenten gedaan kunnen worden. Welvaartswinst is dus mogelijk. Consumenten kunnen straks immers tegen lagere kosten producten en diensten aanschaffen die beter aansluiten bij hun preferenties. Maar de risico's leveren volop uitdagingen voor beleidsmakers en toezichhouders. Allereerst is er sprake van nieuwe en onopgeloste dilemma's tussen publieke belangen. Denk maar aan de privacy die op gespannen voet staat met

de deling van data ten gunste van concurrentie en innovatie. Daarnaast kunnen de traditionele grenzen tussen sectoren vervagen, met name wanneer de grote datarijke internetplatforms ook betalingsverkeer gaan verzorgen. Als grote platforms als Google, Amazon en Facebook de data van banken gaan gebruiken, vergroot dit niet alleen hun mogelijkheid om gerichte diensten en advertenties te verzorgen, maar ook om hun dominante positie verder te versterken. Ook als Alipay buiten China actief zou worden, kan dat het betaallandschap ingrijpend veranderen. Alibaba, het grootste internet-handelsplatform ter wereld en eigenaar van Alipay, is bovendien met Apple in gesprek om zijn betaaldiensten aan te bieden via de Apple Watch. Dergelijke complexe kwesties vragen om een internationaal opererend en sector-overstijgend toezicht. Want als voor nieuwe spelers de grenzen van markten, landen en sectoren niet relevant zijn, mogen ze dat ook voor beleidsmakers en toezichhouders niet zijn. Digitalisering mag betalen dan makkelijker maken, beleid maken en toezicht houden worden er niet eenvoudiger op – wel spannender.