



deel online



Jan-Willem van der Schoot
‘Jongeren willen vooral snelheid en gemak, terwijl ouderen vooral zekerheid zoeken’

DE TOEKOMST VAN HET BETALEN

De manier waarop Nederlanders betalen is de afgelopen jaren razendsnel veranderd. “Zes jaar geleden deden we nog massaal onze betaalpas in een betaalterminal. Nu gaat 90% van de betalingen contactloos en de helft daarvan zelfs met de telefoon.”

Jan-Willem van der Schoot, Country Manager van Mastercard Nederland, benadrukt dat de verschuiving in de manier van betalen nog maar het begin is. “De komende jaren verandert ons betaalgedrag opnieuw – en fundamenteel.” De eerste verandering is al begonnen. Nederlandse banken vervangen sinds deze zomer geleidelijk hun betaalkaarten. De bekende Maestro-kaart verdwijnt en maakt plaats voor betaalpassen die wereldwijd werken en ook online inzet-

baar zijn, de Debit Mastercard. “Met deze nieuwe pas kun je niet alleen overal in Europa, maar ook buiten Europa betalen”, zegt Van der Schoot. “En ook online, net zo makkelijk als met een creditcard.”

Click to Pay

Ook het online betaalproces zelf wordt eenvoudiger. Mastercard introduceert Click to Pay, een technologie die handmatig invullen van kaartgegevens overbodig maakt. “Met één klik rond je veilig een

betaling af via een ‘getokeniseerde’ betaling; zo hoef je niet telkens opnieuw je gegevens in te voeren. Dat bespaart tijd en verkleint de kans op fouten of fraude.” De nieuwe methode is al live bij onder meer MediaMarkt en zal de komende jaren breder worden uitgerold. “Het is prettig voor consumenten, maar ook voor winkeliers: hoe minder stappen, hoe minder uitval tijdens het betaalproces.”

Veilige transacties

Volgens Van der Schoot ligt de uitdaging niet alleen in gemak, maar vooral in veiligheid. “Iedere seconde dat iemand in Nederland betaalt, wordt er op de achtergrond een enorme hoeveelheid technologie ingezet. We zorgen ervoor dat alle partijen met elkaar kunnen communiceren en dat transacties veilig verlopen.”

Niemand buitensluiten

Mastercard ziet bovendien dat de behoeften tussen digitale generaties uiteenlopen. “We hebben een onderzoek uitgevoerd en hieruit blijkt onder meer dat jongeren vooral snelheid en gemak willen, terwijl ouderen vooral zekerheid zoeken. Hier moeten we rekening mee houden; wij willen dat niemand wordt buitengesloten”, zegt Van der Schoot. De missie is duidelijk: “Betalen moet soepel, veilig en universeel zijn. Of je nu met je telefoon betaalt in de supermarkt of online een abonnement afsluit: het moet gewoon werken. Dat is de kern van ons werk.” ●