

# Currence Nieuws

2006  
Jaargang 2  
Nr.5

Currence neemt iDEAL over  
van banken

Motievenonderzoek gebruik  
betaalmiddelen

PINnen. Hou je hoofd erbij.

Het betalingsverkeer in de  
media

Derde innovatieprijs voor  
iDEAL

Praktische informatie  
gebundeld op  
[www.veiligbankieren.nl](http://www.veiligbankieren.nl)

Currence certificeert eerste  
datacomleverancier



**CURRENCE**

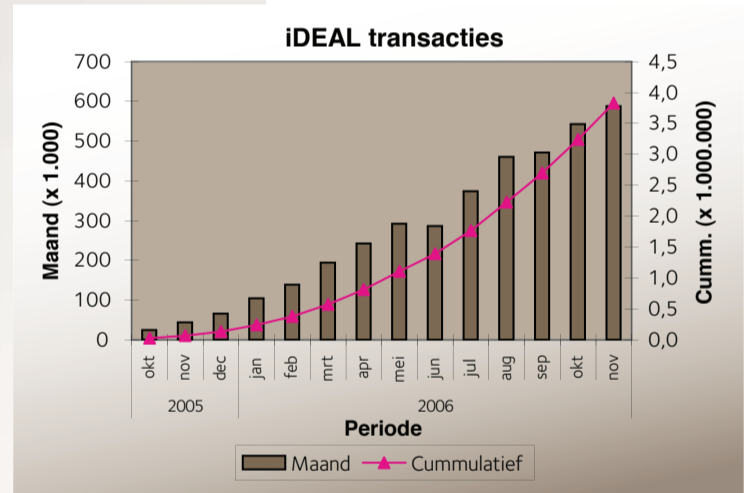
## Currence neemt iDEAL over van banken

Sinds 1 november is Currence de nieuwe eigenaar van iDEAL, het internetbetaalmiddel dat de Nederlandse banken in oktober 2005 op de markt brachten. Met iDEAL kunnen al zes miljoen Nederlanders veilig, makkelijk en snel betalen via het internetbankierprogramma van hun eigen bank. Tot nu toe zijn drie miljoen transacties verricht. Daardoor heeft iDEAL een marktaandeel van 20% wat betreft de betalingen van alle internetaankopen.

Op dit moment accepteren ruim 3.000 webwinkels iDEAL. Zo is het mogelijk de aanschaf van kleding, boeken, reizen en elektronica te betalen, evenals verzekeringen, tickets en zelfs donaties aan goede doelen. iDEAL, een gezamenlijk initiatief van ABN AMRO, ING Bank, Postbank en Rabobank, is de nieuwe standaard voor betalen op internet. Inmiddels is ook Fortis toegetreden als deelnemende, zakelijke bank en kunnen klanten van de SNS Bank betalen met iDEAL. Daarnaast is een aantal andere banken geïnteresseerd om iDEAL aan haar klanten aan te bieden.

Uit recent marktonderzoek blijkt dat het aantal consumenten dat voor het eerst online een product en/of dienst aanschaft, nog sterk toeneemt. Deze nieuwelingen geven de markt een nieuwe impuls, met name nu een veilige standaard hiervoor breed beschikbaar is. Currence is optimistisch over de

toekomst. Ze ziet goede perspectieven voor een groei naar meer dan vijftig miljoen iDEAL-betalingen in 2012.



## Motievenonderzoek gebruik betaalmiddelen

In opdracht van Currence heeft Motivaction een representatief onderzoek uitgevoerd onder ruim 1.800 consumenten (autochtone Nederlanders, Nieuwe Nederlanders en senioren). Doel is een helder inzicht te verschaffen in de keuzemotieven voor betalen met PIN en/of contant. Afgelopen november verscheen het onderzoeksrapport. Hieruit blijkt dat de winkelier een sleutelrol vervult bij de keuze voor de betaalwijze.

Winkeliers kunnen het PINgebruik sturen en stimuleren door de belemmeringen (extra kosten berekenen, slechte zichtbaarheid en ontoegankelijkheid) weg te nemen. Daarnaast moeten consumenten beseffen dat het prima is om kleine bedragen met PIN te betalen. Ook is het belangrijk om vooral selectieve PINners en selectieve contantbetalers te overtuigen van de voordelen van betalen met PIN.

### Nieuwe Nederlanders

De onderzoeksresultaten geven aan dat er ook relatief veel winst valt te behalen onder de Nieuwe Nederlanders, omdat bij hen een sterke voorkeur bestaat voor contant betalen. Bij senioren ligt dat iets anders. Waarschijnlijk staan de 'toekomstige ouderen' meer open voor betalen met PIN. Zij kunnen dus worden meegenomen in de benadering van de eerdergenoemde selectieve PINners en selectieve contantbetalers. Currence kijkt op dit moment op welke manier(en) zij het aantal PIN-betalingen het meest efficiënt kan bevorderen.

Selectieve PINners geven over het algemeen de voorkeur aan betalen met PIN, behalve bij kleinere bedragen. Hierbij gaat de voorkeur uit naar contant. Selectieve contantbetalers geven de voorkeur aan contant betalen, maar vinden de PINpas niettemin onmisbaar.



## PINnen. Hou je hoofd erbij.

Met advertenties in een aantal landelijke dagbladen en tijdschriften is eind november de veiligheidscampagne van Currence gestart waarbij consumenten wordt gewezen op het belang van veilig PINnen. Het campagnethema 'PINnen. Hou je hoofd erbij.' laat aan duidelijkheid niets te wensen over. Logisch, want uit onderzoek blijkt dat meer dan 50% van de consumenten – vooral jongeren en welgestelde volwassen mannen – onzorgvuldig omgaat met PINpas en -code.

Die onzorgvuldigheid zit 'm vooral in het op 'de automatische piloot' PINnen. Omdat een bewust gebruik van PINpas en PINcode kan bijdragen aan de voorkóming van fraude, roept Currence in de veiligheidscampagne op om bewust stil te staan bij het gebruiksmoment van PIN. De themaregel 'PINnen. Hou je hoofd erbij' wordt daarbij direct gekoppeld aan de meest essentiële PIN-tips:

- Laat je niet afleiden
- Houd je PINcode geheim
- Geef anderen geen kans om mee te kijken

Kijk voor meer tips op [www.veiligbankieren.nl](http://www.veiligbankieren.nl)



## Het betalingsverkeer in de media

Sint PINT ook

Een rappende sinterklaas, een gedichten-generator en een lootjestrek-machine. Het was allemaal te vinden op de website [www.sintpint.nl](http://www.sintpint.nl) die van 6 november tot en met 11 december actief was. PIN wilde met deze website het Nederlandse publiek bedanken voor het nog steeds groeiende aantal PINbetalingen. De website trok

in de actieperiode meer dan 100.000 bezoekers. Populaire modules waren de surprisdatabase en de cadeaugenerator. In de dagen voor 5 december liet de gedichtengenerator een heuse eindsprint zien. Topdag was 1 december met meer dan 8.000 bezoekers. Niet alleen sinterklaas PINT zijn cadeaus maar ook de kerstman. Als vervolg op de Sinterklaas-actie is vanaf 8 december [www.PINjekerst.nl](http://www.PINjekerst.nl) actief. Tot en met eind dit jaar zijn op deze site allerlei handige maar ook ludieke toepassingen te vinden zoals PIN en WIN, de mooiste verlichting en speciaal voor ondernemers; de Kerstman op bezoek. Currence verwacht dat de site de komende maand, net zoals bij Sinterklaas, enkele tienduizenden unieke bezoekers zal trekken.

PINnen en Chippen in Volkswagen Touran CCV, marktleider op het gebied van elektronische betaalsystemen, diende onlangs een 'klacht' in bij de Reclame Code Commissie over een radiocommercial van de Volkswagen Touran. Volkswagen beweerde in deze commercial dat het niet mogelijk is in de Touran te PINnen en Chippen, terwijl dat via aansluiting op de sigarettenaansteker al jaren kan in alle auto's. Alleen als de directie van Volkswagen Nederland een symbolische boete van één eurocent zou betalen, was CCV bereid haar 'klacht' weer in te trekken. Dat gebeurde uiteindelijk, uiteraard via een mobiele PINautomaat. "Wij vonden het een ludieke actie", zegt Wim de Ruiters, manager marketingcommunicatie Volkswagen. "Daarom hebben wij dit symbolische gebaar graag gemaakt."

## Derde innovatieprijs voor iDEAL

Voor de derde keer in korte tijd heeft iDEAL, de nieuwe standaard voor betalen op internet van Currence, een innovatieprijs gewonnen. Het gaat ditmaal om de ICT Innovation Award 2006 van het tijdschrift Banking & Finance.

Banking & Finance kent de prijs toe aan vernieuwende introducties in de financiële wereld met een bewezen toegevoegde waarde in de markt. De jury riep iDEAL uit tot winnaar, omdat het consumenten en webwinkeliers de makkelijkste en veiligste oplossing biedt voor betalen op internet. Daarnaast behaalde iDEAL in het eerste jaar een marktaandeel van maar liefst 20%.

Eerder won iDEAL al de Branche-Innovatie Award 2006 van de Nederlandse Thuiswinkel Organisatie en de internationale EPCA Gold Price voor 'Most Innovative Retail or Corporate Payments Product launched during 2005'.

## Praktische informatie gebundeld op [www.veiligbankieren.nl](http://www.veiligbankieren.nl)

Een veilig betalingsverkeer in Nederland is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van banken en consumenten. Om consumenten te informeren over de maatregelen die banken nemen om veilig

te bankieren én die zij zelf kunnen nemen, bestaat de website: [www.veiligbankieren.nl](http://www.veiligbankieren.nl).

De website is een initiatief van de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB); Currence is één van de afzenders. Niet vreemd, want op de website vinden consumenten onder meer specifieke informatie en praktische tips over veilig bankieren met PINpas, Chipknip, Incasso/Machtiging en geldautomaat.

### Alert

Op [www.veiligbankieren.nl](http://www.veiligbankieren.nl) lezen consumenten bijvoorbeeld hoe zij alert kunnen zijn op onveilige situaties. Welke trucs passen criminelen toe? Hoe zijn computers te beschermen tegen virussen en spyware? Wat zijn de echtheidskenmerken van bankbiljetten? Welke vormen van fraude zijn er? Al deze informatie is misschien niet nieuw, maar ze is wel voor het eerst gebundeld op één internetadres. Currence gebruikt [www.veiligbankieren.nl](http://www.veiligbankieren.nl) ook als afzender bij de veiligheids-campagne 'PINnen. Hou je hoofd erbij.'

## Currence certificeert eerste datacomleverancier

In september ondertekenden Piet Mallekoote, algemeen directeur a.i. Currence, en Jan Mooijman, algemeen directeur Infopact Netwerkdiensten B.V., de eerste Certificaatovereenkomst voor een datacomleverancier in Nederland. Dankzij dit certificaat kan Infopact, leverancier van communicatieoplossingen op basis van Internetprotocoltechnologie (IP-technologie), het transactieverkeer van PIN en Chipknip over zijn netwerk transporteren naar een transactie-verwerker.

Currence heeft deze nieuwe procedure opgesteld na een uitgebreide marktconsultatie onder datacomleveranciers. De ondertekening van de eerste Certificaatovereenkomst is een belangrijke stap in het verder openstellen van de datacommarkt voor PIN- en Chipknipbetalingen. Het biedt ondernemers steeds meer keuzemogelijkheden voor de koppeling van hun betaalterminals voor PIN en Chipknip aan een datacomnetwerk. Mede daarom volgen verschillende andere datacomleveranciers inmiddels het voorbeeld van Infopact: zij laten hun netwerk eveneens certificeren door Currence. Op deze wijze is het netwerk van Solcon Internetdiensten door Currence gecertificeerd per 6 november.

Currence Nieuws is een uitgave van:  
**CURRENCE**  
Beethovenstraat 300  
Postbus 83073  
1080 AB Amsterdam  
[www.currence.nl](http://www.currence.nl)