

Contant geld: gedrag en beleving van retailers

Uitkomsten DNB onderzoek, in samenwerking met Panteia, naar het gedrag en de beleving van retailers ten aanzien van contant geld

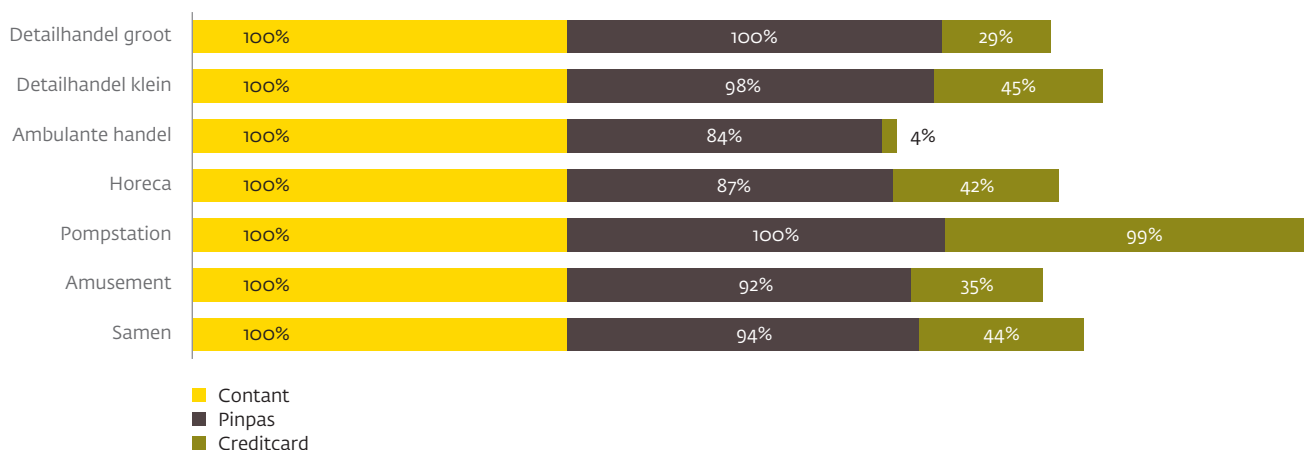
Retailers zijn een belangrijke schakel voor een efficiënt en veilig contant betalingsverkeer. Zij hebben dagelijks te maken met contant geld; geld dat zij ontvangen, controleren, tellen en afstorten. Uit recent onderzoek van DNB blijken retailers tegenstrijdige gevoelens te hebben ten aanzien van contant geld. Contant geld betekent handel, maar geeft ook een gevoel van onveiligheid en brengt kosten met zich mee.

1

Het gebruik van contant geld

1.1 Acceptatie

Figuur 1: acceptatie betaalmiddelen

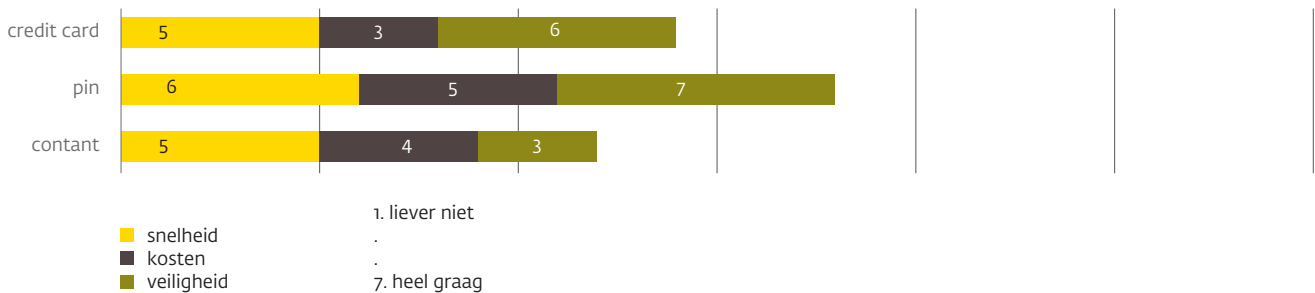


Contant geld is het enige betaalmiddel dat bijna alle retailers accepteren. Dit onderzoek onder 1.340 retailers laat zien dat zelfs alle respondenten contant geld accepteren. Acceptatie van pinbetalingen is bijna ook volledig, alleen horeca en ambulante handel blijven hierin achter. De credit card wordt door vrijwel alle pompstations geaccepteerd, terwijl de ambulante handel dit betaalmiddel vrijwel niet accepteert.

Respondenten accepteren niet alle munten en bankbiljetten. Voor de 1 en 2 eurocent en het 500 eurobiljet gelden dat deze door circa 40% worden geaccepteerd. Voor het 100 eurobiljet en 200 eurobiljet ligt de acceptatie op respectievelijk 94% en 63%. De sectoren vertonen onderling weinig verschillen in de acceptatie van de verschillende munten en biljetten.

1.2 Voorkeur

Figuur 2: voorkeuren betaalmiddelen

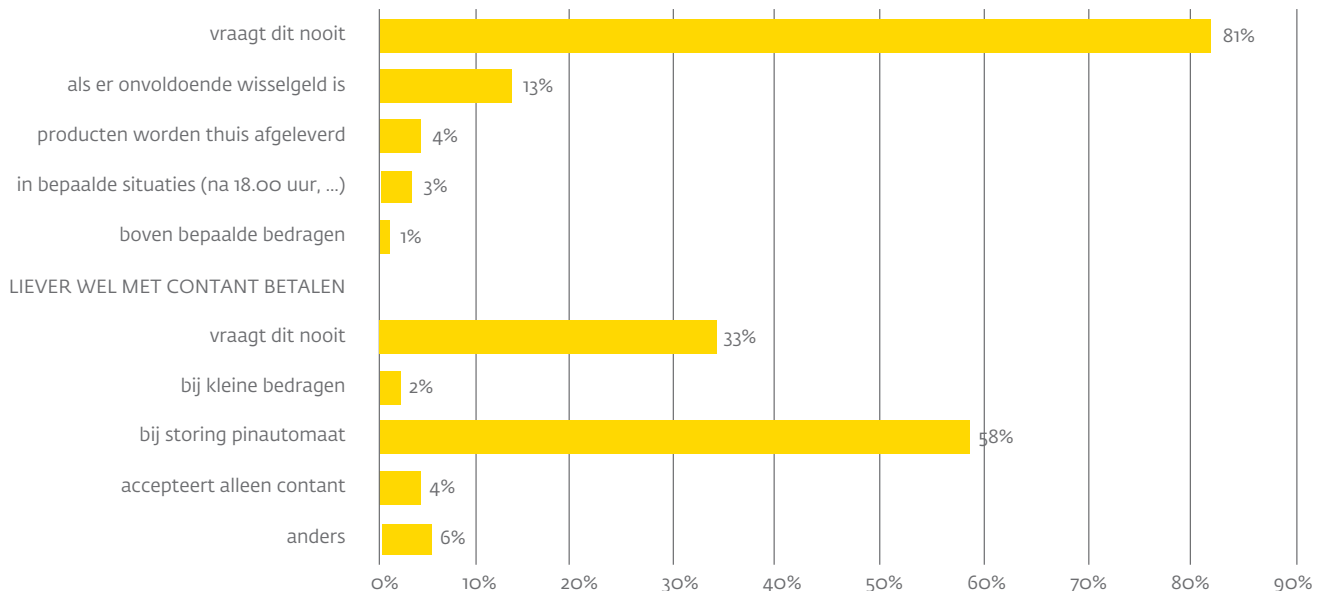


Hoewel alle respondenten contant geld accepteren, ontvangen zij het liefst een betaling met de pinpas. Vooral veiligheid van contant geld scoort laag in vergelijking met de betaalmiddelen pinpas en credit card. Toch heeft contant geld belangrijke voordelen. Een daarvan is dat dit betaalmiddel het belangrijkste alternatief is voor het geval de pinpas niet werkt.

Het blijkt dat 81% van de respondenten niet pro-actief stuur op het verminderen van contante betalingen. De klant is koning en bepaalt hoe er wordt betaald.

Figuur 2a: sturen op betaalgedrag

LIEVER NIET MET CONTANT BETALEN



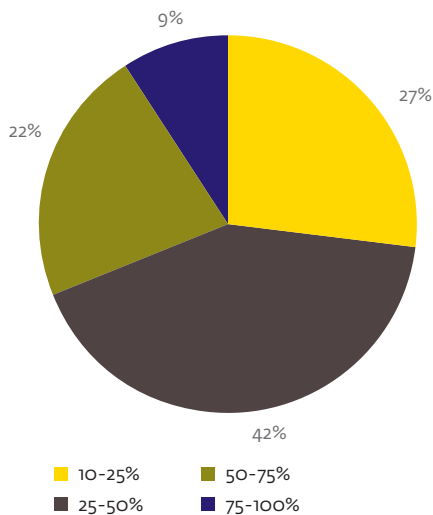
Van alle respondenten geeft 59% aan dat zij in de afgelopen zes maanden een of meerdere keren te maken hebben gehad met een pinstoring. Slechts 18% van de respondenten heeft nog nooit een pinstoring gehad. 96% van de respondenten bij de pompstations hebben een pinstoring gehad in de afgelopen 6 maanden.

de horeca laat de klant later terug komen om te betalen. Vooral respondenten bij pompstations vragen om betaling met credit card (20%) of een eenmalige machtiging (23%). In de overige sectoren worden de credit card en de eenmalige machtiging weinig als alternatief betaalmiddel gevraagd.

In geval van pinstoring vraagt 58% van de respondenten de klant contant te betalen. 32% van de respondenten in

1.3 Aantal contante betaaltransacties

Figuur 3: aantal contant betaaltransacties gemiddeld per dag

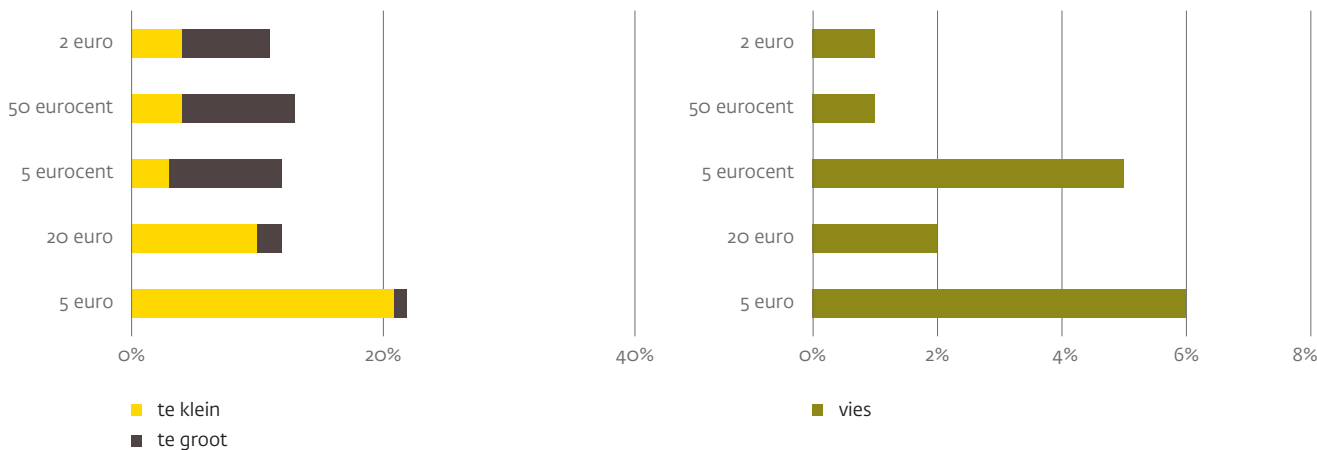


31% van de respondenten geeft aan dat zij meer dan de helft van het aantal betaaltransacties per dag, in contant afrekenen. Dit geldt vooral bij respondenten uit de sectoren ambulante handel (70%) en horeca (50%). De meerderheid van de betalingen bij de meeste respondenten in de sectoren pompstations en detailhandel zijn niet in contant.

2

Kwaliteit van de eurobiljetten en -munten

Figuren 4a en 4b: perceptie kwaliteit eurobiljetten en euromunten

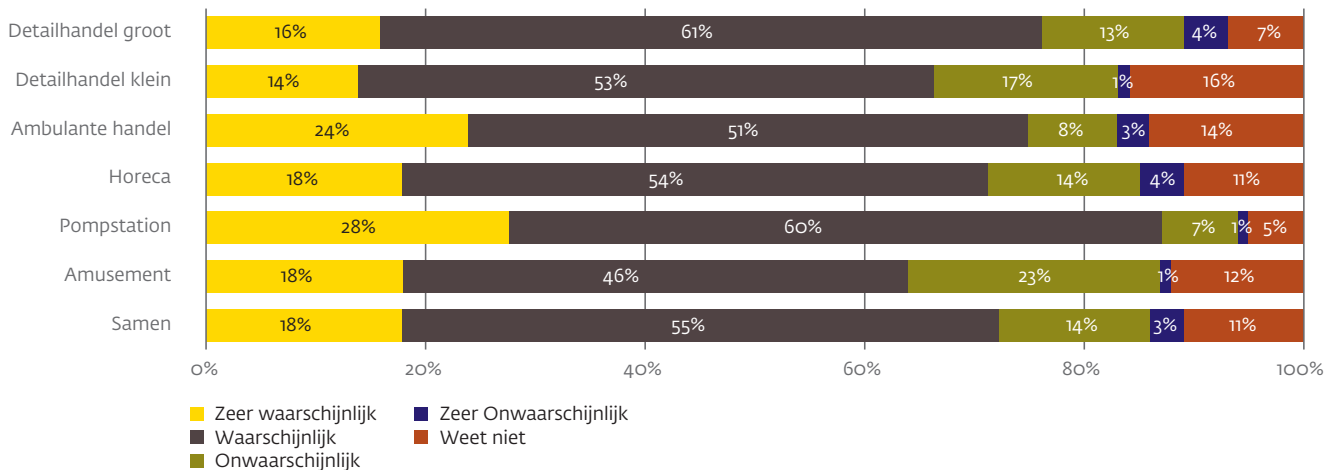


De meerderheid van de respondenten is tevreden met het formaat en de kwaliteit van de eurobiljetten en euromunten. De meeste aanmerkingen zijn er op het formaat van het 5 eurobiljet. 21% van de respondenten ervaart dit biljet als te klein. Wat betreft viesheid zijn er vrijwel geen opmerkingen. 61% van de respondenten geeft aan nog nooit een bankbiljet

te hebben geweigerd omdat men vond dat de kwaliteit niet voldeed. Van de overige 39% geeft meer dan de helft als verklaring dat het detectieapparaat het biljet niet herkende. Andere belangrijke redenen om een biljet te weigeren was dat er een stuk miste van het biljet of dat het biljet diverse scheuren had.

Vals geld

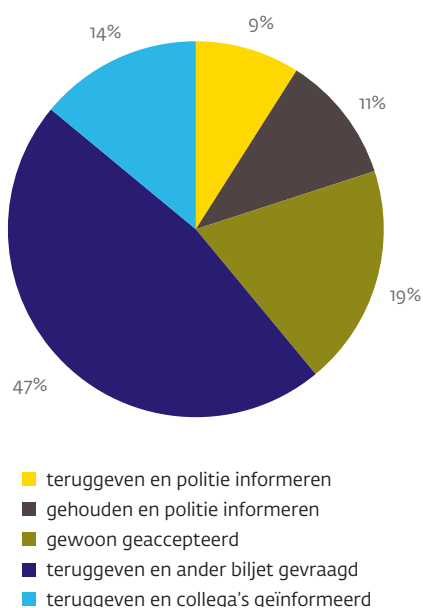
Figuur 5: denkt een vals eurobiljet te herkennen



DNB adviseert om een biljet goed en zichtbaar te controleren. Bijna drie kwart van de respondenten denkt een vals eurobiljet te zullen herkennen. De overgrote meerderheid (78%) van de respondenten geeft aan dat intern een beleid is opgesteld ten aanzien van bankbiljettencontrole. Dit geldt vooral voor de respondenten uit de sectoren met hoge transactievolumes (pompstations en detailhandel groot). Het laagste procentuele aantal met een beleid zijn de ambulante handelaren (61%).

De respondenten maken een onderscheid in de biljetten die ze wel en niet controleren; de meerderheid van de respondenten controleert de biljetten van 50 euro (75%) en hoger (86%). Hierbij gebruikt 80% van de respondenten een detectieapparaat, waarvan 70% een automatische controle apparaat heeft. De ambulante handelaren gebruiken het minst vaak een apparaat, maar alsnog is dit 55% van de handelaren. De respondenten zonder apparaat doen een handmatige controle waarbij zij vooral het watermerk (77%) en de folie (62%) controleren.

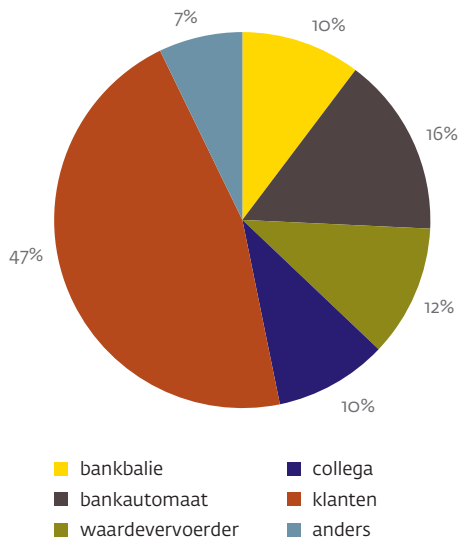
Figuur 6: gedaan toen een verdacht biljet werd aangeboden



De helft van de respondenten heeft ooit te maken gehad met vals geld; een kwart in de afgelopen zes maanden. Het advies van DNB is om een verdacht biljet te weigeren. 70% van de respondenten meldt dit gedaan te hebben, waarbij in 14% van de gevallen collega's werden geïnformeerd. Bovendien is het advies om aangifte te doen bij de politie als de klant verdacht is. Een op de vijf respondenten meldt dit gedaan te hebben.

Kassaperikelen

Figuur 7: hoe men komt aan wisselgeld



Uit het onderzoek blijkt dat retailers creatief zijn in het voorkomen van kosten voor het afstorten en het verkrijgen van wisselgeld.

Voor alle sectoren geldt dat klanten de belangrijkste bron zijn om aan wisselgeld te komen. De waardetransporteur is daarnaast een belangrijke bron voor de respondenten met hoge contante volumes: de grootschalige detailhandel en de pompstations. Verder is opvallend dat een vijfde van de ambulante handelaren via collega retailers aan hun wisselgeld komen. De bankbalie blijkt ook nog met

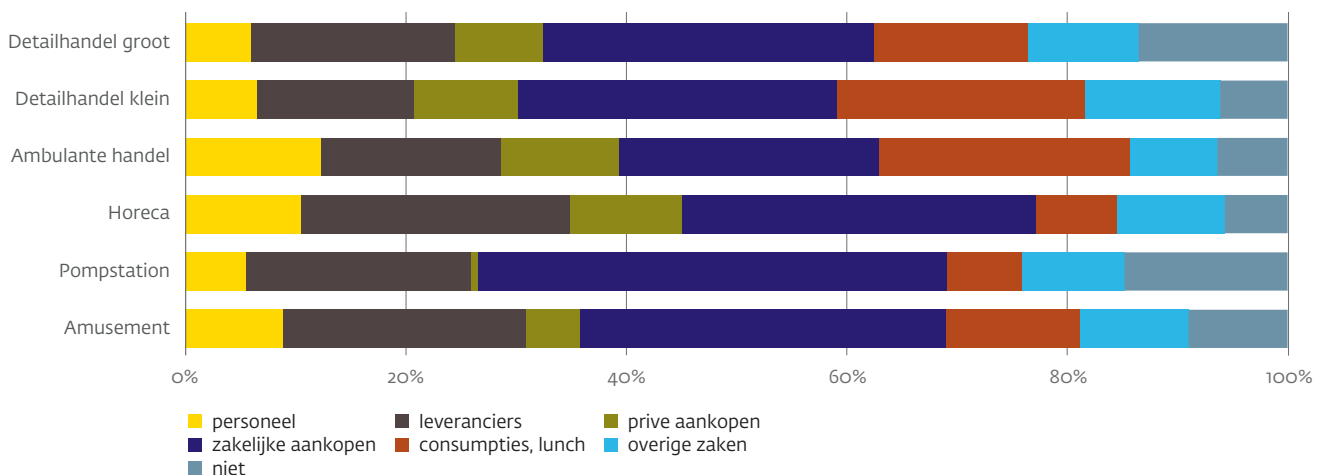
regelmaat te worden bezocht door de respondenten voor wisselgeld doeleinden.

70% van de respondenten geeft aan regelmatig een tekort te hebben aan munten en bankbiljetten. De tekorten betreffen met name de munten 1 euro (68%), 2 euro (65%) en het biljet van 5 euro (56%).

Het bijpinnen van contant geld bij een pintransactie (zogenaamde cash back) is bij 58% van de respondenten mogelijk. Bij retailers met hoge contante volumes (grootschalige detailhandel 70% en de pompstations 90%) zijn cash backs vaker mogelijk dan bij de kleine retailers (kleinschalige detailhandel, ambulante handel en horeca). De overgrote meerderheid van de respondenten betaalt derden uit de kassa. Bij de grotere retailers (grootschalige detailhandel en de pompstations) wordt dat door 75% van de respondenten gedaan; bij de kleine retailers (kleinschalige detailhandel, ambulante handel en horeca) betaalt 85% van de respondenten derden uit de kassa. De meerderheid van deze derden uitbetalingen betreft zakelijke aankopen. 60% van de respondenten in de horeca doet betalingen uit de kassa aan leveranciers. In de detailhandel klein en de ambulante handel wordt door een meerderheid van de respondenten de kassa gebruikt voor consumpties en lunch uitgaven.

Het doen van cash backs en uitbetalingen aan de kassa verminderen het afstortvolume bij de bank en daarmee ook de afstortkosten.

Figuur 8: wie betaalt men uit de kassa



Afstorten

Tabel 1: waar stort men geld af

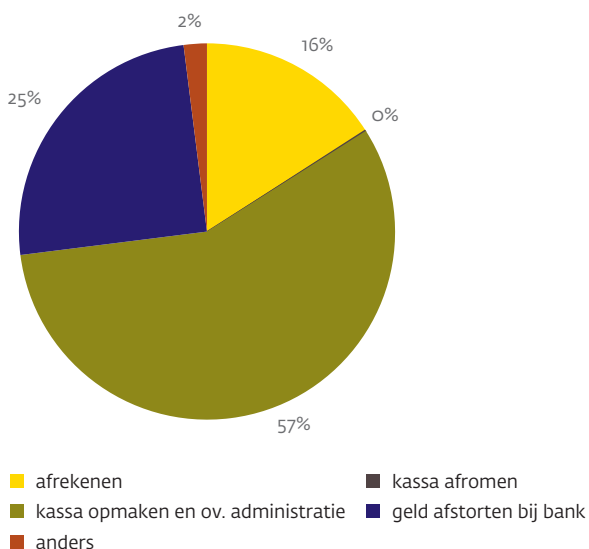
	bankbalie	sealbagautomaat	bankbiljetten afstortautomaat	waardevervoerder	gesloten kassasysteem	muntgeld afstortautomaat
Amusement	6%	61%	13%	33%	2%	2%
Pompstation	2%	48%	12%	45%	10%	1%
Horeca	4%	65%	36%	3%	0%	0%
Ambulante handel	6%	59%	44%	0%	0%	0%
Detailhandel klein	5%	62%	29%	11%	0%	0%
Detailhandel groot	3%	51%	11%	40%	1%	0%
Samen	4%	58%	25%	20%	2%	1%

De sealbag automaat is met 58% voor alle sectoren de meest gebruikte methode om contant geld af te storten. De retailers met hoge contant geld volumes gebruiken daarnaast ook veelal een waardetransporteur. Bij pompstations maakt 10% van de respondenten gebruik van een gesloten kassasysteem; een geautomatiseerd

kassasysteem waarbij de retailer de kassa zelf niet meer handmatig hoeft te legen, tellen en af te storten. Waar circa 10% van de respondenten voor het verkrijgen van wisselgeld naar de bankbalie gaat (zie figuur 7), wordt deze minder vaak gebruikt als punt om geld af te storten (4% van de respondenten).

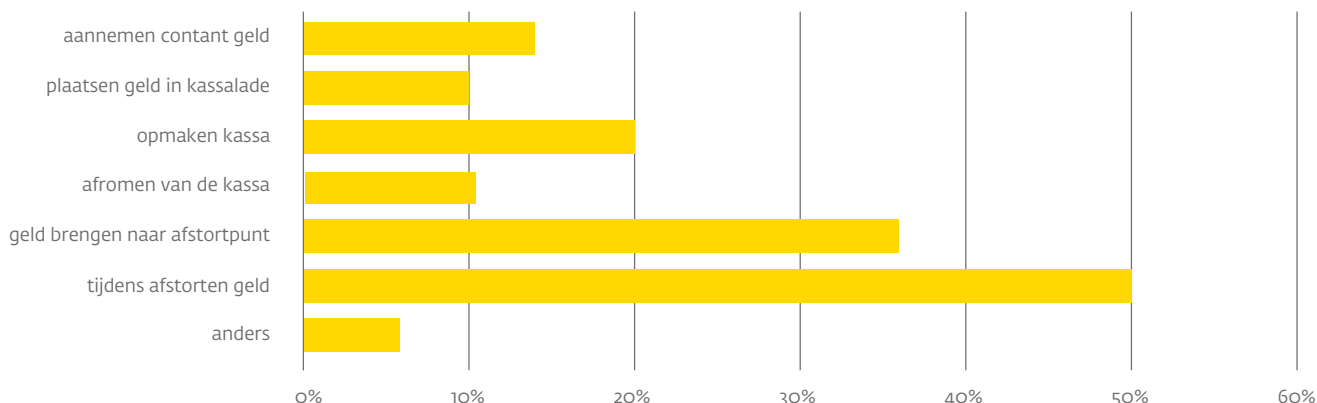
Kosten en veiligheid

Figuur 9: wat kost het meeste tijd en geld



In de omgang met contant geld springt de activiteit om de kassa op te maken en overige administratieve handelingen te verrichten, wat betreft kosten en tijdrovendheid eruit. Dit geldt voor de respondenten in bijna alle sectoren, alleen in de ambulante handel wordt het afstorten van contant geld bij de bank als een grotere kostenpost in tijd en geld ervaren.

Figuur 10: momenten van onveiligheid



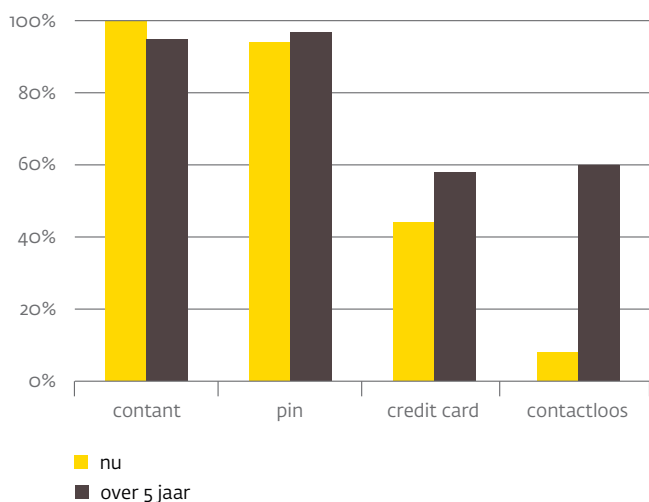
75% van de respondenten voelt zich op één of meerdere momenten in het omgaan met contant geld onveilig. Vooral het fysiek brengen van contant geld naar het afstortpunt (36%) en het moment van afstorten van het geld (50%) noemen respondenten als onveilige momenten.

Respondenten die een waardetransporteur gebruiken voelen zich vaker niet onveilig (30%) dan respondenten die geen waardetransporteur gebruiken (24%).

7

Toekomstverwachtingen

Figuur 11: verwachte acceptatie betaalwijzen nu en over vijf jaar



De respondenten verwachten dat over 5 jaar contant geld en de pinpas de meest gebruikte toonbankbetaalmiddelen zijn. Wel gelooft drie kwart dat het aantal contante betalingen zal afnemen. Met het oog hierop verwachten niet alle respondenten dat contant betalen in hun vestiging nog mogelijk is. Dat geldt vooral voor de horeca en detailhandel klein; respondenten uit deze sectoren verwachten respectievelijk 7% en 8% over 5 jaar geen contant geld meer te accepteren. Opvallend is verder de hoge verwachtingen die respondenten hebben van contactloos betalen: van 8% naar 60%.

Kenmerken van het onderzoek

Onderzoeksbureau Panteia heeft, in opdracht van DNB, ondernemers uit zes sectoren waarbij toonbankbetalingsverkeer plaatsvindt bevraagd inzake hun gedrag en beleving in het omgaan met contant geld.

Onderzoeksthema's:

In het onderzoek zijn vier kernthema's gedefinieerd door DNB:

1. De logistieke geldstromen die nodig zijn om toonbankbetalingen mogelijk te maken;
2. De veiligheid, bereikbaarheid, efficiëntie en continuïteit in het gebruik van contant geld;
3. De gebruikerseisen en de controle op echtheid;
4. De knelpunten die ondernemers ervaren met betrekking tot contant geld.

Op grond van deze thema's zijn onderzoeksvragen geformuleerd door DNB.

Onderzoeksmethode:

- Netto steekproef van 1.340 respondenten;
- Zes sectoren van toonbankinstellingen bevraagd waarbij binnen de sectoren weer subgroepen zijn benoemd op basis van hun betaalgedrag;

- In elke sector en subgroep is het aantal respondenten voldoende groot om uitspraken te mogen doen over de sector;
- Het onderzoek is verricht middels een online enquête waarbij via telefonische werving vooraf zeker is gesteld dat de respondent voldoende op de hoogte is van de verschillende aspecten rond contant betalen. Alleen voor de horeca is dit proces niet gevolgd maar zijn vestigingen via email benaderd.

Overige opmerkingen:

Het onderzoek bestond uit een kwalitatief en kwantitatief deel. In het kwalitatieve deel zijn ondernemers in focusgroepen ondervraagd over hun beleving en gedrag ten aanzien van contant geld. De resultaten hieruit zijn mede gebruikt als input voor de vragenlijst voor de online enquête. Daarnaast zijn interviews met het grootwinkelbedrijf en enkele bedrijven in de vervoerssector gehouden vanwege de specifieke wijze waarop het proces rond contant geld in deze organisaties is vormgegeven. Het kwantitatieve deel betreft de online enquête. De factsheets beslaan de resultaten uit de online enquête. De focusgroepen en interviews zijn met name gehouden om meer inzicht te verkrijgen in beleving en gedrag van retailers ten aanzien van contant geld.