

Bakgrund och introduktion: var är vi idag?

Världen

Utvecklingen i världen

- Tillväxten av "non-cash" transaktioner leddes av CentralEuropa, Mellanöstern, delar av Afrika samt den växande delen av Asien.
 - Utvecklingsländerna förväntas dock fortsätta växa med upp till 20 procent per år medan de mogna marknaderna förväntas växa med drygt 15 procent per år.
 - Den största globala tillväxten sker för bank- och kreditkort (upp 13,4 procent respektive 9,9 procent år 2012).
- Kina förväntas bli större än USA och Eurozonen (non-cash transactions) före 2020.
- E-betalningar och mobila betalningar växer snabbast. Mobila betalningar förväntas med runt 60 procent per år medan e-betalningar förväntas växa med runt 15 procent per år under perioden 2013-2015. Dessa två typer av betalningstjänster förväntas också gradvis växa ihop.
- Utöver detta förväntas nya och icke-reglerade tjänster att öka (förbetalda kort, virtuella valutor som t ex Bitcoin, konton i mobila plånböcker eller andra system som Paypal, mm).

Källa: World Payments Report 2014. Cap Gemini & RBS.

Fem globala trender

- Ökning av PSPs som inte är kopplade till banker – *nya entreprenörer och utmanare*
- Ökad fragmentering – *fler aktörer, specialisering och internationell stordriftsjakt*

Källa: World Payments Report 2014. Cap Gemini & RBS.

Betaltjänstdirektivet stimulerar fragmentering

- **Tjänster och aktörer**
 - Lättare och säkrare att använda billiga betaltjänster genom att de nya s.k. betalningsinitieringstjänsterna tas med i direktivets tillämpningsområde. Det är tjänster mellan handlar och köparens bank, som möjliggör billiga och effektiva elektroniska betalningar utan kreditkort.
 - Därtill kommer konsumenterna att vara bättre skyddade mot bedrägerier, potentiellt missbruk och betalnicidenter (t.ex. i fall av betvistade eller felaktigt utförda betalningar).
 - Konsumenterna kan slippa stå för mer än mycket begränsade förluster (max 50 euro, mot 150 i dag) vid obehöriga kortbetalningar.
 - Genom förslaget utvidgas också konsumenternas rättigheter när de gör betalningar och penningöverföringar till länder utanför Europa eller betalar i en valuta som inte ingår i EU.
 - Syftar till att göra det lättare för nya aktörer att komma in i branschen och därmed öka konkurrensen.
- **Avgiftstak**
 - Maximnivåer för förmedlingsavgifter för transaktioner med konsumenters betal- och kreditkort (0,2 % av värdet för bankkort och 0,3 % för kreditkort)
 - Förbud mot tilläggsgifter för sådana korttyper. Tilläggsgifter är sådana extraavgifter som vissa handlare lägger på för kortbetalningar, och de förekommer till exempel ofta när man köper flygbiljetter.
 - Om förmedlingsavgifterna begränsas för konsumenternas kort kommer återförsäljarnas transaktionskostnader för kortköp att minska avsevärt, och tilläggsgifter kommer inte längre att vara motiverade.
 - Undantag: tre-partssystem (t ex American Express)

Utvecklingen i Sverige

Massbetalningsmarknaden kommer utvecklas i två faser

1. Ökad fragmentering

- Stort utbud av tjänster från många olika aktörer
- Ingen enskild aktör kan styra utvecklingen
- Parallella typer av tjänster
- Olika beteenden för olika konsumentgrupper
- Olika tjänster för olika betalsituationer

2. Koncentration

- Aktörer med stordriftsfördelar och starka nätverkseffekter växer medan andra slås ut
- Balans mellan nya innovatörer och de som slås ut avgör takten på koncentrationsprocessen

Källa: Riksbanken – Den svenska massbetalningsmarknaden (Juni, 2013)

Även Sverige är i ett stadie av ökad fragmentering

- **Fler leverantörer:** Banker / Telekomföretag / Kortföretag / PSPs / teknik- och processleverantörer / invadörer (Google, Facebook, ...) / Klarna / ...
- **Fler teknologier och produkter:** kontanter / kort / Internet / virtuella valutor /
- **Fler sätt att ta betalt:** Handlarna / betalningsmottagarna respektive Konsument / betalarna
- **Fler kanaler att ta betalt i:** Butik / E-handel / peer-to-peer nätverk
- **Ny reglering och initiativ som stimulerar konkurrens och sätter tak på avgiftsnivåer:** PSD I och II / SEPA / GSMA
- **Internationalisering:** banker internationaliseras och specialiserade aktörer (t ex Vocallink, Seamless) erbjuder sina tjänster på en internationell marknad

Fem globala trender

- **Ökning av PSPs som inte är kopplade till banker – nya entreprenörer och utmanare**
- **Ökad fragmentering – fler aktörer, specialisering och internationell stordriftsjakt**
- **Större spänning på traditionella affärsmodeller – t ex kortmodellen**
- **Svårigheter att realisera SEPA migration – nationella olikheter och intressen**
- **Betaltjänster har blivit allt mer strategiskt viktiga för flera branscher – inte bara de traditionella utan även handlare, telekomföretag, social media företag, ...**

Källa: World Payments Report 2014. Cap Gemini & RBS.

Största förändringar 2014 – 2024?

- Kontanter kommer minska i vissa regioner (t ex Västeuropa) men fortsätta vara starka i andra regioner
- Bankers roll i betalsystemet ändras till följd av teknologisk utveckling, ny konkurrens, innovation och reglering. Allt leder till ökad fragmentering där banker kan väntas antingen satsa på storskalig leverans av tjänster för processhantering, clearing and settlement och andra finansiella tjänster eller innovativa och nya tjänster.
- Många av de nya tjänsterna och starka leverantörerna kommer att uppstå utanför Nordamerika och Europa.
- Fortsatt tillväxt och etablering av alternativa tjänster ("air time" tjänster, kuponger / lojalitetsbonusar, virtuella valutor) och förbetalda kort.

Källa: World Payments Report 2014. Cap Gemini & RBS.

Sverige

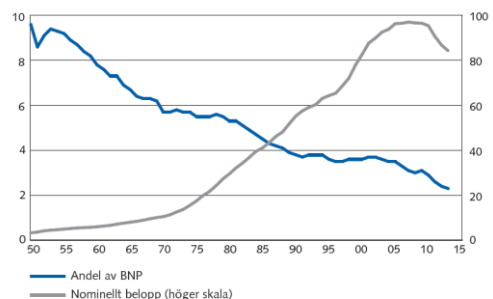
Sverige har få kontantbetalningar

- Värdet av utesående kontanter i relation till BNP (%; 2011)
 - Norge 2,4 %
 - Sverige 2,7 %
 - Danmark 3,5 %
 - UK 3,7 %
 - USA 7,1 %
 - Schweiz 9,4 %
 - EU 9,4 % (2010)
- I Sverige är ca 20 - 25 % av betalningar i butik (proximity payments) med kontanter. I kontinental Europa kan denna siffra vara 60-80 %.

Källor: Riksbanken, ECB, Norges Bank, CPSS, EFMA, mm.

Kontanters ställning i Sverige

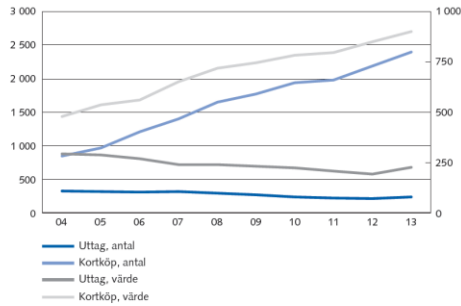
Diagram 30. Värdet på sedlar och mynt i cirkulation (årsgenomsnitt, bankers innehav exkluderat)
Procent uttryckt som andel av BNP och miljarder kronor



Källor: SCB och Riksbanken

Kontanterna minskar och korten ökar

Diagram 31. Antal transaktioner och totalt värde, uttag och kortköp
Vänster skala, antal miljoner transaktioner. Höger skala, miljarder kronor.



Betal situationer och konsumenters önskemål

- **Kontanter** – dörrförsäljning, betalning till vän, torghandel / marknad
- **Kort** – e-handel, parkering, museum, bar / restaurang, kollektivtrafik
- **Internetbank** – hyra, räkningar



Källa: Det kontantlösa samhället (undersökning Insight Intelligence m fl; hösten 2013)

Konsumenter är klivna till kontanter

- Kontantanvändningen minskar kraftigt – från en låg nivå **MEN**
- Anser du att kontanter är en mänsklig rättighet, eller anser du inte det?
 - Ja, det är en mänsklig rättighet: 67 procent
 - Nej, det är ingen mänsklig rättighet: 27 procent
- Tror du att Sverige kommer att bli kontantlöst?
 - Ja, om mer än 40 år: 3 procent
 - Ja, om 40 år: 3 procent
 - Ja, om 30 år: 6 procent
 - Ja, om 20 år: 22 procent
 - Ja, om 10 år: 23 procent
 - Ja, det är vi redan: 2 procent
 - Nej, det kommer vi aldrig: 39 procent

Källa: Det kontantlösa samhället (undersökning Insight Intelligence m fl)

Handlare vill ha kort och faktura men inte betalappar

- *Givet förutsättningarna som idag råder för olika betalmetoder, vilken betalmetod föredrar ni att använda er av i er verksamhet?*
 - Kort 45 %
 - Faktura 35 %
 - Kontanter 12 %
 - Annat 5 %
 - Betalappar genom smartphones 0 %

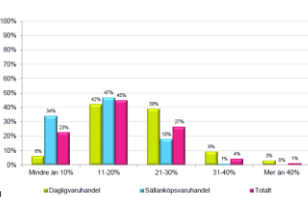
Källa: En kontant affär (undersökning Insight Intelligence m fl; mars 2014)

För 70 % av handlarna är kontantköp mindre än 20 % av köpen

Få köp görs med kontanter

Kortbetalningar dominerar i svensk detaljhandel idag. Bland sällanköpsvaruhandlarna svarar så många som en tredjedel (34 procent) att mindre än 10 procent av köpen i deras butiker görs med kontanter idag. Endast 1 procent av handlarna som tillfrågades svarade att kontantköpen utgör mer än 40 procent av köpen.

Hur stor andel av köpen i er butik görs med kontanter idag?



Källa: Handelsbarometern, juli 2014, Svensk Handel

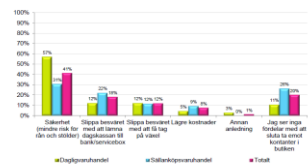
Och handlare är tveksamma till kontanter av andra skäl också

Kontantlösa butiker minskar rånrisken

Den främsta fördelen med att sluta ta emot kontanter i butik tycks vara kopplad till säkerheten och att risken för stöld och rån i så fall skulle minska. 41 procent av handlarna valde detta som främsta fördel med att sluta ta emot kontanter.

Var femte handlare (20 procent) ser inga fördelar med att sluta ta emot kontanter.

Vad anser du skulle vara den främsta fördelen med att sluta ta emot kontanter i butik?



Källa: Handelsbarometern, juli 2014, Svensk Handel

Säkerhet och verksamhetens krav styr handlarnas val av betaltjänst

- Vad är anledningen till att ni föredrar den betalmetod som ni svarat att ni skulle vilja använda er av i er verksamhet?

Samtliga branscher



Källa: En kontant affär (undersökning Insight Intelligence m fl; mars 2014)

Virtuella valutor är inte stora idag

Tabell 1. Utgivet värde och global omsättning (24 timmar) för decentraliserade virtuella valutasystem (urval: högst utgivet värde)

NAMN	UTGIVET	OMSÄTTNING (24h)
Bitcoin	8 295	20,12
Litecoin	327	3,28
Darkcoin	52	1,50
Peercoin	37	0,19
Dogecoin	30	0,53
Övriga	80	1,55
Totalt	8 821	27,17

* Siffrorna gäller för växelkurser och omsättning per 5 juni 2014. Källa: <http://coinmarketcap.com>. Bearbetning: Riksbanken.

Så totala värdet av Bitcoins (runt 57 miljarder SEK) är lägre än värdet av utestående sedlar och mynt i SEK (84 miljarder SEK 31/12 2013)

NB. De här uppgifterna gäller valutasystemens globala värden och aktiviteter.

Källa: Ekonomiska kommentarer, "Har virtuella valutor påverkat marknaden för betalningar?", Björn Segendorf, Riksbankens avdelning för finansiell stabilitet, Nr 2, 2014.

Bitcoin



Kurs Bitcoin / USD 2013-2015



Bitcoin transaktioner i Sverige

- Med kort och kontanter gör svenska hushåll dagligen mer än 8 miljoner betalningar till ett sammanlagt värde av mer än 3 miljarder kronor.
- I genomsnitt växlades cirka 212 Bitcoins per dygn till eller från svenska kronor under perioden december 2012 till maj 2014 till ett genomsnittligt värde av drygt 266 000 kronor.

Källa: Ekonomiska kommentarer, "Har virtuella valutor påverkat marknaden för betalningar?", Björn Sengdorf, Riksbankens avdelning för finansiell stabilitet, Nr 2, 2014.

Sverige - ett kontantlöst samhälle?

- Sverige kan mycket väl komma att bli kontantlöst men inte före år 2030.
- Det finns troligen en "tipping point" bortom vilken kostnaderna för kontantanvändningen blir så höga i relation till nyttan att viljan för att helt avskaffa kontanter blir ett centralt mål? Efter denna kan utvecklingen gå ganska snabbt.
- Regeringen / myndigheter samt konsumenter har stor möjlighet att bestämma hur utvecklingen av kontanthantering kommer att se ut men i praktiken verkar banker och handeln vara de som driver utvecklingen.
- Analysen av vinnare respektive förlorare ger ett sammanlagt resultat att handlare, banker och kortföretag troligen kommer att bli vinnare i ett kontantlöst samhälle.
- Sammanfattningsvis finns stora fördelar med ett kontantlöst samhälle även om vissa kommer att få det sämre om kontanterna försvinner.

Niklas Arvidsson INDEK / KTH

28

Översikt

1. Bakgrund och introduktion: var är vi idag?
 - Världen
 - Sverige
2. **Mobila betalningar och interoperabilitet**
3. Vägen framåt mot interoperabla mobila betalningar
4. Slutsatser och summering

Mobila betalningar

- Swish
- Wywallet
- Seamless SEQR
- Klarna
- Apple Pay
- M-Pesa

Swish – mobila kontoöverföringar

- Mobil betaltjänst av banker till konsumenter och mindre handlare (från 2014).
- Bankkontot kopplas till mobilnumret på internetbanken och identifiering sker genom Mobilt BankID.
- Banker
 - Danske Bank, Handelsbanken, Länsförsäkringar, Nordea, SEB, Skandia, Swedbank och Sparbankerna samt ICA Banken.
- Nästan 2,1 miljoner registrerade användare (2/2 2015)
 - Växte med 183 119 nya användare senaste månaden
- Transaktioner till ett värde av nästan 1,7 miljarder SEK i december 2014
- Avgifter: runt 1,5-2 kronor per mottagen betalning för handlare (varierar per bank) men gratis för konsumenter

Källor: <https://www.getswish.se/>, bankers hemsidor, mm.

Swish & Betalningar i Realtid (BIR)

- Bankgirots nya betalsystem, Betalningar i Realtid, har varit i drift sedan slutet av 2012.
- Sex banker lanserade Swish - den första betalprodukten i Sverige på en realtidsplattform.
- Utöver de sex banker som deltagit sedan starten väntas ytterligare ett antal ansluta sig till betalsystemet under 2013 och 2014.
 - I princip får alla som har bank- eller betaltjänstleverantör licens ansluta sig.
- Under 2014 kommer Swish att utvecklas för att även omfatta betalningar till butiker och handlare.

Källa: Bankgirot

Wywallet – en mobil plånbok

- Kunder kan välja att handla online direkt i mobilen, i en webbutik via datorn, via sms-köp eller i en fysisk butik, samt göra överföringar av kontanter, ladda kontantkort eller skänka pengar via sms.
- Betala via telefonnummer (knappas in på POS terminal) och app eller via "svep", NFC sticker och app
- Kunden väljer om köpen i WyWallet ska kopplas till ett betalkort, läggas på mobilfakturan eller på en separat kreditfaktura. Kontot i WyWallet kan också fyllas på via en kontoöverföring.
- WyWallet har 1,2 miljoner registrerade kunder, över 1 100 anslutna handlare och runt 30 000 transaktioner per dag.
- WyWallet ägs av 4T, ett samarbete mellan Telia, Telenor, 3, Halebop, Comviq och hallon. Det är ett av Finansinspektionen godkänt betalningsinstitut.
- Avgifter för konsument: Köp med SMS, på webben och i butik: 0 kr. Skicka pengar och uttag / överföring till bankkonto kostnadsfritt. Fakturaavgift: 19 kr/månad. WyWallet har påminnelseavgift på 60 kronor och inkassoavgift på 180 kronor.

Källor: www.wywallet.se mm.

Seamless SEQR

- Användningsområden som betala i butik och online, skicka pengar till vänner, betala parkering, donera pengar till välgörenhetsorganisationer och även nyttja erbjudanden.
- SEQR samlar kundens inköp under en månad på en faktura. Information om inköp och kvittohistorik finns tillgängligt i en app.
- SEQR använder QR-koder i kassan och Seamless egenutvecklade transaktionsväxel i grunden.
- Svensk Handel och Visita har tecknat ramavtal med SEQR för att kunna erbjuda sina medlemmar förmånligare avtal för mobila betalningar.
- Avgifter:
 - Upp till 50% lägre kostnad än med kortbetalning för handlare. Ingen startavgift eller månadskostnad.
 - Konsument använder SEQR gratis. Inga extra avgifter förutsatt att fakturan betalas i tid. Vid delbetalning av fakturan tillkommer en avavgift och ränta och om betalningen kommer in för sent tillkommer en påminnelseavgift på 60 kr.
- Handlare som Apotek Hjärtat, Apoteksgruppen, Din Sko, Ecco, Hemköp, McDonalds, Q Park, Tempo, Ur & Penn, Willys, m fl.

Källor: www.seamless.se mm.

Klarna

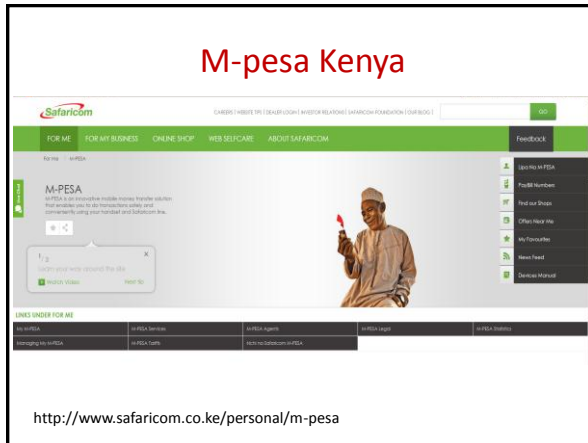
- Klarna Mobil - dina köp under en månad samlas på en faktura som du får månaden efter.
- Registrering hos Klarna och sedan identifiering samt köp via SMS. Betalning via faktura.
- Avgifter:
 - Handlare: Klarna Checkout - fast transaktionskostnad: 2.95%. Plus Månadskostnad (inkl alla betalsätt): 599 SEK per månad
 - Konsument: Delbetalning och kredit – startavgift 95 – 295 kr, månadsavgift 29 kr och effektiv ränta (11,45 – 20,65 %). Om betalningen uteblir tillkommer påminnelseavgift 60 kr samt dröjsmålsränta 24 % plus Riksbankens fastställd referensränta.
- Handlare som t ex Adlibris, ginatricot, Ginza, Länna sport, mm.

Källor: www.klarna.com mm.

Apple Pay

- Registrerat kort (VISA, Mastercard, American Express) i iTunes/Passbook och fullmakt så att pengar kan dras från detta kort
- *One touch to pay with Touch ID.* NFC teknik som gör att telefonen (iPhone 6) kommunicerar trådlöst med terminalen och du identifierar samt accepterar med ditt fingeravtryck (Touch ID). Bekräftelse via vibration och surr. Fungerar även vid in-app betalningar.
- Fungerar i USA med många banker (Bank of America, Chase, Citi, m fl) och handlare (McDonalds, Subway, Nike, ToysRus, m fl) samt appar (t ex Disney, Apple, Groupon, Uber, m fl) som är med i systemet.
- Med andra ord: en kortbetalning utan kort.

Källor: <http://www.apple.com/apple-pay/> mm



M-PESA

- "Since its inception 7 years ago, M-PESA has continued to lead the world in mobile money technology. It has revolutionised the way Kenya does business; it has been a source of great transformation in the lives of Kenyans. As the world spins further into the 21st Century, the future of M-PESA is promising, revealing more opportunities to bring positive change and progress to Kenya and the world" (<http://www.safaricom.co.ke/personal/m-pesa>).

- **M-PESA Services**
 - [Bulk Payments](#)
 - [Buy Safaricom Airtime](#)
 - [Deposit cash to your account](#)
 - [Lipa Karo na M-PESA](#)
 - [M-PESA Prepay Safaricom Card](#)
 - [Manage your M-PESA account](#)
 - [Pay Bill](#)
 - [Send \(Transfer\) money](#)
 - [Withdraw money](#)
 - [Lipa Na M-PESA Fuel Loyalty](#)
 - [Lipa na M-PESA Shinda a home](#)

Tjänster

- **Swish** – överföring mellan bankkonton via mobilen
- **Wywallet** – mobil plånbok kopplad till kort, faktura eller konto hos leverantörer
- **Seamless SEQR** – registrering, kredit och faktura
- **Klarna** - registrering, kredit och faktura
- **Apple Pay** – kortbetalning utan kort via mobila
- **M-Pesa** – elektroniska pengar som kan skickas, betalas med, omvandlas till kontanter, mm.

Konsumenter och mobila betalningar

Konsumenter om mobila betaltjänster

- Konsumenter känner inte till de lösningar som finns
- Konsumenter måste utbildas i de nya tjänsterna för att tjänsterna ska få deras förtroende
- Många – 33 procent - kopplar inte upp sig på Internet via mobilen
- Konsumenter är inte oroliga för integritetsproblem

Oetablerad marknad för mobilbaserade betalningar
Flera av de nya betaltjänsterna är nästan helt okända för de svarande. Nästan nio av tio (85%) säger att de aldrig använder betal-appar. Nio av tio (85%) svarar att de aldrig använder 3D-SC-betalningar.

Bristande kunskap, ett hinder för användande av digitala betaltjänster
På frågan om vilka faktorer man ser som hinder för ett vidare användande av digitala betaltjänster var förtroendet stora grupp som är trevissamma (52%) det vanligaste förekommande svaret. "Jag är inte tillräckligt insatt i hur de nya betaltjänsterna fungerar" (16%). Ett annat svar är "Jag har inte förtroende för den nya tekniken" (14%). Här har alltså leverantörerna av de olika betaltjänsterna ett viktigt informationsarbete framför sig.

Begränsad uppkoppling, ett hinder för mobilbaserade betaltjänster
En dryg tredjedel (33%) säger att de i liten grad, det vill säga endast ett par gånger per vecka eller aldrig är uppkopplade till Internet genom sin telefon. Där finns en utmaning för leverantörerna av mobilbaserade betaltjänster då det betyder att endast sju av tio idag kan använda deras tjänster. För smartphone är sex av tio uppkopplade i liten grad.

Ingen oro för integritetsaspekten av digitala betalningar
Endast sex procent svarade negativt på frågan om vad som hindrar en att i större utsträckning använda digitala betaltjänster. På frågan "Vad tror du är utmaningen till att Sverige inte kommer att bli kontantlöst?" var det svaret som svarade negativt som tog upp frågan om integritet. Det verkar med andra ord som om integritetsaspekten av ett digitalt mer spårbart samhälle inte är en stor oro bland de svarande.

Konsumenter och mobila betalningar

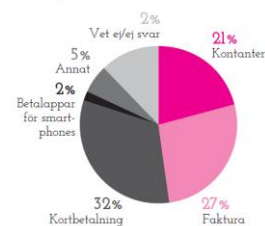
- Konsumenterna jämför mobila betalningar med kortbetalningar. Detta är hygienfaktorer. **Kort är benchmark!**
 - Mobila betalningar får inte vara långsammare, krångligare, dyrare eller mer osäkra än kortbetalningar om konsumenterna ska börja använda dem.
 - De ska fungera på minst lika många ställen som kortbetalningar.
- Kritiska faktorer för om (=när) konsumenterna börjar använda mobila betalningar är:
 - Tillit – främst till leverantörerna
 - Lätthet att lära sig använda den nya tjänsten. Alla kan redan betala med kort eller kontanter och om problem vid inledande försök med mobila betalningar blir stora kommer konsumenterna tveka innan de provar igen.
 - Och....mervärden - om det skapas tjänster för betalningar där kontanter och kort inte är bra (P2P, mobila platser som bussar, tåg osv.) så kan detta driva processen snabbare

Handlare och mobila betalningar

Kortbetalningar är mest kostnadseffektiva för handlare

Vilken betalmetod anser du vara mest kostnadseffektiv?

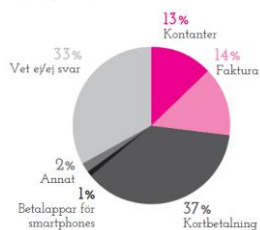
Samtliga branscher



Många handlare – 33 % – vet inte om betaltjänster kan skapa merförsäljning

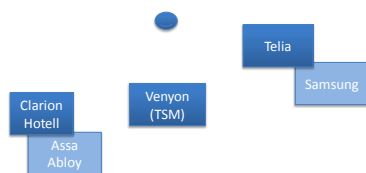
Vilken betalmetod anser du driver merförsäljning bäst?

Samtliga branscher

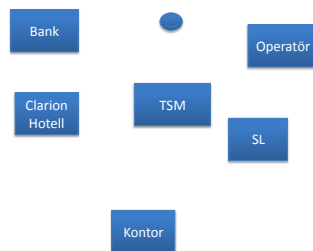


En diskussion om interoperabilitet

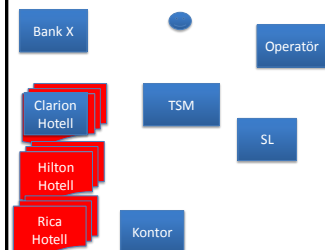
Clarion Hotell – en mobil betaltjänst



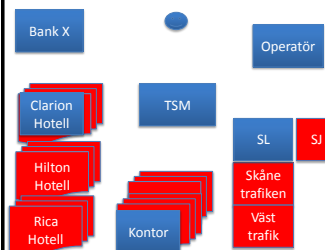
Clarion Hotell – en mobil betaltjänst för fler än Clarion?



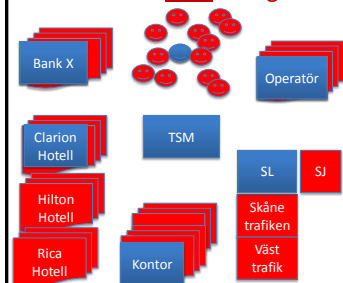
Men vad händer sen:
Ett hotell -> En hotellkedja -> Många hotellkedjor



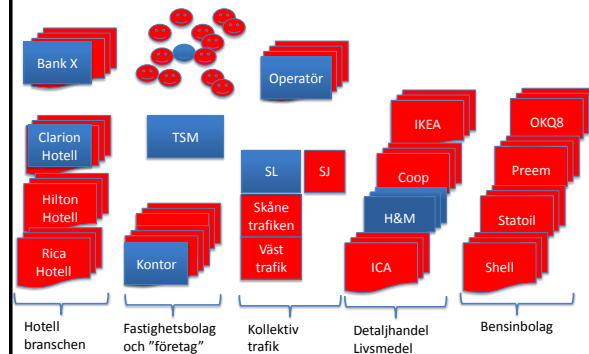
En bransch -> Många branscher



Dessutom: många banker och många operatörer
OCH många konsumenter



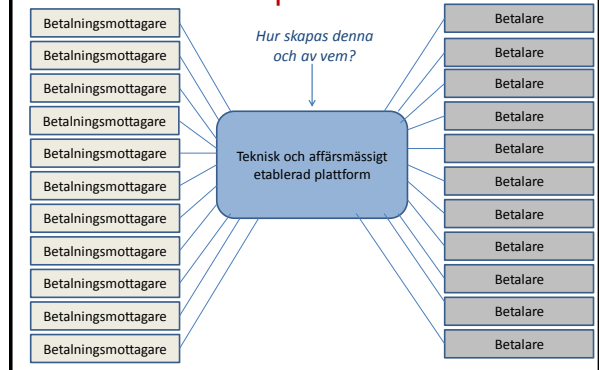
Målet för att skapa interoperabilitet



Slutsatser: Telia mobile wallet, BART och Clarion hotell

- Målet för varje satsning var att skapa en standard som skulle dominera marknaden och därmed lägga grunden för en central plats i den mobila betalbranschen
- Ingen lyckades få tillräcklig anslutning till sin egen tjänst
 - Telias mobila plånbok – utmaningen med nummer portabilitet och betalningar mellan konsumenter med olika telekomleverantörer
 - Swedbanks BART – utmaningen att få tillräckligt många som anslöt sig för att få skalfördelar och lärprocesser (butikspersonal och konsument) samt att konsumenter inte vill ha en tjänst som (nästan) endast kan användas i en butik
 - Clarion – kunde låta systemet växa inom hotellkedjan och kanske få med andra hotell men hur skulle de länka till andra branscher (kollektivtrafik, detaljhandel, bensinbolag, restauranger, fastighetsbolag, mm.)?
- Så: vägen mot ett system för mobila betaltjänster bygger på interoperabilitet!

Interoperabilitet



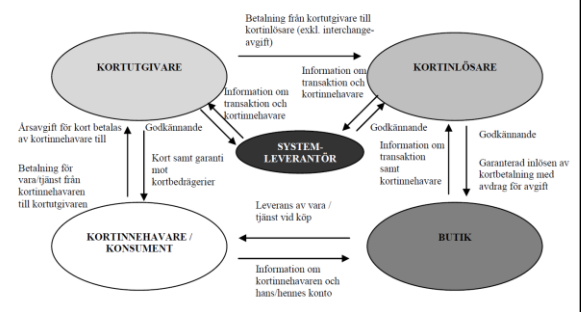
VISA och Groupement Cartes Bancaires, Frankrike, 90-talet

Problematisering: Vilket problem ska lösas?	Skapa lägre transaktionskostnader – ersätta checkar
Intéressement: Hur kan en central aktör få andra intresserade av att tillsammans lösa problemet?	Skapelsen av VISA som en medlemsägd "not-for-profit" organisation med HK i San Francisco. Handlare lockas med att VISA erbjuder tydliga regler och avgiftsstrukturer samtidigt som detta möjliggör för handlare att ta emot betalningar från alla kunder (även internationella) om deras kort är kopplade till VISA VCS. Konsumenter erbjuds samtidigt att kunna betala i (stort sett) alla butiker med sina VISA kort.
Enrollment: Se till att leda processen för att realisera allas intressen.	VISA schemes och regler som definierar och koordinerar roller och samverkan genom strukturer för avgifter och ansvar – intresseuppfyllning för alla.
Mobilization: När inblandade aktörer tillsammans jobbar för att lösa problemet	VISA-baserad interaktion och acceptans av roller – banker, handlare och konsument (samt andra).

Källa: Ramirez & Wallin (2000)

Kortsystemet – hög interoperabilitet skapat av samarbete mellan banker

Figur 2. Förenklad bild av den s.k. fyrtjärtsmodellen som styr kortsystemet³



Översikt

1. Bakgrund och introduktion: var är vi idag?
 - Världen
 - Sverige
2. Mobila betalningar och interoperabilitet
3. **Vägen framåt mot interoperabla mobila betalningar**
4. Slutsatser och summering

Co-opetition – utmaningen vid gemensamt arbete för interoperabilitet

VISA



Cooperation-dominated Relationship: Coopetitive relationships consisting of more cooperation than competition



Equal Relationship: Cooperation and competition are equally distributed



Competition-dominated Relationship: Coopetitive relationships consisting of more competition than cooperation

FIGURE 1. Different types of coopetitive relationships between competitors

Maria Bengtsson & Sören Kock, 2000, "Coopetition" in Business Networks — to cooperate and compete simultaneously. *Industrial Marketing Management*, 29: 411–426.

Standards för interoperabilitet

Fyra funktioner:

1. Information
2. Kvalitet
3. Begränsar produktvariation
4. Skapar länkar / kompatibilitet

Vägen mot kortbaserade mobila betalningar
Niklas Arvidsson (KTH)

Hur skapas interoperabilitet för mobila betalningar?

Enl. banker, kortföretag och handlare (wsp: 45 deltagare)

1. **Information** – VISA / Mastercard kan göra detta men även konsumenterna och regelverk (PSD, SEPA) bör få inflytande
2. **Kvalitet** – VISA / Mastercard bör göra detta
3. **Begränsa produktvariation** – konsumenterna kommer att tvinga alla leverantörer att gå i en gemensam riktning
4. **Skapar länka / kompatibilitet** - VISA / Mastercard bör göra detta

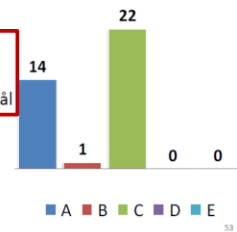
Mobila betalningar via kort eller konton?

- Kommer mobila betaltjänster byggas på:
 - Infrastrukturen för kort
 - Global interoperabilitet
 - Höga avgifter?
 - Alla kan den
 - Infrastrukturen för konton
 - Snabba betalningar och färre lager av system och leverantörer
 - Nationella begränsningar
 - Nya avgiftsstrukturer – konsumenten betalar?

Vägen mot kortbaserade mobila betalningar
Niklas Arvidsson (KTH)

Vilken strukturell bas kommer mobila betaltjänster att grundas på?

- A) Kortsystemet
- B) Kontosystem som är fristående från kortsystemet (t ex bank konto eller konto hos annan aktör)
- C) En kombination av konton och kortsystem där kunden själv kan välja beroende på situation och andra önskemål
- D) Något annat
- E) Vet ej



Enl. banker, kortföretag och handlare (wsp: 45 deltagare)

Drivkrafter och interoperabilitet

Detta stimulerar interoperabilitet

- Konsumenternas beteenden och värderingar
- Att VISA och Mastercard har en dominerande ställning
-
- Handlarnas strategier
-

Detta hindrar interoperabilitet

- Att banker och telekomföretag inte samarbetar
-
- Nationella system för clearing och settlement
- Arbete som SEPA och/eller EPC och GSMA
-

Enl. banker, kortföretag och handlare (wsp: 45 deltagare)

Tjänster

Via kort

- **Wywallet** – mobil plånbok kopplad till kort, faktura eller konto hos leverantörer
- **Apple Pay** – kortbetalning utan kort via mobila

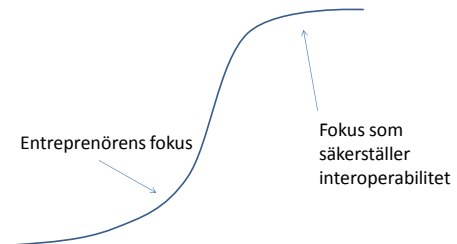
Via konton (...och faktura)

- **Swish** – överföring mellan bankkonton via mobilen
- **Wywallet** – mobil plånbok kopplad till kort, faktura eller konto hos leverantörer
- **Seamless SEQR** – registrering, kredit och faktura
- **Klarna** - registrering, kredit och faktura
- **M-Pesa** – elektroniska pengar som kan skickas, betalas med, omvandlas till kontanter, mm.

Kritiska strategiska frågor

- Hur skapas **interoperabilitet** och en egen stark affärsmodell / position samtidigt?
 - Hur skapas ett affärssystem som möjliggör interoperabilitet vilket i sin tur bygger på lönsamhet för alla de aktörer som ingår i ett nätverk?
 - Hur attraheras handlare?
 - Hur attraheras konsumenter?
- Två alternativ: använda **kortsystemet** eller använda **direkta konto-till-konto överföringar**?
 - Möjlighet till interoperabilitet?
 - Lönsamhet för huvudaktör samt de andra i nätverket?
 - Attraktivitet för betalningsmottagare (företag och konsumenter)?
 - Attraktivitet för betalare (företag och konsumenter)?

Diffusion av innovation vs. interoperabilitet



Innovationssatsningar fokuserar oftast på "early adopters" men för att skapa interoperabilitet så måste även "laggards" börja använda de nya tjänsterna.

Men också: är det bra att vara först med det nya?

First-mover fördelar

- Unik tillgång till kritiska resurser
- Kan sätta struktur för förväntningar och beteenden (t ex för kunder)
 - Uppfattningar / attityder
 - Byteskostnader / Switching costs
 - Nätverkseffekter / Network externalities
- Kan bygga kompetens och förmåga
 - Erfarenhetskurvan

First-mover nackdelar

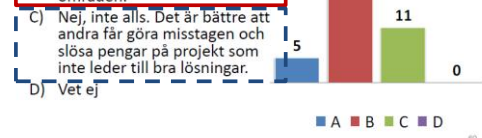
- Kan inte lära från andras misstag (latecomers may free ride)
- Investerar för att skapa marknaden / hantera marknadsosäkerhet
- Risk att bygga in sig i tidig teknik som sedan möter teknikskifte
- Risk att bygga på tidiga kundbeteenden som sedan ändras
- Inertia / snabb framgång medför en risk att man blir lat
- Om man inte hanterar ny konkurrens på ett bra sätt kan problem med kunders tillit uppstå

Vägen mot kortbaserade mobila betalningar
Niklas Arvidsson (KTH)

Source: Lieberman & Montgomery

Är det bra att vara först med en innovativ mobil betaltjänst?

- A) Ja, definitivt. Den som är först kan styra branschen och marknaden i den riktning man vill.
- B) Nja, kanske inte bäst att vara först men man måste absolut ligga i framkant på viktiga områden.
- C) Nej, inte alls. Det är bättre att andra får göra misstagen och slösa pengar på projekt som inte leder till bra lösningar.
- D) Vet ej



Enl. banker, kortföretag och handlare (wsp: 45 deltagare)

Översikt

1. Bakgrund och introduktion: var är vi idag?
 - Världen
 - Sverige
2. Utvecklingen i Sverige
3. Mobila betalningar och interoperabilitet
4. Vägen framåt mot interoperabla mobila betalningar
5. **Slutsatser och summering**



Summering av handlares och konsumenters värderingar

Konsumenter

- Kontantanvändningen minskar
MEN de är "en mänsklig rättighet" (djupt rotad tradition) som inte kan ersättas i alla situationer
- Kort är vanligast – och växer
- Konsumenter har definitivt börjat använda mobila betalappar
- Många är dock tveksamma, har inget behov och känner sig osäkra inför mobila betalappar
- De är inte oroliga för integritetsproblem vid digitala betalningar

Handlare

- Handlare vill ha kort och faktura men inte betalappar
- Säkerhet och verksamhetens krav styr handlarnas val av betaltjänst – inte avgifter!
- Kortbetalningar är den mest kostnadseffektiva betaltjänsten för handlare
- Många handlare – 33 % – vet inte om betaltjänster kopplat till mervärden (CRM, lojalitetsprogram, osv.)
 - Detta talar emot utvecklingen av betaltjänster kopplat till mervärden (CRM, lojalitetsprogram, osv.)



Avslutande summering

- Kontantanvändningen minskar, kortanvändningen ökar, virtuella valutor är små och mobila betalmedel håller på att etableras.
- Det uppstår många typer av mobila betaltjänster med fundamentalt olika egenskaper som erbjuds av olika leverantörer (banker, mobil operatörer).
 - Mobila betalningar via kort eller konton?
 - Priser och förutsättningar skiljer sig åt mellan olika lösningar.
 - Mobila betalningar kan bli ett bra alternativ vid e-handel och ett substitut till kontanter men konsumenter måste lära sig att använda och lita på dessa tjänster.
- Marknaden är fragmenterad med stor konkurrens mellan de olika lösningstyperna samt mellan företag med samma lösningstyp.
 - De med interoperabla lösningar som realiserar mervärden kommer bli starka.
 - Handlare (och konsumenter) måste vara hårda kravställare så att tjänsterna blir värdefulla och kostnadseffektiva för dem.