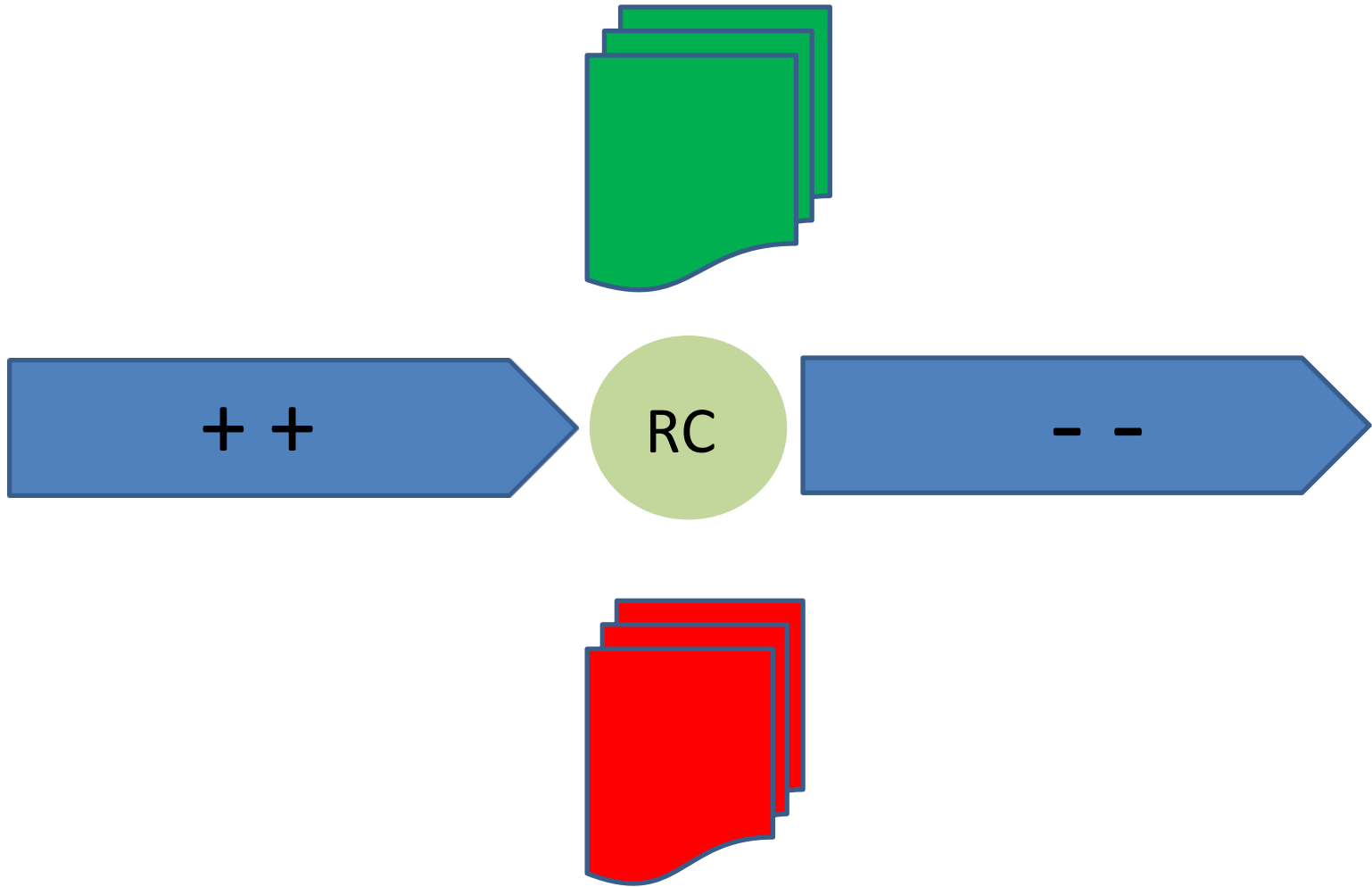


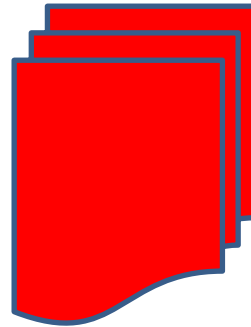
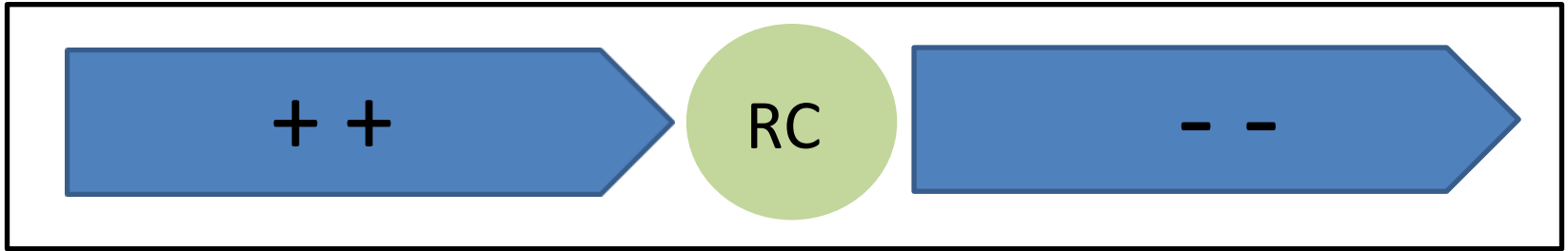
The background of the slide features a globe on the left side, showing the continents of North and South America. On the right side, there is a close-up of a credit card with embossed numbers and the text 'MONTH/YEAR'.

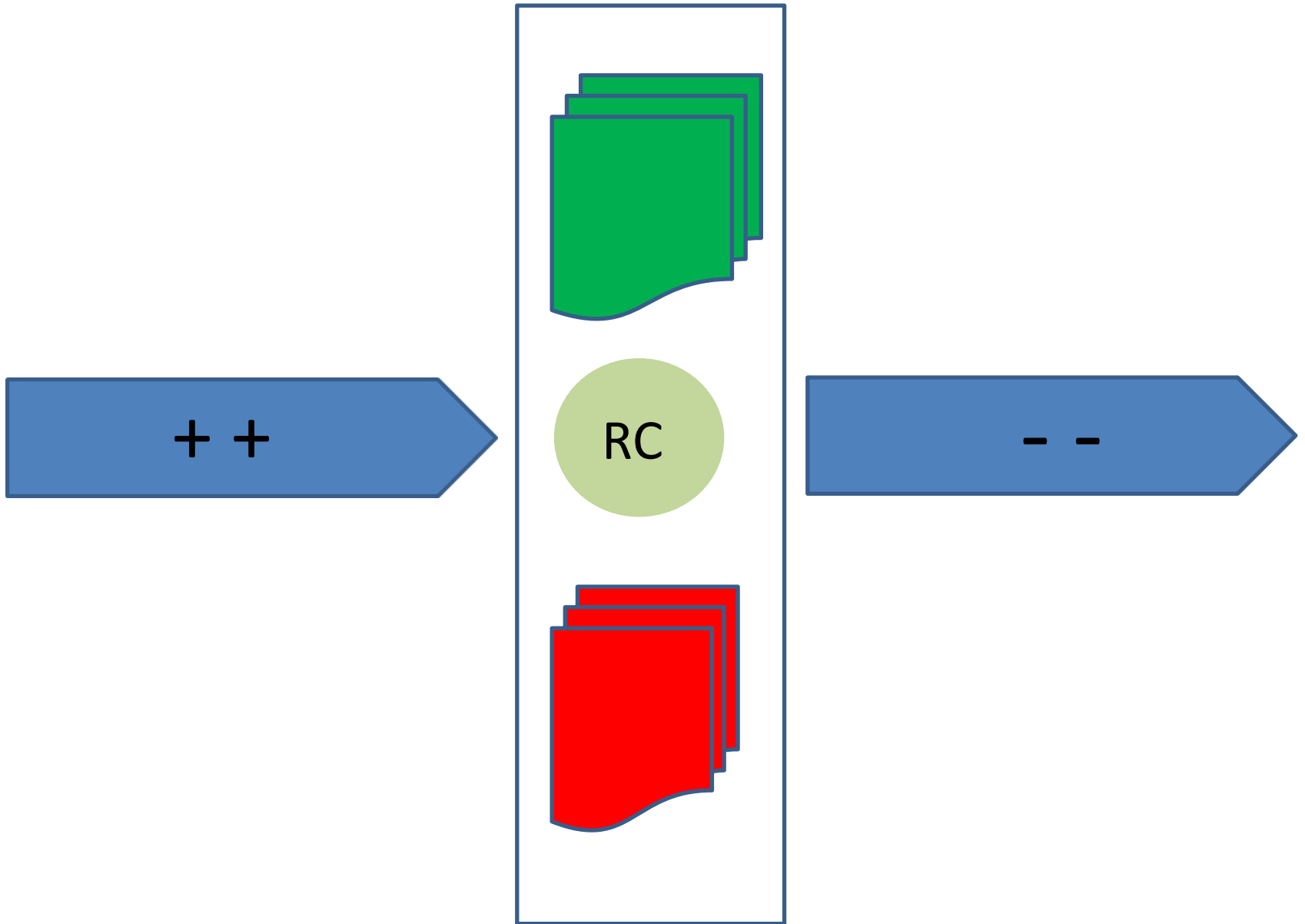
De Betaalwereld NL

Gijs Schreuder, ABN AMRO Bank

NOREA, 29 sept 2015







Betalen (inclusief cashmanagement) is met haar grote bijdrage aan de baten en groei van een bank een belangrijke markt binnen het bankenlandschap.

- Betalen is verantwoordelijk voor €1 biljoen van de wereldwijde baten van bankieren. Hiervan wordt 1/5 gerealiseerd in Europa. In Europa wordt het grootste deel van de Betalen baten gerealiseerd op de rekening courant.
- In Europa bedragen de Betalen baten €224 miljard. De rekening courant saldi en betaalkaarten zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor ca. 80% van deze baten. De baten uit transactie tarieven zijn traditioneel vrij beperkt.
- Naar verwachting blijft de financiële basis van Betalen gezond. De voorspelde Europese groei blijft sterk met 5% per jaar. Dat is ruim boven het voorspelde jaarlijkse Europese groeigemiddelde van 2% voor bankieren in het algemeen. Betalen wordt, met andere woorden, steeds belangrijker voor de baten van een bank. De gemiddelde bijdrage van Betalen aan de totale baten van de banken stijgt naar verwachting van 31% in 2011 naar 38% in 2016 (C/I: 65-70%).

De totale Betalen baten van de belangrijkste 5 economieën voor ABN AMRO (Nederland, Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en België) zijn circa €100 miljard, bijna de helft van de totale Betalen baten van heel Europa*.

De totale Betalen baten in Nederland bedragen ca. €8.5 miljard (C/I: ca. 70%). Ongeveer 70% van de baten komen voort uit rentebaten. In de Nederlandse betaalmarkt komt circa 80% van de winst voort uit Zakelijk Betalen.

Aan de zakelijke kant zijn de traditionele cashmanagement producten (saldi op de rekening) en trade finance de belangrijkste baten drivers. De transacties zelf zijn vaak verlieslatend en worden gesubsidieerd door met name de saldi op de rekeningen.

De lage winstgevendheid vanuit het particuliere betaalsegment wordt veroorzaakt door de relatief hoge kosten voor rekeningen, de elektronische en contante betaalmiddelen en de lagere provisie-inkomsten.

De groeivoorspelling voor inkomsten uit de betaalmarkt in Nederland is met 3% (CAGR) iets lager dan die voor de rest van Europa (5% CAGR), maar nog altijd hoger dan de Nederlandse groeiverwachting voor bankieren in het algemeen (1-2%).

Waar de Nederlandse handelsstromen in 2006 nog voornamelijk naar West Europa gingen, vindt momenteel een verschuiving van deze stromen naar Azië en Oost Europa plaats*.

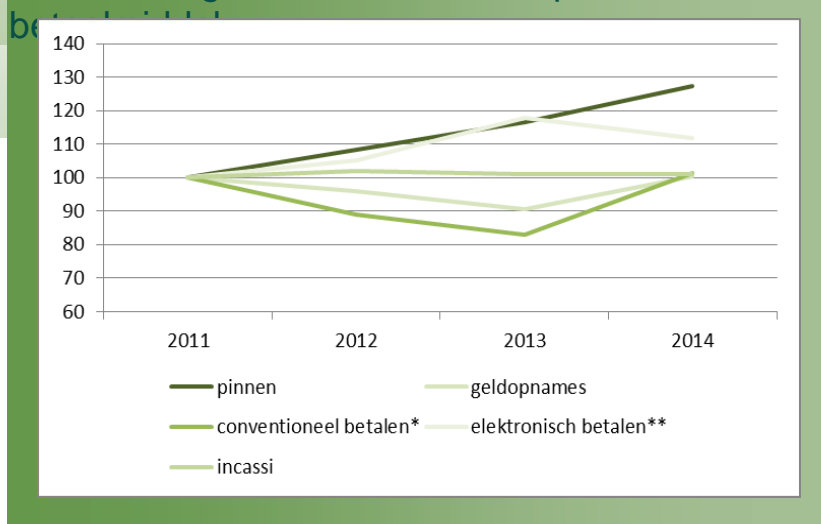


De betaalmarkt (3)

Het Nederlandse betaallandschap wordt momenteel gedomineerd door de drie grootbanken die samen 90% van het betalingsverkeer verwerken. In Nederland wordt in vergelijking met andere Europese landen door banken slim samengewerkt. Deze aanpak versnelt de adoptie en implementatie van efficiënte, voor de gebruiker voordelige, elektronische betaalmiddelen in de markt.

Voorbeelden zijn de introductie van iDEAL en de invoering van EMV ('Het Nieuwe Pinnen'). Daarnaast zijn bij betalingen aan de toonbank, de waarde van de pintransacties hoger dan de waarde van contant geld transacties.

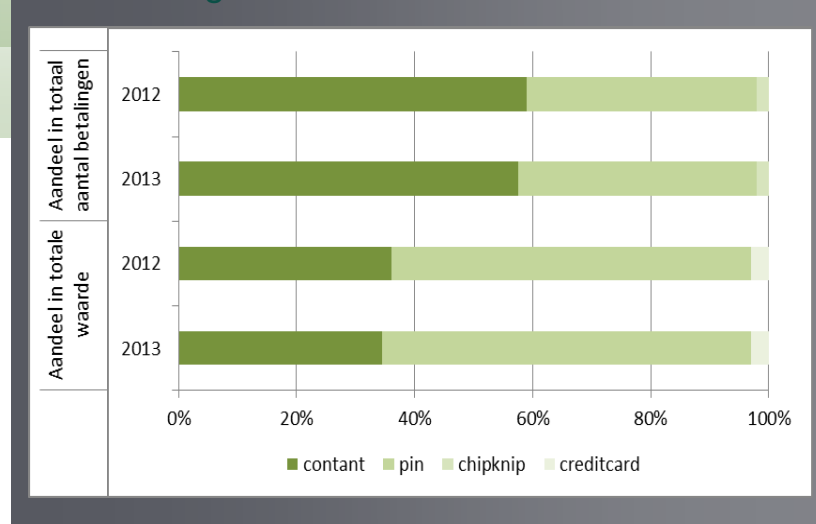
Ontwikkeling transactieaantallen per betaalmiddel



Index 2011=100

Bron: DNB

Ontwikkeling betaalmiddel aan de toonbank



Bron: DNB

* Elektronisch betalen omvat Internet Overboekingen & Acceptgiro's via Internet Bankieren

** Schriftelijk betalen omvat Schriftelijke overboekingen

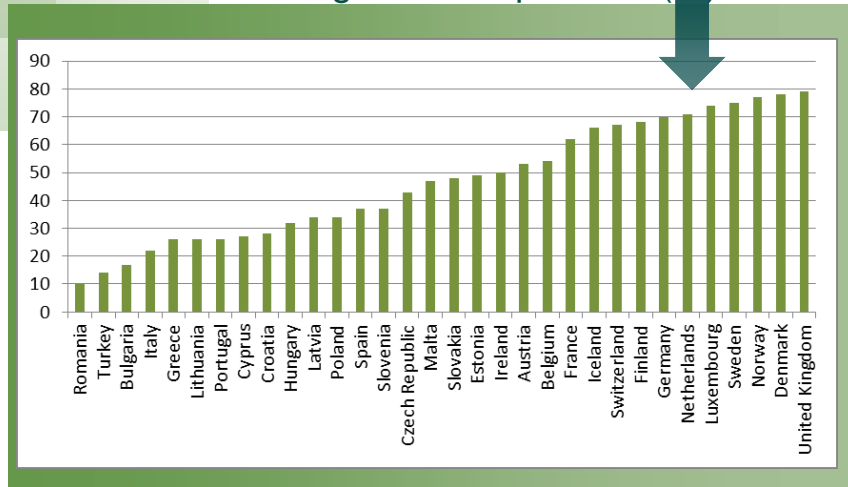
De betaalmarkt (4)

Het feit dat het huidige betalingsverkeer in Nederland in hoge mate elektronisch is, is ook te zien aan het aandeel aankopen op Internet. Hierin bekleedt Nederland de vijfde positie binnen Europa. Nederland heeft, als een van de weinige landen, met iDEAL dan ook haar eigen betaalmiddel speciaal voor betalingen in Internet winkels.

iDEAL is dermate succesvol dat er momenteel gewerkt wordt aan een Europese variant, onder de naam MyBank. Deze bevindt zich in de ontwikkelingsfase en wordt momenteel door een aantal Europese banken in pilot getest. ABN AMRO volgt de ontwikkelingen met veel interesse maar speelt geen actieve rol in de ontwikkeling van MyBank.

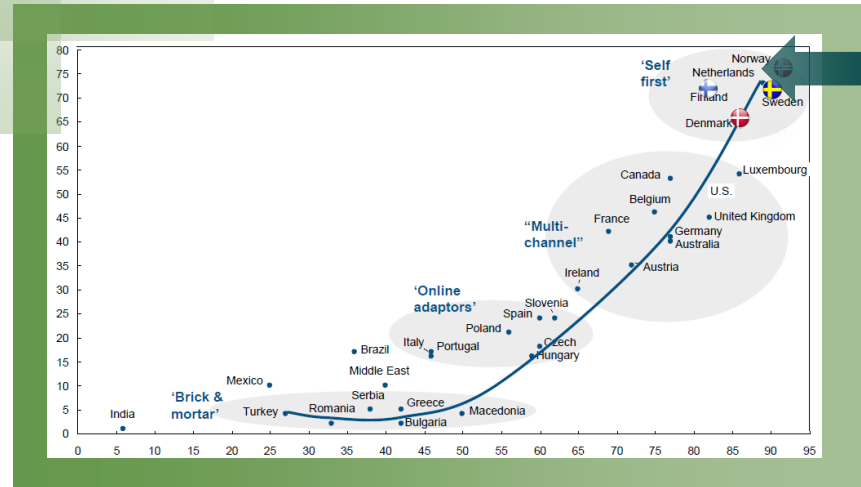
De hoge mate van digitalisering in het Nederlandse betalingsverkeer is ook te zien aan het hoge gebruik van digitale bankdiensten via Internet Bankieren en Mobiel Bankieren. Hierin is Nederland één van de koplopers. Dit betekent dat het bankkantoor niet meer vanzelfsprekend het voorkeurskanaal van de klant is.

Actieve e-commerce gebruikers per land ()



Bron: Eurostat 2014

Gebruik Internet Bankieren



De Nederlandse betalingsinfrastructuur komt steeds meer overeen met de infrastructuren in andere Europese landen. Veel betaalmiddelen, zoals creditcards en debitcards (pinpassen), zijn reeds onderworpen aan internationale standaarden.

Nederland heeft echter ook enkele betaalproducten die niet in andere landen gebruikt worden zoals iDEAL en de Acceptgiro. Daarentegen worden in Nederland geen Cheques meer gebruikt, waar dit wel gebruikelijk is in het buitenland.

Met betrekking tot de time to market hebben Nederlandse banken met hun bestaande IT betalingsinfrastructuur een 'legacy'-nadeel ten opzichte van banken uit opkomende economieën, zoals die van Oost-Europese landen. Het aanpassen van de bestaande infrastructuur is vaak kostbaarder dan wanneer een nieuwe infrastructuur neergezet kan worden.

Factsheet Totale Particulier Segment in Nederland*

	Aantal	Volume
Betaalrekeningen:	20,5 mln.	€ 46 mld.
Cash betalingen**:	3,7 mld.	€ 46,8mld ⁽²⁰¹³⁾
Debit Card betalingen**:	2,9 mld.	€ 88,5 mld.
Incasso's:	1,3 mld.	€ 104 mld.
Acceptgiro's****:	30 mln.	€ 28,7 mld.
Overboekingen:	492 mln.	€ 374 mld.
iDEAL:	180,2 mln.	€ 14,1 mld.

Factsheet Totale Zakelijk Segment in Nederland*

	Aantal	Volume
Betaalrekeningen:	2,9 mln.	€ 207 mld.
iDEAL contracten:	101.975	€ 14,1 mld.
POS Terminals:	311.450	€ 93,1 mld ^{***}
Incasso contracten:	143.000	
Acceptgiro contracten:	56.000	
Overboekingen:	822 mln.	€ 2.101 mld.



Veranderende klantbehoeften

Gemak, relevantie en adoptie van nieuwe financiële producten zijn kenmerkend voor de veranderende klantbehoeften

- » Digitalisering van alles; de vergrijzende markt wordt ook steeds digitaler. Toenemende mate van digital/ mobile first
- » Klantervaring en dienstverlening draait steeds meer om contextuele relevantie, waarbij meer wordt geanticipeerd op klantbehoeften en contextuele data (bv. locatie en moments of truth)
- » Data security en privacy worden in verschillende gradaties aangeboden



Nieuwe toetreders

Betalen en gerelateerde activiteiten wordt een “adjacent market” voor nieuwe toetreders

- » Betalen en gerelateerde activiteiten worden een “adjacent market” voor nieuwe spelers, zoals in telecom, commerce en entertainment. Dit leidt tot nieuwe producten en nieuwe waarde voor de klant
- » Nieuwe verdienmodellen worden ontwikkeld die lucratief zijn voor nieuwe toetreders (bv. loyaliteit, advertising, data verzameling, etc.)
- » Mede door lage barrières en afhankelijkheden hebben nieuwe toetreders meer toegang tot kapitaal en kunnen in een korte tijd sneller ontwikkelen (weinig tot geen ‘entry barriers’)



Technologische ontwikkelingen

De ontwikkeling van nieuwe innovatieve producten zet door, grote partijen omarmen nieuwe technologie

- » Digitalisering leidt tot meer convergentie tussen technologieën en activiteiten. Voorbeelden zijn sensor technology (Internet of Things), wearables, blockchain technology etc.
- » Big data toepassingen: predictive modelling, behavioral economics etc.
- » De waarde zit niet alleen in klantervaring, maar ook in technologie. Nieuwe betaalvormen en front-end technologieën komen op: NFC, BLE, QR codes, biometrie, e-mandates, online escrow, en e-invoicing
- » Toenemende aandacht op data security en privacy, de balans tussen innovatie en veiligheid (bv. DigiD/ eID, biometrie, security) wordt op de proef gesteld



Veranderende wet- en regelgeving

Toezichthouders omarmen innovatie; SEPA en PSD2 hebben als doelstelling om de concurrentie te vergroten en de kosten voor eindgebruikers te verlagen

- » PAD (Payment Account Directive) dwingt banken om buitenlandse klanten te accepteren en te bedienen
- » PSD2: De belangrijkste uitbreiding t.o.v. PSD1 is de regulering t.a.v. ‘access to accounts’ die banken verplicht om saldo info te delen met derde partijen
- » MIFs verordening betreffende multilaterale afwikkelingsvergoedingen hebben impact op creditcard maatschappijen
- » SEPA creëert één Europees speelveld door standaardisering van eurobetalingen om een concurrerende Europese betaalmarkt te bereiken
- » Data Protection Regulation / NIS / SecuRePay: Aangescherpte veiligheidsregels omtrent (onder andere) het verwerken van data en authenticatie