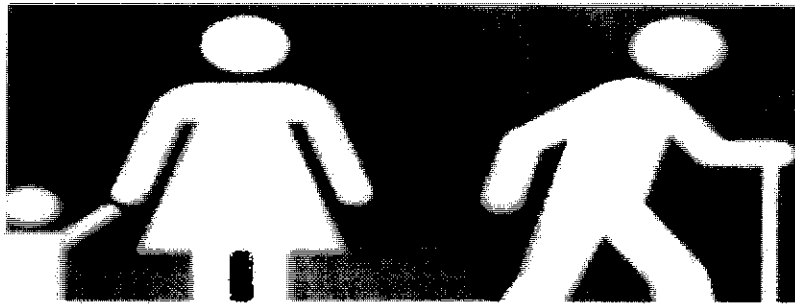
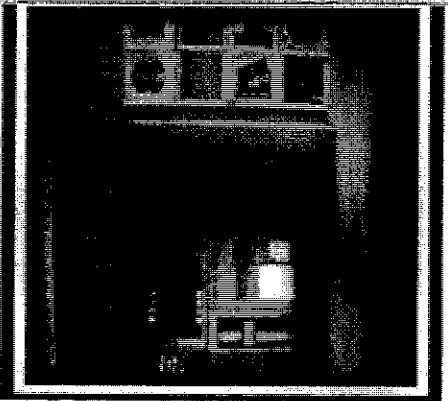
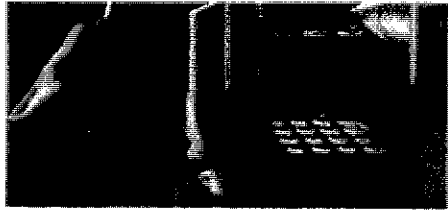


BEREIKBAARHEIDSMONITOR 2013



De bereikbaarheid en toegankelijkheid van het
retailbetalingsverkeer voor consumenten en
MKB-ers

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING EN SAMENVATTING BEREIKBAARHEIDSMONITOR 2013	3
2.	AANBOD VAN BANK-EN BETAALDIENSTEN	6
2.1	Ontwikkeling van de fysieke betalingsverkeerinfrastructuur	6
2.2	Gebruik betaaldiensten	7
2.3	Aandacht voor bereikbaarheid en toegankelijkheid	11
2.4	Dichtheid/dekking van fysieke betalingsverkeervoorzieningen	11
3.	RESULTATEN CONSUMENTENENQUETE	18
3.1	Toegankelijkheid betaaldiensten	18
3.2	Perceptie bereikbaarheid banken en geldautomaten	19
3.3	Betaalgedrag aan de toonbank en op afstand	23
3.4	Tevredenheid bank- en basisdiensten	26
3.5	Ontwikkeling trends op het gebied van betaaldiensten	28
4.	RESULTATEN ONDERNEMERSENQUETE	31
4.1	Bereikbaarheid banken, geldautomaten en afstortpunten	31
4.2	Betaalgedrag: acceptatie, afstorten en aanbieden cash back	33
4.3	Knelpunten en verbeterpunten toegankelijkheid en bereikbaarheid	37
4.4	Tevredenheid bank- en basisdiensten	38
5.	WERKAFSPRAAK BEREIKBAARHEID	40
5.1.	Toepassing van de werkafpraak	40
5.2.	Wat te doen als een knelpunt ervaren wordt?	41
6.	CONCLUSIE	42
	BIJLAGE 1: ONDERZOEKSMETHODOLOGIE	43
	BIJLAGE 2: DEELNEMERS	46

1. INLEIDING & SAMENVATTING BEREIKBAARHEIDSMONITOR 2013

In 2006 verzocht de minister van Financiën het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (MOB) samen met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) en de Landelijke Vereniging voor Kleine Kernen (LVKK) knelpunten op het gebied van de toegankelijkheid en bereikbaarheid van betaaldiensten te inventariseren. Aanleiding voor het verzoek was een initiatief wetsvoorstel van toenmalig kamerlid Crone (PvdA) en een breed gedragen motie van SGP en CDA tijdens de behandeling in de Tweede Kamer van de toegankelijkheid en bereikbaarheid van basis bankdiensten. Niet alleen om te toetsen of aan de doelstellingen wordt voldaan, maar ook om ontwikkelingen en trends te volgen, is door het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (MOB) besloten om elke drie jaar een bereikbaarheidsmonitor op te laten stellen. De eerste inventarisatie (nulmeting) vond plaats in 2007, en de tweede meting in 2010.

Het doel van de bereikbaarheidsmonitor 2013 is:

1. enerzijds het toetsen in hoeverre de generieke bereikbaarheid en toegankelijkheid van (basis) bankdiensten in Nederland ten opzichte van de meting in 2007 en de tweede meting in 2010 is veranderd.
2. anderzijds het in kaart brengen van de ontwikkelingen en trends op het gebied van bereikbaarheid en toegankelijkheid van (basis) bankdiensten, zoals (technologische) substituten voor diensten die voorheen fysiek in een bankkantoor plaatsvonden.

De Bereikbaarheidsmonitor richt zich niet alleen op de toegankelijkheid en bereikbaarheid van betaaldiensten in Nederland, maar ook op het bredere begrip 'beschikbaarheid', aangezien steeds meer bankdiensten thuis of onderweg in digitale vorm worden afgenomen. Daarnaast wordt het gebruik van alternatieve oplossingen en voorzieningen voor bankdiensten in beeld gebracht.

De Bereikbaarheidsmonitor kijkt zowel de vraagzijde (consumenten en ondernemers) als de aanbodzijde (aanbieders betaaldiensten) van de markt. Evenals bij de nulmeting in 2007 en de tweede meting in 2010 wordt speciaal aandacht besteed aan kwetsbare groepen. Er worden vier kwetsbare groepen onderscheiden, namelijk ouderen, mensen met een functiebeperking, mensen zonder internet en laagopgeleiden/inactieven.

Het onderzoek aan de consumentenkant richt zich op het in kaart brengen van de perceptie over en ervaringen met de bereikbaarheid van betaaldiensten. In het bijzonder gaat het hierbij om de locatie van de dienstverlening in relatie tot de mobiliteit van de consument. Daarnaast betreft het onderzoek de perceptie over en de ervaringen met de toegankelijkheid van betaaldiensten, met andere woorden de bruikbaarheid van betaaldiensten.

Het onderzoek aan de ondernemerskant richt zich op de bereikbaarheid en het gebruik van betaaldiensten zoals het opnemen en afstorten van contant geld, oplossingen die MKB'ers onderling organiseren en eventuele veiligheidsaspecten die daarbij een rol spelen.

Met het onderzoek wordt een beeld verkregen van de mate waarin de bereikbaarheid, toegankelijkheid en de beschikbaarheid van de betaaldiensten volgens de waarneming van de consument en ondernemer voldoende is.

Er zijn geen aanwijzingen op grond waarvan blijkt dat er in Nederland sprake is van een generiek toegankelijkheids- of bereikbaarheidsprobleem. Deze positieve conclusie is onveranderd ten opzichte van de nulmeting 2007 en de tweede meting in 2010.

Ondanks de rationalisering van de fysieke bancaire betaalinstructuur (bankkantoren en geldautomaten) zijn de meeste mensen in 2013 even tevreden over bank- en betaaldiensten als in 2010. De MKB-ondernemers zijn nog iets positiever dan de vorige meting in 2010. Als aandachtspunt genoemde diensten uit de meting van 2010, waarover de MKB-ondernemers relatief gezien minder tevreden over waren, worden in 2013 hoger gewaardeerd. Mensen afkomstig uit de vier aandachtsgroepen, zoals mensen met een functiebeperking en mensen zonder internet, zijn wat kritischer geworden over bepaalde zaken, zoals de afstand tussen huis en het bankkantoor/GEA. Er lijkt hiermee een verband te bestaan met de daling van het aantal bankkantoren en GEA's. De gemeenten onderschrijven dit en vragen aandacht voor de sluiting van bankkantoren en geldautomaten in met name kleinere gemeenten en kernen. Met het oog op deze ontwikkelingen dient er volgens de gemeenten te worden stilgestaan bij beschikbare alternatieven waarop deze fysieke bancaire voorzieningen adequaat kunnen worden ondervangen. Aan het MOB is de taak om deze ontwikkelingen nauwlettend te monitoren en te analyseren en waar nodig actie te ondernemen, zodat de bereikbaarheid van de bancaire voorzieningen gewaarborgd blijft.

De afgelopen jaren hebben zich nauwelijks knelpunten ten aanzien van de bereikbaarheid voorgedaan. Er doen zich in dunbevolkte gebieden of andere specifieke regio's ook niet meer knelpunten voor dan in andere regio's. De bereikbaarheid en toegankelijkheid van het betalingsverkeer is vrijwel onveranderd voor consumenten en ondernemers, mede omdat banken met aandacht voor de onderwerpen toegankelijkheid en bereikbaarheid handelen. Waar zich knelpunten voordeden, is aan de hand van het gemaakte stappenplan (Werkafpraak bereikbaarheid) een maatwerkoplossing gevonden.

Consumenten en ondernemers zijn tevreden over bank- en betaaldiensten. Consumenten geven voor de bereikbaarheid en toegankelijkheid, afhankelijk van de doelgroep, gemiddeld een 7,5-7,7 en ondernemers een 7,3 voor de bereikbaarheid en een 7,4 voor de gebruikersvriendelijkheid. Wat consumenten betreft moet blijvend aandacht uitgaan naar kwetsbare groepen in de samenleving, zoals ouderen, mensen met een beperking en mensen zonder internetaansluiting. Voor ondernemers geldt dat wensen met betrekking tot de bereikbaarheid in het algemeen betrekking hebben op de veiligheid van de omgeving van de afstortautomaat.

In toenemende mate heeft er een verschuiving van fysieke naar digitale betaaldiensten plaatsgevonden. De verwachting is dat deze trend, waarin grenzen tussen traditionele betaalproducten vervagen en nieuwe technologieën zoals contactloze betalingen en mobiele apparatuur zich aandienen, de komende jaren door zal zetten. Dit heeft tot gevolg dat fysieke betaaldiensten via bankkantoren, het gebruik van geldautomaten en het afstorten van contant geld steeds verder afnemen, ten gunste van elektronisch betalen en het gebruik van internet- en mobielbankieren. Voor de kwetsbare groepen is het van groot belang dat de toegankelijkheid van betaaldiensten optimaal is en blijft. In een beoogde participatiemaatschappij staat zelfstandigheid centraal en is de toegankelijkheid een essentieel voorwaarde om zelfstandig de dagelijkse bankzaken te kunnen regelen. Het hoort primair tot het takenpakket van de aanbieders van betaaldiensten om de toegankelijkheid van de digitale betaaldiensten te waarborgen.

2. AANBOD VAN BANK- EN BETAALDIENSTEN

De Bereikbaarheidsmonitor 2013 brengt generieke knelpunten inzake de bereikbaarheid en toegankelijkheid van basis bankdiensten in kaart en bekijkt ontwikkelingen en trends vanuit zowel de vraagzijde (consumenten en MKB-ondernemers) als de aanbodzijde (banken). Op dezelfde manier als bij de monitor van 2010 wordt in het bijzonder gekeken naar vier aandachtsgroepen: ouderen, mensen met een functiebeperking, mensen zonder internet en laagopgeleiden/inactieven.

In paragraaf 2.1 wordt de ontwikkeling van de betalingsverkeerinfrastructuur in beeld gebracht. Paragraaf 2.2 gaat in op gebruik van betaaldiensten. Paragraaf 2.3 gaat in op de aandacht van banken voor toegankelijkheid en bereikbaarheid. De analyse van dichtheid/dekking van fysieke betalingsverkeerdienstverlening is opgenomen in paragraaf 2.4.

2.1 Ontwikkeling van de fysieke betalingsverkeerinfrastructuur

Tabel 2.1 toont de ontwikkeling over de tijd van de aantallen kantoren, geldservicepunten, geldautomaten, betaalautomaten en afstortingautomaten. Het aantal bankkantoren vertoont vanaf de jaren 90 van de vorige eeuw een dalende lijn. Deze trend heeft zich tussen 2010 en 2013, zoals verwacht, voortgezet. Het aantal bankkantoren bedroeg medio 2013 2.386, wat 18% lager is dan het aantal bankkantoren in 2010 (2010: 2917 stuks). Deze daling heeft een aantal oorzaken. Zo hebben de samensmelting van het Nederlandse bankkantorennet van Fortis met dat van ABN AMRO en de overname van Friesland Bank door Rabobank geresulteerd in een versnelde consolidatie en sluiting van bankkantoren. Deze daling zal de komende jaren verder doorzetten, aangezien enkele grootbanken in 2013 hebben aangekondigd hun kantorennetwerk verder te rationaliseren.

Banken hebben tussen 2010 en 2013 niet alleen het aantal bankkantoren gerationaliseerd, zij hebben dit ook in bescheiden mate gedaan met het aantal geldautomaten. Tussen 2010 en 2013 is het aantal afgenomen met bijna 4% naar 7.615. Tegenover deze rationalisatieslagen in het fysieke bancaire betalingsverkeer van bankkantoren en geldautomaten infrastructuur staat overigens een toename van het aantal geldservicepunten met 7% naar 1.175 stuks. Het aantal afstortautomaten voor ondernemers nam met 7% toe tot 2.464 stuks.

De rationalisatie in de fysieke infrastructuur is gepaard gegaan met een forse uitbreiding van de bancaire dienstverlening via internetbankieren en mobiel bankieren. Veel dagelijkse bank- en betaaldiensten waarvoor consumenten en ondernemers vroeger naar het bankkantoor moesten, kunnen zij nu doen via internetbankieren en steeds vaker ook via mobiel bankieren.

Diverse maatregelen van banken en Stichting BEB om de acceptatie van de pinpas door ondernemers te stimuleren, ook door MKB-ers, hebben ertoe geleid dat consumenten bij steeds meer gelegenheden met de pinpas kunnen

betalen. Er kan nu bijna overal met de pinpas betaald worden. Waren er in 2007 nog 223.981 betaalautomaten, medio 2013 was dit aantal met ruim 18% toegenomen naar 265.403.

Tabel 2.1 Aanbod bank- en betaaldiensten, 2003-2013¹

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 ¹
Aantal bankkantoren ²	2.877	2.980	3.452	3.469	3.560	3.473	3.186	2.917	2.700	2.513	2.386
Overige kantoren en geldpunten ³	1.617	1.368	807	660	546	878	810	1.100	1.174	1.181	1.175
Geldautomaten	7.556	7.889	7.446	8.114	8.546	8.654	8.506	7.919	7.799	7.569	7.615
Betaalautomaten ⁴			206.392	214.474	223.981	234.389	244.240	258.585	279.612	271.046	265.403
Afstortingsautomaten			1.773	1.960	2.037	2.178	2.320	2.297	2.264	2.172	2.464

Bron: Rapportage Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer 2012 en DNB Statistiek tabel T5.12.

¹ Gegevens van het 2e kwartaal 2013.

² Algemene en coöperatieve banken. Begin nieuwe reeks per 2005 als gevolg van Rapportage Nieuwe Stijl. Vanaf dan zijn hier de postkantoren en agentschappen opgenomen.

³ Geregistreerde wisselkantoren, geldservicepunten en tot 2005 tevens de postkantoren en postagentschappen

⁴ Raming DNB

2.2 Gebruik betaaldiensten

De hoge adoptiegraad van elektronische betaalinstrumenten door consumenten en de acceptatie hiervan door ondernemers hebben ertoe geleid dat consumenten steeds vaker elektronisch betalen en steeds minder gebruik maken van papieren betaalinstrumenten. Dit geldt zowel voor betalingen aan de kassa (zie Tabel 2.2) als voor betalingen op afstand (zie Tabel 2.4).

De totale waarde en het aantal van alle betalingen aan de kassa geven een duidelijk beeld van de veranderende betaalgewoontes van consumenten. Tussen 2010 en 2012 nam het totale aantal elektronische toonbankbetalingen jaarlijks toe met 6%, terwijl het aantal contante geldtransacties bij banken jaarlijks met bijna 2% afnam. In 2012 rekenden consumenten bij toonbankinstellingen bijna 2,5 miljard maal af met hun pinpas, 148 miljoen maal hebben zij gebruik gemaakt van hun chipknip en 38 miljoen keer van hun creditcard.

Het gemiddelde aankoopbedrag van pinbetalingen is sinds 2007 afgenomen, van gemiddeld 44 EUR in 2007, naar EUR 38 in 2010 tot 34 EUR in 2012. Met de komst van het nieuwe pinnen en de al langer lopende campagne "Klein bedrag? Pinnen mag!" loopt de acceptatie en daarmee het gebruik van de chipknip in winkels steeds verder terug. Het aantal chipknipbetalingen is sinds 2010 afgenomen van 178 miljoen naar 148 miljoen. De chipknip wordt vooral gebruikt in het parkeersegment, de catering en bij snoep- en drankautomaten. Op 27 maart 2013 heeft producteigenaar Currence aangekondigd dat de chipknip vanaf 1 januari 2015 niet meer gebruikt kan worden. Het aantal creditcardbetalingen aan de toonbank is gestegen van 34 miljoen in 2007, naar 35 miljoen in 2010 tot 38 miljoen in 2012.

Sinds 2010 doet DNB onderzoek naar het gebruik van contant geld door consumenten in Nederland. Hieruit is naar voren gekomen dat contant geld nog altijd een belangrijke rol speelt, maar dat het belang ervan geleidelijk afneemt. De toename van het aantal kaartbetalingen is namelijk gepaard gegaan met een daling in het gebruik van contant

geld. DNB schattingen¹ laten een daling van het gebruik van contant geld door consumenten zien van 4,4 miljard contante betalingen in 2010 naar 3,8 miljard in 2012. De totale waarde van contante transacties nam hierbij af van EUR 53 miljard naar EUR 47 miljard.

Tabel 2.2 Gebruik betaaldiensten aan de toonbank, 2000-2013¹

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 ¹
Aantal (in miljoen)														
Toonbank (niet contant)														
Pinreken	801	954	1.069	1.157	1.247	1.334	1.451	1.588	1.756	1.946	2.154	2.285	2.474	2.552
Chippen	25	31	87	109	127	147	164	175	176	177	178	172	148	135
Credicard	31	31	31	30	33	30	32	34	37	35	35	39	38	38
Totaal (niet contant)	858	1.017	1.186	1.296	1.407	1.510	1.647	1.797	1.969	2.158	2.368	2.496	2.660	2.725
Contant														
Opname geldautomaat	470	490	493	494	484	471	475	469	473	455	434	437	419	424
Opname bank ²						16	14	13	12	10	7	6	5	6
Totaal contant	470	490	493	494	484	487	489	483	485	465	441	443	424	429
Contante betaling aan de toonbank³														
(in miljarden)											4,4	4,1	3,8	
Waarde (in miljarden euro's)														
Toonbank (niet contant)														
Pinreken	37	44	51	54	57	60	64	70	75	76	81	83	84	84
Chippen	0,1	0,1	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3
Credicard	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4
Totaal (niet contant)	41	48	54	58	61	63	68	74	80	80	86	87	89	89
Contant														
Opname geldautomaat	41	45	53	51	51	55	55	56	55	54	52	52	49	47
Opname bank ²						16	15	16	16	11	6	5	5	5
Totaal contant	41	45	53	51	51	71	70	72	71	65	58	57	54	52
Contante betaling aan de toonbank³														
											53	51	47	

Bron: Rapportage Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer 2012 en DNB Statistiek tabel 75.12

¹ Raming vierkwartaals gegevens tot en met 2e kwartaal 2013

² In 2005 is er begonnen met een nieuwe reeks ihk Rapportage Nieuwe Stijl

³ De cijfers omtrent het gebruik van contant geld zijn afkomstig van het DNB onderzoek uit 2012

Hoewel consumenten kleine bedragen bij bijvoorbeeld de bakker, de slager, de horeca, snoep- en snack automaten of parkeerautomaten van oudsher contant of met de chipknip betalen, is dit sinds enkele jaren aan het veranderen. Campagnes als 'Klein bedrag? Pinnen mag!', acties van de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalingsverkeer om de kaartacceptatie bij MKB-ers te bevorderen (zie Box) en de trend dat steeds minder MKB-ers hun klanten toeslagen voor het pinnen van kleine bedragen in rekening brengen droegen er verder aan bij dat consumenten ook kleine bedragen vaker zijn gaan pinnen. Tabel 2.3 laat de verschuiving zien van hoe consumenten betalingen onder de EUR 10 doen. Tussen 2010 en 2012 is het percentage van het aantal pinbetalingen onder de EUR 10 aanzienlijk gegroeid van 15% naar 24%. Pinbetalingen onder de EUR 10 zijn in deze periode verantwoordelijk voor twee derde van de totale groei van het aantal pinbetalingen.

¹ Factsheet: Contante betalingen geteld 2012

http://www.dnb.nl/binaries/711818_Factsheet_web_rcm46-292820.pdf

Tabel 2.3 Aantal transacties tot Euro 10 verdeeld naar betaalmiddel

	2010	2011	2012
Contant	74%	73%	72%
Pinnen	15%	21%	24%
Creditcard en chippen	11%	6%	3%
Totaal	100 %	100 %	100 %

Bron: DNB

Convenant Betalingsverkeer 2005 en Nadere Overeenkomst 2009

Om het gebruik van de pinpas verder te stimuleren en daarmee kostenbesparingen te realiseren en de veiligheid van het betalingsverkeer te verhogen, sloten banken en toonbankinstellingen in november 2005 het Convenant Betalingsverkeer af. Als uitvloeisel van dit Convenant is de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen (SBEB) opgericht. De algemene doelstelling van de Stichting BEB is ondersteuning verlenen aan projecten die de efficiëntie en veiligheid van het betalingsverkeer vergroten. Een belangrijk artikel uit het Convenant is art. 7a: “de door de partijen te ontwikkelen plannen moeten leiden tot een maatschappelijk efficiënter en goedkoper (toonbank) betalingsverkeer. Daarmee wordt het maatschappelijk belang van gezond economisch verkeer gediend, en daarmee de belangen van ondernemingen, banken en consumenten. Maatregelen die tot verlaging van de maatschappelijke kosten van het betalingsverkeer leiden, zijn uiteindelijk in het voordeel van de eindgebruiker”. Belangrijke activiteiten van de Stichting BEB zijn bewustwordingscampagnes en verschillende promotieactiviteiten gericht op ondernemers en het verstrekken van subsidies om de acceptatie van de pinpas te bevorderen. Daarnaast is stichting BEB betrokken bij op consumenten gerichte campagnes als “Klein bedrag? Pinnen mag!” en “Pinnen, ja graag” die zijn ontwikkeld door Currence en Betaalvereniging Nederland.

Op 27 mei 2009 hebben partijen een Nadere Overeenkomst bij het Convenant Betalingsverkeer afgesloten met afspraken tot en met 2012. Met de Nadere Overeenkomst zijn de afspraken in het kader van het Convenant geactualiseerd in het licht van het Europese betalingsverkeer. Eén van de gemaakte afspraken in de Nadere Overeenkomst is dat partijen in 2013 de ontwikkelingen in het betalingsverkeer evalueren. Voor deze evaluatie is een monitor opgezet die de ontwikkelingen in de periode 1 januari 2009 tot en met 31 december 2012 in kaart brengt. Convenantpartners zijn in gesprek om te bepalen hoe zij verder willen.

Door het ruime aanbod aan online betaaldiensten via internetbankieren en mobiel bankieren, en de toenemende acceptatie ervan door zowel consumenten als ondernemers zijn consumenten tussen 2007 en 2013 steeds vaker gebruik gaan maken van elektronische betaalmiddelen als elektronische overschrijvingen, automatische incasso's

en online betaalmethoden als ideaal (zie Tabel 2.4). Zo werd in 2012 93% van de geldoverschrijvingen op afstand² elektronisch via internet gedaan en 7% via papieren opdrachten, terwijl dit in 2007 90% respectievelijk 10% was, en in 2010 92% respectievelijk 8%³. Naast de toegenomen vraag naar en het aanbod van online bankdiensten, demografische ontwikkelingen en de stimulering van het gebruik van elektronische betaalmiddelen, heeft ook het ontmoedigen van het gebruik van papieren betaalmethoden bijgedragen aan het toenemend gebruik van elektronische betaalmethoden.

Tabel 2.4 Gebruik betaaldiensten voor betalingen op afstand, 2003-2013¹

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 ¹
Aantal (in miljoenen)											
Overschrijvingen	1.271	1.264	1.315	1.418	1.467	1.526	1.556	1.634	1.634	1.707	1.755
<i>vw schriftelijk²</i>			77	65	55	49	44	39	34	30	30
<i>vw acceptgiro</i>	231	217	231	209	209	205	195	194	188	182	176
Incasso-opdrachten	1.001	1.051	1.059	1.139	1.177	1.226	1.272	1.310	1.340	1.369	1.352
Totaal	2.272	2.316	2.682	2.557	2.644	2.751	2.828	2.944	2.975	3.076	3.313
Waarde (in miljarden euro's)											
Overschrijvingen	3.714	4.340	5.039	5.527	5.665	5.550	5.306	5.403	4.979	4.958	4.865
<i>vw schriftelijk²</i>			457	694	664	625	543	486	469	460	451
<i>vw acceptgiro</i>	47	46	53	54	59	62	62	72	74	78	80
Incasso-opdrachten	211	219	231	254	270	301	278	289	297	298	295
Totaal	3.925	4.559	5.270	5.782	5.936	5.851	5.584	5.692	5.276	5.256	5.160

Bron: Rapportage Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer 2012 en DNB Statistiek tabel T5.12.

¹ Raming; vierkwartaals gegevens tot en met 2e kwartaal 2013.

² In 2005 is er begonnen met een nieuwe reeks ihk Rapportage Nieuwe Stijl.

In 2012 had 96% van de Nederlanders tussen de 12-74 jaar toegang tot internet en 82% respectievelijk 80% gebruikten internet voor internetbankieren en het doen van online aankopen (zie Tabel 2.5). De hoge adoptiegraad van internetbankieren sluit aan bij de huidige behoeften van de consument en bewijst dat dit voor de gemiddelde burger een goed toegankelijk bankkanaal is. In Hoofdstuk 4 wordt nader ingegaan op de toegankelijkheid van dit kanaal voor de kwetsbare groepen in de samenleving.

Tabel 2.5 Toegang en gebruik internet door Nederlanders 12-74 jaar, 2005-2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Toegang tot internet	83%	85%	88%	91%	93%	94%
<i>Daarvan gebruikt voor</i>						
Online aankopen	55%	61%	66%	67%	75%	77%
Internetbankieren	58%	67%	72%	74%	78%	81%

Bron: CBS. De digitale economie.

² Girale betalingen die consumenten en bedrijven vanuit huis of kantoor (of ingeval van internetbankieren eventueel ook vanuit een andere locatie) initiëren.

³ <http://www.statistics.dnb.nl/financiële-instellingen/banken/betalingsverkeer/index.jsp>

2.3 Aandacht voor bereikbaarheid en toegankelijkheid

Sinds de Bereikbaarheidsmonitor 2010 hebben zich nieuwe ontwikkelingen in het bankenlandschap voorgedaan die van belang zijn voor de bereikbaarheid en toegankelijkheid. Klantenwensen en -gedrag zijn veranderd als gevolg van de digitalisering van de maatschappij. Klanten willen op eenvoudige wijze hun dagelijkse bankzaken regelen, waar en wanneer het hen uitkomt. Banken spelen daarop in met hun dienstverlening. De toename van het gebruik van digitale distributiekanaalen voor betaaldiensten maakt het vraagstuk of een uitgebreid fysiek bankkantorennetwerk nog van deze tijd is een onderwerp van discussie. Zeker gezien het feit dat klanten steeds minder vaak een fysiek bankkantoor bezoeken. Verschillende banken experimenteren met hun openingstijden om beter tegemoet te komen aan de huidige klantwensen. Sommige bankkantoren zijn tegenwoordig ook 's avonds en ook in het weekend open.

De toenemende digitalisering van betaaldiensten vestigt de aandacht op de toegankelijkheid daarvan. Voor mensen met een beperking bieden online toepassingen voor bancaire betaaldiensten vaak goede mogelijkheden om hun bankzaken zelfstandig te regelen. Banken proberen hun internetbankieromgevingen zo toegankelijk mogelijk in te richten. Omdat steeds meer bancaire diensten via internet aangeboden worden, is het van groot belang dat onlinebankieren -en apps voor mobiel bankieren voldoende toegankelijk zijn en blijven.

Vrijwel alle banken bieden betaaldienstverlening en/of voorlichting aan, specifiek gericht op kwetsbare groepen. Denk aan het beschikbaar stellen van hulpmiddelen, zoals een random reader voor internetbankieren met extra grote toetsen, een extra groot scherm en voorleesfunctie, braille-afschriften, geldautomaten met spraakfunctionaliteit, telefonisch kanaal/mobiel bankieren, hulp van een bankkantoormedewerker bij het opnemen van geld bij geldautomaten en de mogelijkheid om contant geld (tegen een vergoeding) thuis te laten bezorgen. Ook organiseren banken workshops over internet- en mobielbankieren specifiek bedoeld voor senioren, al dan niet in samenwerking met ouderenorganisaties. Tevens bieden de banken interactieve leer- en oefenmodules, online demo's en handleidingen over internet - en mobielbankieren, ook gericht op mensen die moeite hebben met lezen. Eén grootbank heeft in samenwerking met Visio, een organisatie voor mensen met een visuele beperking, lesmateriaal en cursussen ontwikkeld om blinden en slechtzienden zelfstandig te leren internetbankieren.

2.4 Dichtheid/dekking van fysieke betalingsverkeervoorzieningen

Een analyse van de dekking van de fysieke betalingsverkeerdienstverlening in Nederland heeft plaatsgevonden door afstandsbeoordeling tussen bankvoorzieningen en huishoudens, zoals aanwezig in viercijferige postcodegebieden. Gelijk aan de nulmeting in 2007 en de tweede meting in 2010 is in de Bereikbaarheidsmonitor 2013 als afstandscriterium voor dekking van betalingsverkeerdienstverlening een hemelsbrede straal van vijf kilometer gehanteerd.

Er is sprake van een lichte daling van de dekking/spreiding van bankkantoren, en van de aanwezigheid van alle fysieke bancaire voorzieningen (kantoren, kantoren met kasfunctie, geldautomaten, afstortfaciliteiten en overige voorzieningen) ten opzichte van 2010. In 2013 heeft 94,9% (in 2010: 96,4%) van de viercijferige postcodegebieden, en daarmee ook de huishoudens die in deze postcodegebieden wonen, binnen een hemelsbrede straal van vijf kilometer toegang tot een bankkantoor. Als deze uitkomsten worden gerelateerd aan het aantal inwoners in deze viercijferige postcodegebieden, betekent dit dat 98,8% van alle Nederlanders binnen een hemelsbrede straal van vijf kilometer toegang heeft tot een bankkantoor. Hieruit blijkt dat de huishoudens die buiten een hemelsbrede straal van vijf kilometer van een bankkantoor wonen, met name in relatief dunbevolkte viercijferige postcodegebieden wonen.

Wanneer geldautomaten, afstortfaciliteiten en overige voorzieningen (zoals geldservicepunten) worden meegenomen, heeft 98,9% (in 2010: 99,7%) van de viercijferige postcodegebieden, en daarmee ook de huishoudens die binnen deze postcodegebieden wonen, binnen een hemelsbrede straal van vijf kilometer toegang tot deze fysieke bancaire voorzieningen. Gerelateerd aan het aantal inwoners in deze viercijferige postcodegebieden, betekent dit dat 99,8% van alle Nederlanders binnen een hemelsbrede straal van vijf kilometer toegang heeft tot een bankkantoor, geldautomaat of andere bancaire voorziening.

De nulmeting in 2007 en de meting in 2010 meldden dat huishoudens die zich verder dan vijf kilometer van een fysieke bancaire voorziening bevinden veelal woonachtig zijn in de relatief dunbevolkte polders die in de vorige eeuw zijn aangelegd (bijvoorbeeld Flevoland) en in natuurgebieden (Waddeneilanden, Veluwe, De Peel). In 2013 toont de analyse een onveranderd beeld.

Het gebruik van elektronische betaaldiensten, zoals internet- en mobielbankieren (ook onder ouderen en mensen met een functiebeperking) en het betalen met de pinpas is sterk toegenomen. Daarom is het belangrijk om te realiseren dat een analyse van de fysieke betalingsverkeerdienstverlening steeds meer slechts een gedeeltelijk inzicht geeft van de feitelijke bereikbaarheid van de bancaire betaaldienstverlening.

Naast de bancaire geldautomaten zijn er in Nederland ook non-bancaire geldautomaten. Dit zijn geldautomaten van niet-bancaire partijen, die in diverse winkelketens staan. Deze non-bancaire geldautomaten kunnen, in het licht van de Bereikbaarheidsmonitor, worden beschouwd als een aanvulling op de bancaire geldautomaten. Als de non-bancaire geldautomaten worden toegevoegd aan de stippenkaart van alle fysieke bancaire voorzieningen, zoals die in Figuur 2.2 zijn weergegeven, blijkt dat het betreffende dekkingspercentage onveranderd blijft, namelijk 98,9%.

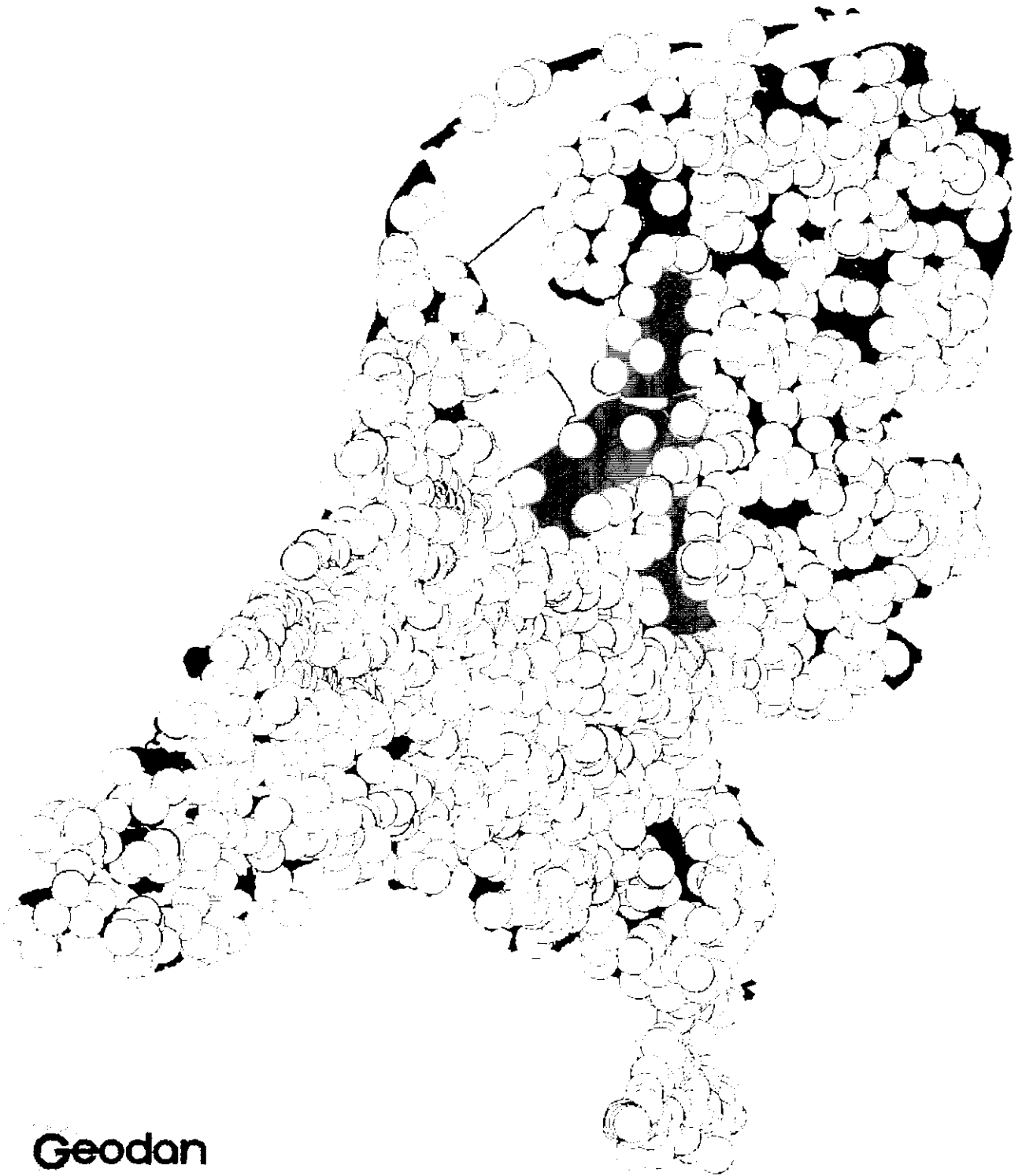
Ten opzichte van de nulmeting in 2007 en de meting in 2010 zijn er in de bereikbaarheidsmonitor 2013 twee nieuwe stippenkaarten toegevoegd; één voor geldautomaten met een spraakfunctie van de Rabobank en één voor zakelijke afstortfaciliteiten. De volgende Bereikbaarheidsmonitor (2016) zal een beeld geven of de dekking van

bancaire GEA's met een spraakfunctionaliteit, alsmede de dekking van zakelijke afstortfaciliteiten, af- of juist toeneemt.

In 2013 heeft 64,3% van de viercijferige postcodegebieden, en daarmee ook de huishoudens die binnen deze postcodegebieden wonen, binnen een hemelsbrede straal van vijf kilometer toegang tot een ATM met spraakfunctie. Als deze uitkomsten worden gerelateerd aan het aantal inwoners in deze viercijferige postcodegebieden, betekent dit dat 76,9% van alle Nederlanders binnen een hemelsbrede straal van vijf kilometer toegang heeft tot een ATM met spraakfunctie.

In 2013 heeft 90,1% van de viercijferige postcodegebieden, en daarmee ook de ondernemers die binnen deze postcodegebieden wonen en/of werken, binnen een hemelsbrede straal van vijf kilometer toegang tot een zakelijke afstortfaciliteit. Het aantal ondernemers per viercijferig postcodegebied was tijdens het onderzoek niet voorhanden; derhalve is het onbekend hoeveel procent van alle ondernemers in Nederland binnen een hemelsbrede straal van vijf kilometer toegang heeft tot een zakelijke afstortfaciliteit. Als de uitkomst worden gerelateerd aan het aantal inwoners in deze viercijferige postcodegebieden en ervan wordt uitgegaan dat ondernemers en inwoners geografisch gezien hetzelfde over Nederland zijn verdeeld, betekent dit dat 97,9 % van alle Nederlanders ondernemers binnen een hemelsbrede straal van vijf kilometer toegang heeft zou hebben tot een zakelijke afstortfaciliteit.

Figuur 2.1 Dekking/spreiding bankkantoren van 94,9%



Geodan

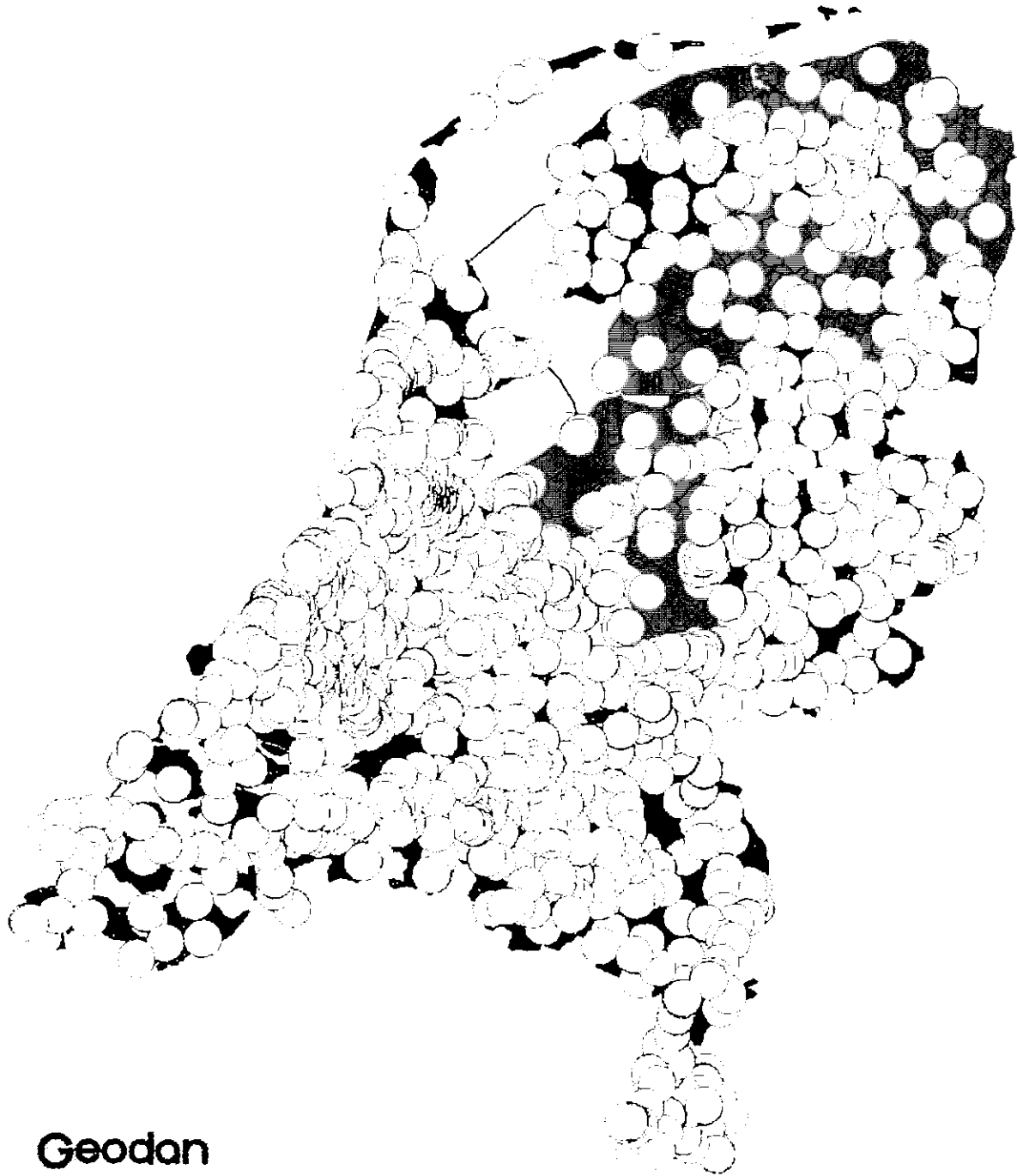
Figuur 2.2 Dekking/spreiding alle fysieke bancaire voorzieningen van 98,9% (bankkantoren, GEA's, zakelijke afstortfaciliteiten en overige voorzieningen)



Figuur 2.3 GEA's met spraakfunctie



Figuur 2.4 Dekking/spreiding bancaire zakelijke afstortfaciliteiten van 90,1%



3. RESULTATEN CONSUMENTENENQUETE

Om te kunnen toetsen in hoeverre de generieke bereikbaarheid van betaaldienstverlening ten opzichte van de tweede meeting in 2010 is veranderd, zijn middels enquêteonderzoek de perceptie van consumenten en ondernemers in beeld gebracht. Paragraaf 3.1 tot en met 3.5 gaan in op de toegankelijkheid en bereikbaarheid van betaaldiensten in de ogen van consumenten.

3.1 Toegankelijkheid betaaldiensten

Uit het onderzoek blijkt dat 98% van de bevolking zijn bankzaken geheel zelfstandig (94%) of samen met iemand anders regelt (4%) (zie Tabel 3.1). 2% heeft het doen van bankzaken geheel uit handen gegeven. Ten opzichte van de vorige meting in 2010 is er een achteruitgang gemeten in de mate van zelfstandigheid in drie van de vier aandachtsgroepen. Met name bij mensen zonder internet is dit in 2013 hogere mate het geval. Daartegenover is er juist een vooruitgang gemeten in de mate van zelfstandigheid van mensen die 65 jaar en ouder zijn. Nederlanders die geen internet hebben of mensen met een functiebeperking doen relatief vaak beroep op iemand anders om hun bankzaken samen te regelen. De hulp komt, in de meeste gevallen, van de partner of de kinderen.

Tabel 3.1 Vergelijking mate van zelfstandigheid regelen bankzaken, 2010-2013

Percentages 2010 tussen haakjes

Mate zelfstandigheid	Doelgroep				
	Geen internet	Functie-beperking	Laag opgeleid/ inactief	65 jaar en ouder	Controle-groep
Geheel zelfstandig	76% (82%)	75% (77%)	88% (91%)	90% (88%)	94% (89%)
Samen met iemand anders	14% (14%)	19% (19%)	8% (8%)	8% (7%)	4% (7%)
Beheer volledig uit handen	10% (5%)	6% (5%)	4% (1%)	2% (5%)	2% (2%)

Er is een groot verschil in afhankelijkheid tussen ouderen met en ouderen zonder een functiebeperking. Van de ouderen met een functiebeperking regelt twee derde de bankzaken nog geheel zelfstandig versus 90% van de ouderen zonder beperking. Ouderen zonder beperking verschillen in feite nauwelijks van de doorsnee bevolking. Daarnaast blijkt aansluiting op internet in belangrijke mate bij te dragen aan de mate van zelfstandigheid.

Bij de mensen met een functiebeperking en zonder internet valt op dat de zelfstandigheid in het regelen van bepaalde bankdiensten, zoals controleren afschriften, openen bankrekening en opnemen en storten van geld op eigen rekening tussen 2010 en 2013 in meer of mindere mate achteruit is gegaan (zie Tabel 3.2).

Tabel 3.2 Bankdiensten die mensen zonder internet, gehandicapten en ouderen nog zelfstandig uitvoeren, 2010-2013

Percentages 2010 tussen haakjes

Bankdienst	Geen internet	Slecht ter been	Rol-stoel	Beperkte hand-functie	Slecht-horend	Doof / zeer slecht-horend	Licht visueel gehandicapt	Zwaar visueel gehandicapt	>=65
Opnemen contant geld	91% (90%)	80% (86%)	56% (72%)	68% (90%)	92% (92%)	84% (95%)	80% (83%)	52% (61%)	95% (95%)
Openen bankrekening	83% (86%)	76% (81%)	78% (89%)	83% (90%)	88% (83%)	73% (95%)	74% (83%)	49% (69%)	92% (95%)
Geven betaalopdrachten / overschrijvingen d-en	86% (90%)	80% (82%)	83% (78%)	80% (86%)	90% (91%)	76% (90%)	80% (81%)	65% (72%)	94% (95%)
Ophalen/activeren betaalmiddelen	88% (86%)	80% (84%)	72% (78%)	75% (90%)	91% (89%)	76% (95%)	76% (82%)	54% (73%)	94% (95%)
Opvragen saldo en bij- en afschrijvingen	87% (84%)	83% (85%)	94% (83%)	90% (97%)	91% (90%)	86% (90%)	84% (85%)	75% (84%)	95% (95%)
Opnemen en storten geld op eigen rekening	86% (84%)	78% (84%)	67% (83%)	73% (97%)	90% (88%)	76% (90%)	75% (83%)	50% (75%)	94% (95%)
Controleren afschriften	82% (90%)	83% (86%)	92% (83%)	90% (93%)	90% (91%)	84% (88%)	81% (84%)	70% (81%)	94% (95%)

Nederlanders met hulp bij het regelen van bankzaken, blijken deze hulp vaak nodig te hebben voor het regelen van bankzaken waarvoor zij het huis uitmoeten, zoals het opnemen van contant geld, het storten van geld op de eigen rekening of het openen van een bankrekening. Dit komt vooral voor bij mensen die fysiek of visueel beperkt zijn, en in mindere mate bij mensen zonder internet, maar niet zozeer bij mensen met een auditieve beperking. Mensen zonder internet moeten weliswaar vaker het huis uit op bovenstaande zaken te regelen, maar kunnen dat vaak zonder hulp.

3.2 Perceptie bereikbaarheid banken en geldautomaten

Wat betreft de bereikbaarheid van banken en geldautomaten is aan de respondenten enerzijds gevraagd naar de afstand⁴ (zie Tabel 3.3) en anderzijds naar de overbrugbaarheid van de afstand (zie Tabel 3.4).

Tabel 3.3 Schatting afstand tot dichtstbijzijnde bankkantoor eigen bank, 2010-2013

Percentages 2010 tussen haakjes

Afstand	Doelgroep				
	Geen internet	Functie-beperking	Laag opgeleid/ inactief	65 jaar en ouder	Controle-groep
< 500 m	14% (19%)	11% (16%)	9% (13%)	10% (14%)	12% (13%)
500 m - 1 km	23% (34%)	26% (28%)	26% (27%)	22% (34%)	27% (33%)
1 - 3 km	35% (26%)	35% (33%)	32% (35%)	35% (31%)	28% (29%)
3 - 5 km	9% (10%)	14% (10%)	15% (11%)	14% (11%)	14% (10%)
5 - 10 km	15% (9%)	10% (10%)	15% (9%)	11% (6%)	15% (6%)
> 10 km	4% (2%)	4% (4%)	4% (6%)	8% (4%)	5% (8%)

Twee derde van de respondenten geeft aan binnen een geschatte straal van drie kilometer en 81% binnen een straal van vijf kilometer van de eigen bank te wonen. Mensen met een beperking wonen gemiddeld genomen iets dichterbij hun bank dan de controlegroep. Tussen 2010 en 2013 is het aantal respondenten dat aangeeft binnen een straal van drie kilometer respectievelijk vijf kilometer van zijn eigen bank te wonen afgenomen (2010: < 3 km 75%, <5 km 85%).

⁴ Aan de respondenten is gevraagd naar de afstand. Respondenten hebben antwoord gegeven aan de hand van hun schatting.

Er is een duidelijk verband tussen de afstand en de stedelijkheidsgraad van het woongebied. In sterk verstedelijkte gebieden woont 92% binnen een straal van vijf kilometer van de eigen bank, versus respectievelijk 51% van de mensen in niet stedelijke gebieden en 78% van de mensen in weinig stedelijk gebieden. Deze cijfers zijn een ondergrens voor de afstand tot de woning en de dichtstbijzijnde bank, omdat de huisbank niet de dichtstbijzijnde bank hoeft te zijn.

De afstand tussen de dichtstbijzijnde geldautomaat en de woning is aanzienlijk lager dan die tussen de huisbank en de woning (zie Tabel 3.4). 91% van de respondenten geeft aan binnen een straal van drie kilometer van een geldautomaat te wonen en 99% kent een geldautomaat binnen een straal van vijf kilometer. 96% van de ouderen woont binnen een straal van drie kilometer van een geldautomaat. Ook nu is er een verband tussen afstand en stedelijkheidsgraad, maar deze is minder sterk dan in het geval van de afstand tot de huisbank. In sterk verstedelijkte gebieden geeft 98% respectievelijk 99% van de respondenten aan binnen een straal van drie respectievelijk vijf kilometer van een geldautomaat te wonen, terwijl 89% respectievelijk 94% van de mensen in niet stedelijke gebieden aangeeft binnen een straal van drie respectievelijk vijf kilometer van een geldautomaat te wonen.

Tabel 3.4 Schatting afstand tot dichtstbijzijnde geldautomaat, 2010 - 2013

Percentages 2010 tussen haakjes

Afstand	Doelgroep				
	Geen internet	Functie-bepanking	Laag opgeleid/ inactief	65 jaar en ouder	Controle-groep
< 500 m	30% (29%)	34% (36%)	30% (40%)	32% (33%)	27% (41%)
500 m - 1 km	28% (44%)	40% (42%)	41% (31%)	39% (42%)	42% (40%)
1 - 3 km	30% (19%)	20% (18%)	20% (23%)	25% (19%)	22% (16%)
3 - 5 km	4% (4%)	4% (2%)	6% (3%)	2% (3%)	8% (4%)
5 - 10 km	8% (4%)	2% (2%)	3% (1%)	1% (2%)	2% (0%)
> 10 km	0% (0%)	0% (1%)	4% (2%)	0% (1%)	0% (0%)

Voor de bereikbaarheid van de bank en de geldautomaat is niet alleen de afstand van belang maar ook de mate van overbrugbaarheid van de afstand. De huisbank kan op nog geen kilometer afstand van de eigen woning liggen, maar wanneer klanten onderweg obstakels tegenkomen, kan het toch moeilijk voor hen zijn om naar de bank te gaan. Vooral mensen met een functiebeperking hebben in 2013 meer moeite met het overbruggen van de afstand tot de eigen bank ten opzichte van de vorige meting in 2010 (zie Tabel 3.5). Voor de gemiddelde Nederlander is de mate van overbrugbaarheid nauwelijks veranderd. Er is geen verband tussen stedelijkheidsgraad en de mate van overbrugbaarheid.

Tabel 3.5 Afstand tot eigen bank is makkelijk te overbruggen, 2010 - 2013

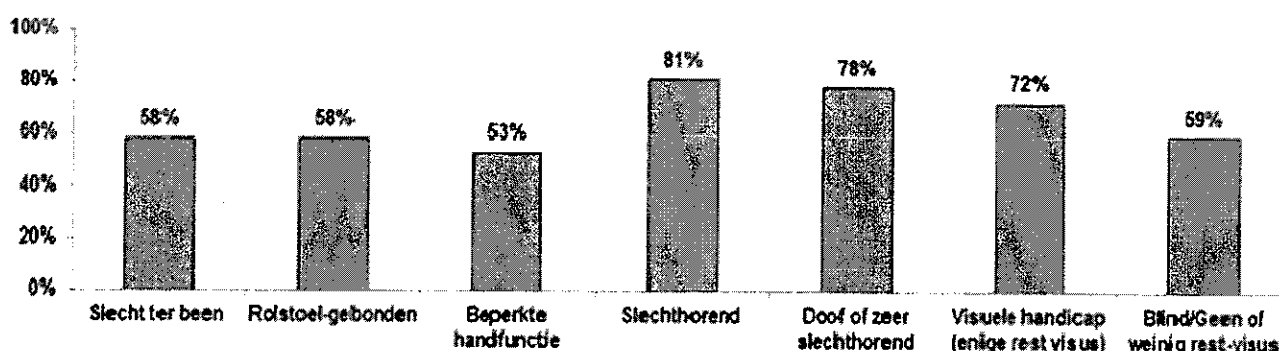
Percentages 2010 tussen haakjes

	Doelgroep				
	Geen internet	Functie-beperking	Laag Opgeleid / inactief	65 jaar en ouder	Controle - groep
Ja	86% (85%)	74% (82%)	91% (95%)	91% (93%)	94% (95%)
Nee	14% (15%)	26% (18%)	9% (5%)	9% (7%)	6% (5%)

Het hebben van een beperking kan de bereikbaarheid beïnvloeden. Mensen met een fysieke of visuele beperking geven relatief minder vaak aan makkelijk de bank te kunnen bereiken, dan de doorsnee bevolking (zie Grafiek 3.1). Maar ook van hen geven de meeste aan dat de afstand tot de eigen bank geen obstakel vormt. Respondenten die aan hebben gegeven problemen te ervaren is gevraagd waarom dit bij hen het geval is. De meeste mensen noemen hierbij hun beperkte mobiliteit en de afstand tot het bankkantoor. 18% van de ouderen geeft aan niet te weten waar het kantoor is gevestigd.

Grafiek 3.1: Afstand tot eigen bank is makkelijk te overbruggen 2013

(consumenten met een functie beperking)



Om het belang van een bankbezoek in kaart te brengen is de respondenten gevraagd aan te geven hoe vaak zij de afgelopen drie maanden de bank hebben bezocht en de reden van het bezoek. Van de doorsnee bevolking is 44% het afgelopen kwartaal naar de bank geweest. 16% daarvan geeft aan één keer naar de bank te zijn geweest en 4% van hen zeven keer of meer. Mensen in de aandachtsgroepen, op ouderen na, bezoeken hun bank vaker. Dit geldt met name voor mensen met een functiebeperking (54%). 40% van de ouderen geeft aan dat zij het afgelopen kwartaal de bank hebben bezocht. Mensen in de aandachtsgroepen die toegang tot internet hebben, gaan overigens minder frequent dan degenen die dit niet hebben. Blijkbaar

biedt internet- en mobielbankieren hen de mogelijkheid om bankzaken online te regelen waarvoor anderen naar de bank gaan. In de zeer en sterk stedelijk gebieden gaan respondenten iets vaker naar de bank (49%) dan de respondenten uit niet stedelijke gebieden (42%).

Tabel 3.6 geeft een overzicht van de redenen om naar de bank te gaan. Respondenten konden op deze vraag meerdere antwoorden geven. De meest genoemde reden om naar de bank te gaan is nog steeds voor het opnemen van contant geld, gevolgd door het regelen van zaken die alleen op het bankkantoor kunnen plaatsvinden dan wel niet via internet- en/of mobielbankieren kunnen worden gedaan. Mensen uit de vier aandachtsgebieden gaan, vergeleken met de doorsnee Nederlander (21%), relatief vaak naar de bank voor het opnemen van contant geld.

Het percentage van mensen die voor bepaalde zaken naar de bank gaan, die alleen op de bank kunnen worden afgehandeld, is in deze meting fors afgenomen ten opzichte van de meting in 2010. Ook het percentage dat voor een betere informatie voorziening naar een bankkantoor komt, is tussen 2010-2013 gedaald.

Onder de mensen met een beperking blijken relatief veel mensen met een visuele handicap (38%) geld op te nemen bij de bank. Een mogelijke verklaring dat veel mensen uit met name de aandachtsgroepen voor geldopnames naar de bank gaan, is dat zij het bankkantoor als rustiger en veiliger ervaren dan geldopname op straat en dat zij daar om hulp kunnen vragen bij het bankpersoneel. Een reden kan ook zijn dat mensen naar het bankkantoor gaan omdat daar soms een geldautomaat met spraakfunctie aanwezig is of juist dat men niet zelfstandig een geldautomaat kan bedienen omdat men het scherm niet kan aflezen. Mensen met een functiebeperking geven ook relatief vaak aan naar de bank te gaan vanwege de betere informatievoorziening en het persoonlijke contact. Ook mensen in niet en weinig verstedelijkte gebieden gaan hiervoor vaker naar hun bank.

Tabel 3.6 Redenen bankbezoek naar aandachtsgroep, 2013

Percentages 2010 tussen haakjes

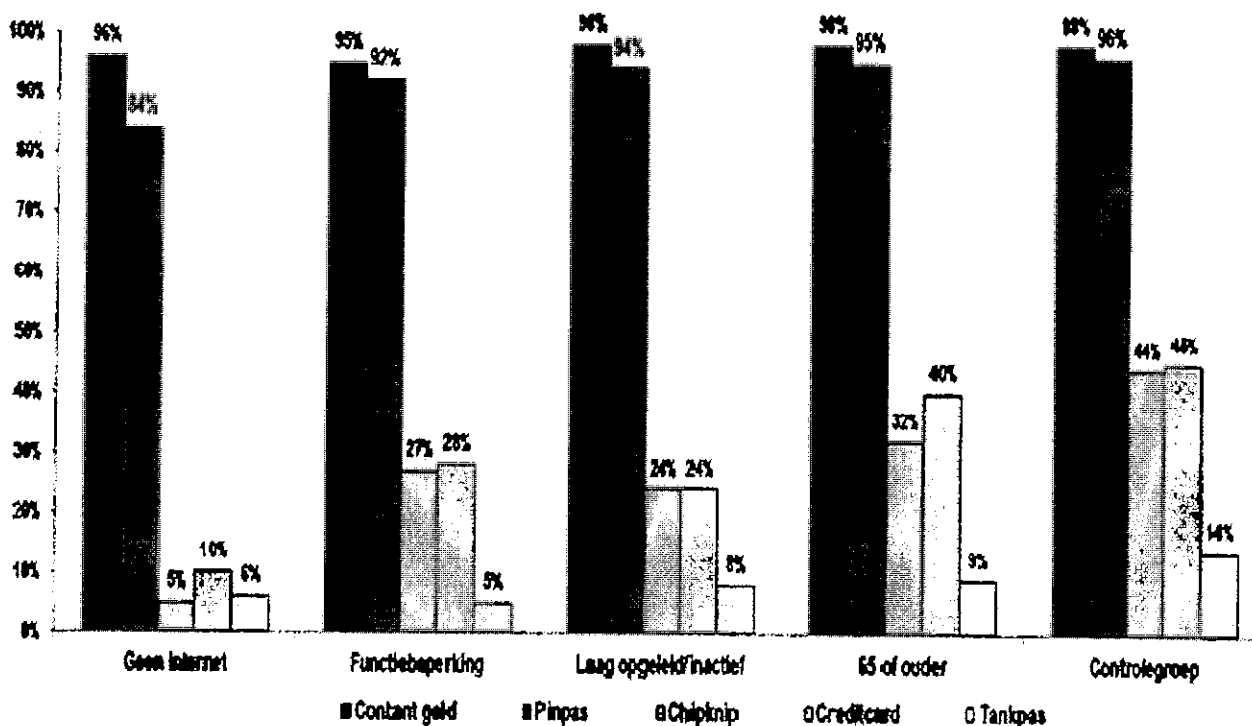
Reden bankbezoek	Geen internet	Functie-beperking	Laagopgeleid /inactief	65 of ouder	Controlegroep
Ik ga nooit naar het bankkantoor	20% (11%)	21% (16%)	35% (18%)	25% (12%)	27% (21%)
Pinnen / opnemen contant geld	48% (56%)	32% (44%)	26% (39%)	23% (58%)	21% (25%)
Sommige zaken kunnen alleen op de bank worden	18% (16%)	21% (29%)	11% (24%)	9% (14%)	10% (23%)
Regelen van bankzaken die niet online kunnen	1% (3%)	16% (10%)	8% (10%)	22% (5%)	17% (15%)
Betere informatie voorziening	7% (13%)	12% (11%)	10% (15%)	8% (19%)	10% (13%)
Persoonlijk contact	11% (9%)	16% (12%)	11% (12%)	8% (7%)	10% (9%)
Geld storten	0% (0%)	2% (1%)	1% (3%)	2% (0%)	6% (5%)
Als er iets niet klopt/geschillen	0% (0%)	0% (2%)	1% (2%)	3% (4%)	0% (0%)
Ik heb geen toegang tot internetbankieren	1% (1%)	2% (1%)	1% (2%)	8% (1%)	2% (0%)
Overig	6% (5%)	7% (8%)	6% (5%)	8% (6%)	5% (10%)

3.3 Betaalgedrag: aan de toonbank en op afstand

Aan respondenten is gevraagd welke betaalmiddelen zij geregeld gebruiken aan de toonbank, welk betaalmiddel hun voorkeur heeft en op welke wijze zij betalingen op afstand doen. Voor betalingen in winkels, horecagelegenheden, bij de bakker, slager en andere toonbankinstellingen maken vrijwel alle consumenten gebruik van contant geld en pinpas, gevolgd door de Chipknip, credit card en de tankpas (Grafiek 3.2). Het betaalgedrag van de subgroepen verschilt weinig van de controlegroep. Het gebruik van de pinpas is iets toegenomen bij de subgroep 'geen internetbezitters' (84%) ten opzichte van de laatste meting in 2010 (80%). Verder is het gebruik van creditcard en Chipknip door mensen van 65 jaar en ouder toegenomen (40% en 32% in 2013) ten opzichte van de meting in 2010 (29% en 26%).

Grafiek 3.2: Gebruikte betaalmiddelen aan de kassa

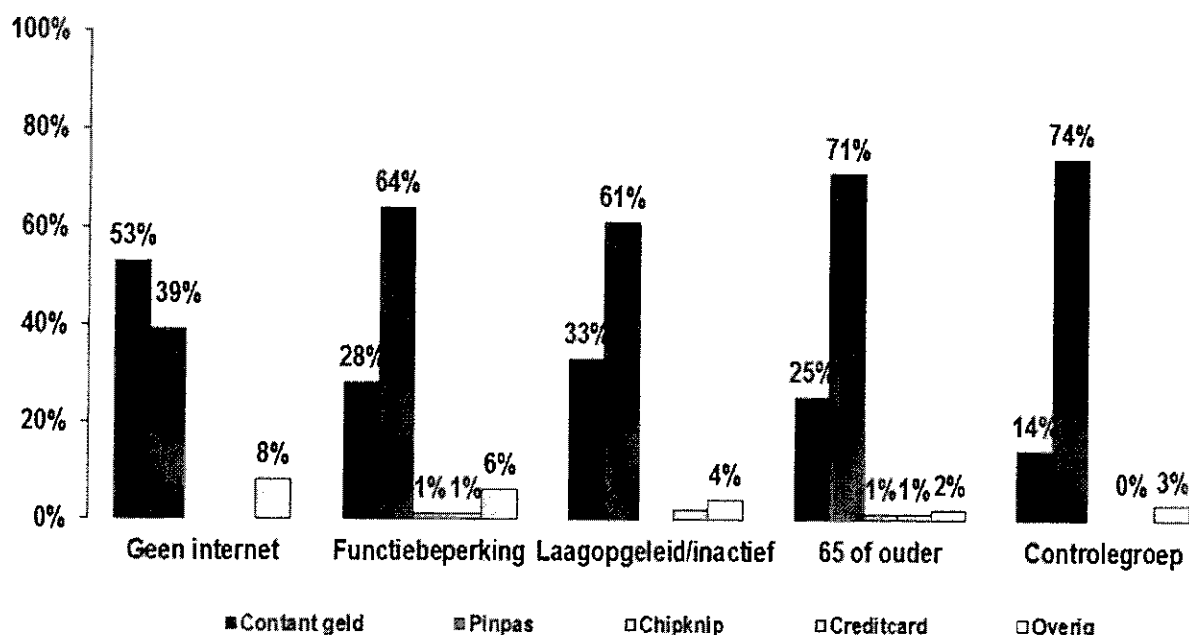
(meerdere antwoorden mogelijk)



Wanneer gevraagd wordt naar de voorkeur van de respondenten dan blijkt dat de meesten het liefst betalen met de pinpas gevolgd door contant geld (Grafiek 3.3). Dit geldt voor de controlegroep en voor mensen in drie van de vier aandachtsgroepen. Uitzondering hierop vormen de mensen zonder internet. Hiervan prefereert 53% contant geld als betaalmiddel en 39% de pinpas. De voorkeur van de controlegroep (83%) en de ouderen (71%) voor het betalen met de pinpas vertoont een sterke stijging ten opzichte van 2010 (74%; 60%). Een klein gedeelte van de respondenten prefereert een ander betaalmiddel dan contant geld of de pinpas. De mensen in de vier

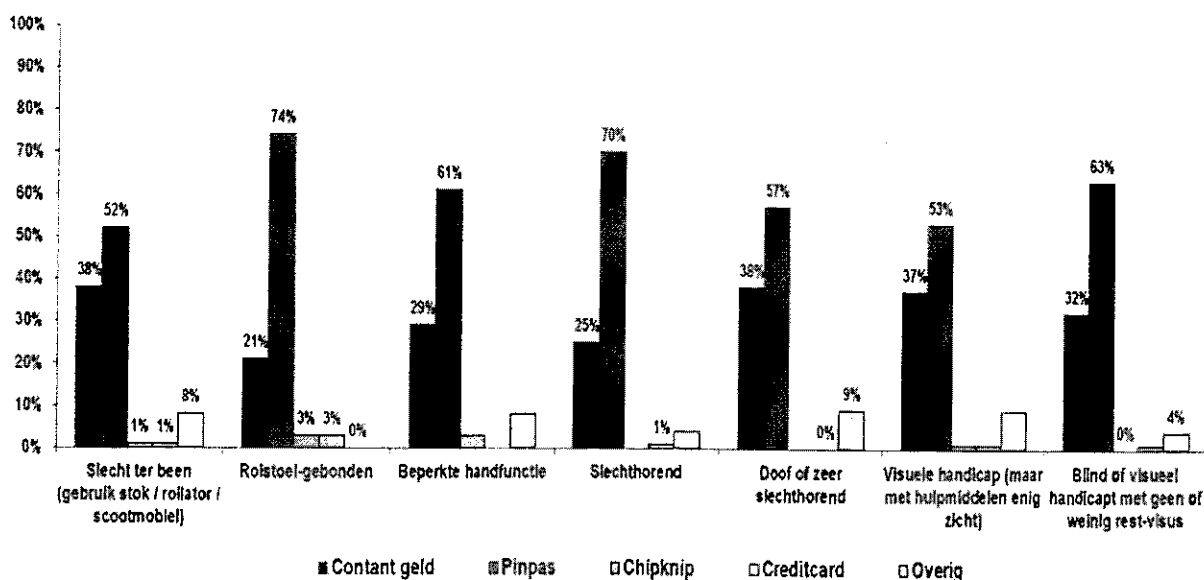
aandachtgroepen preferen relatief vaker contant geld ten opzichte van de controlegroep en relatief minder vaak het betalen met de pinpas.

Grafiek 3.3: Voorkeursbetaalmiddel aan de kassa



De betaalvoorkeuren van mensen met een functiebeperking laten geen eenduidig beeld zien (Grafiek 3.4). Voor mensen met auditieve beperkingen biedt de pinpas meer betaalgemak omdat zij het bedrag op de terminal kunnen zien in plaats van dat van de kassamedewerker te moeten horen. Bij mensen die rolstoel gebonden zijn, komt het betaalgedrag sterk overeen met dat van de controlegroep. Zij pinnen graag, mogelijk omdat zij hiervoor niet eerst geld voor hebben hoeven opnemen.

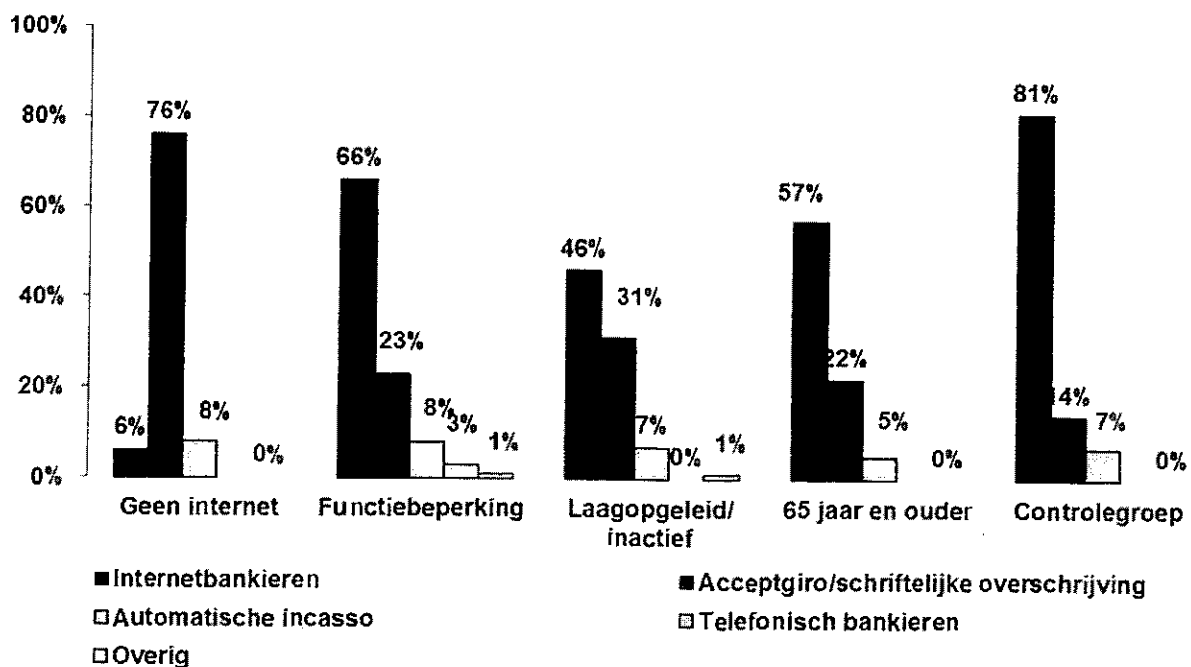
Grafiek 3.4: Betaalvoorkeuren van consumenten met een functiebeperking



Naast de betaalwijze aan de kassa is aan respondenten gevraagd hoe zij betalingen op afstand verrichten (Grafiek 3.5). De doorsnee Nederlander gebruikt met name internetbankieren voor eenmalige betalingen/facturen, gevolgd door de acceptgiro/overschrijving en automatische incasso. Mensen zonder internet wijken nog steeds het meeste af van de doorsnee Nederlander. Zij betalen eenmalige betalingen/ facturen als enige groep nog het vaakst met de papieren Acceptgiro en/of overschrijvingsformulier. De overige aandachtsgroepen maken, net als de controlegroep, het vaakst gebruik van internetbankieren om eenmalige betalingen/ facturen te voldoen. In de groep mensen met een functiebeperking maakt 3% gebruik van telefonisch bankieren, de overige aandachtsgroepen en de controlegroep maken hiervan geen gebruik. Telefonisch bankieren wordt met name gebruikt door mensen die slecht ter been, blind/ zeer slechtziend en doof of zeer slechthorend zijn. Als redenen worden de volgende zaken genoemd: het was de gemakkelijkste manier van betalen (60%), de snelste manier van betalen (20%), de enige betaalbaarheid (10%) en de veiligste manier van betalen (10%).

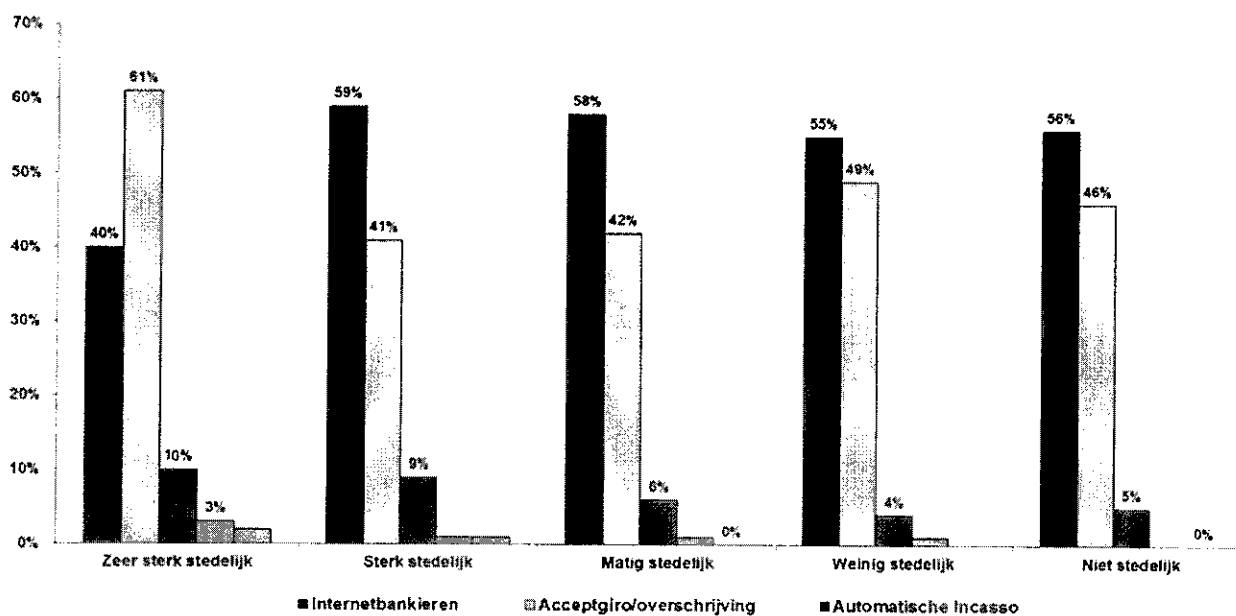
De overgang naar een alfanumerieke IBAN in combinatie met telefonisch bankieren is door de werkgroep Toegankelijkheid en Bereikbaarheid in 2009 als zorgpunt benoemd. Om de ontwikkelingen van dit kanaal in kaart te brengen zijn er vanaf 2010 diverse gesprekken gevoerd tussen de Oogvereniging (toen nog Viziris) / CG Raad, ANBO, de Consumentenbond, de drie grootbanken, Betaalvereniging Nederland en de Nederlandse Vereniging van Banken. Voor de betrokkenen is het duidelijk dat het gebruik van telefonisch bankieren verder zal afnemen, maar dat er een groep van consumenten met een beperking zal overblijven voor wie internetbankieren, papieren betaalmiddelen en het bezoeken van een bankkantoor simpelweg geen mogelijkheden zijn. De banken committeren zich om voor deze selecte groep klanten het zelfstandig regelen van hun betalingsverkeer via telefonisch bankieren ook na de invoering van SEPA (per 1 februari 2014) mogelijk te maken.

Grafiek 3.5: Wijze waarop men eenmalige betalingen/facturen betaalt



Er is een verband tussen de wijze waarop consumenten eenmalige rekeningen/facturen betalen en stedelijkheidsgraad van hun woonplaats (Grafiek 3.6). Het papiergebruik is lager in de minder verstedelijkte gebieden. Het verschil is vooral sterk in de zeer verstedelijkte gebieden. Een mogelijke verklaring hiervan zijn demografische factoren en de grotere beschikbaarheid van postagentschappen en brievenbussen in zeer sterk verstedelijkte gebieden.

Grafiek 3.6: Wijze waarop men eenmalige betalingen/facturen betaalt naar stedelijkheidsgraad (meerdere antwoorden mogelijk)



3.4 Tevredenheid bank- en basisdiensten

Consumenten zijn gevraagd om een rapportcijfer (1 t/m 10) te geven voor verschillende bank- en betaaldiensten (zie Tabel 3.7). Consumenten zijn over het algemeen tevreden over bankdiensten en geven een ruime voldoende. Enige uitzondering hierop vormen de mensen zonder internet. Hun waardering van bankdiensten is afgenomen ten opzichte van 2010.

Met name zijn er op *algemene tevredenheid*, *openingstijden* en *afstand geldautomaat eigen bank* significante verschillen tussen 2010 en 2013. Ook de tevredenheid van mensen met een functiebeperking over de afstand bankkantoor en geldautomaat eigen bankkantoor loopt terug en verschilt significant tussen 2010 en 2013. Over het algemeen geven de respondenten in de vier aandachtsgroepen een lagere score wat betreft de afstand bankkantoor/GEA. Er lijkt een verband te bestaan tussen de daling van het aantal bankkantoren en GEA's. Bij de controlegroep is de tevredenheid rond de afstand bankkantoor en GEA gestegen.

Er zijn geen bankdiensten die een onvoldoende scoren. Consumenten zijn met name tevreden over de bereikbaarheid internetbankieren, saldo-informatie, het geven van betaalopdrachten en overzicht van bij- en

afschrijvingen. Consumenten gaven aan de bereikbaarheid van de mobielbankieren app via smartphone of tablet het hoogste cijfer: 8. De openingstijden zijn positiever beoordeeld dan in 2010 (7,2 versus 6,9). De meest genoemde aandachtspunten zijn de afstand tot de geldautomaat van de eigen bank, afstand tot bank/geldautomaat en helpdesk/callcenter. De reden waarom de afstand tot de geldautomaat van de eigen bank wordt genoemd, is verder niet uitgezocht. Geld opnemen kan ook via gastgebruik bij de geldautomaat van een andere bank; wel is de opnamelimit lager en kan niet voor de opname het saldo worden gecheckt.

Tabel 3.7 Tevredenheid bankdiensten, 2013

Schaal 1-10, resultaten 2010 tussen haakjes

Bankdienst	Doelgroep				
	Geen internet	Functie-beperking	Laag opgeleid/inactief	65 jaar en ouder	Controle-groep
Algemene tevredenheid	7.7* (8.0)	7.5 (7.5)	7.7 (7.8)	7.6 (7.6)	7.6 (7.6)
Saldo informatie	7.6 (8.0)	7.8 (7.8)	7.8 (8.0)	7.8 (7.8)	7.8 (8.1)
Overzicht bij. en afschrijvingen	7.5 (7.9)	7.8 (7.7)	7.8 (8.0)	7.9 (7.8)	7.9 (7.9)
Betaalopdrachten	7.7 (7.9)	7.7 (7.7)	7.9 (8.0)	7.9 (7.8)	7.9 (8.0)
Gebruiksgemak	7.5 (7.9)	7.6 (7.6)	7.9 (7.9)	7.8 (7.9)	7.7 (7.9)
Helpdesk van bank/call centre	7.3 (7.9)	7.2 (7.1)	7.6 (7.7)	7.4 (7.4)	7.3 (7.2)
Beveiligingsprocedure	7.7 (8.1)	7.5 (7.7)	7.7 (7.9)	7.7 (7.8)	7.7 (7.7)
Bereikbaarheid internetbankieren	7.5 (7.7)	7.8 (7.8)	8.1 (8.2)	8.1 (7.8)	7.9 (8.0)
Openingstijden	7.5*(7.8)	7.2 (7.2)	7.5 (7.5)	7.7* (7.5)	7.2* (6.9)
Afstand bankkantoor	7.1 (7.3)	6.7* (6.9)	7.2 (7.4)	7.2* (7.5)	7.4 (7.2)
Afstand geldautomaat eigen bank	7.1* (7.6)	7.0* (7.2)	7.4 (7.6)	7.6 (7.7)	7.7 (7.5)
Afstand geldautomaat andere bank	7.4 (7.5)	7.3 (7.4)	7.8 (7.7)	7.9* (7.6)	7.7 (7.5)
Bereikbaarheid mobilbankieren app via smartphone of tablet		7.3	7.9	7.9	8

* Significant verschil tussen 2010 en 2013 op 5% niveau.

Tabel 3.8 geeft inzicht in de positionering van de betaaldiensten ten opzichte van de andere basisdiensten en de ontwikkeling ervan tussen 2010 en 2013. De gemiddelde Nederlander gaf in 2013 aan betaaldiensten in vergelijking tot andere basisdiensten een relatief hoog cijfer. Een vergelijking van de resultaten van 2010 met die uit 2013 laten eenzelfde beeld zien (Tabel 3.8). Mensen met een functiebeperking zijn in 2013 iets minder tevreden over de betaaldienstverlening (en overige basisdiensten in een gemeente) dan in 2010.

Tabel 3.8 Vergelijking tevredenheid basisdiensten, 2013

Schaal 1-10, resultaten 2010 tussen haakjes

Basisdienst	Doelgroep				
	Geen internet	Functie-beperking	Laag opgeleid/inactief	65 jaar en ouder	Controle-groep
Doen van betalingen en geld opnemen	7,7 (7,7)	7,3 (7,6)	8,2 (8,1)	8,0 (7,9)	8,3 (8,1)
Een vergunning aanvragen bij de gemeente	7,1 (7,1)	6,5 (6,8)	7,6 (7,1)	7,5 (7,2)	7,6 (6,9)
Aanvragen van gas, elektriciteit en water	7,4 (7,5)	7,0 (7,3)	7,8 (7,6)	7,7 (7,6)	8,1 (7,3)
Afsluiten van een verzekering	7,3 (7,1)	7,0 (7,3)	7,8 (7,7)	7,8 (7,5)	8,0 (7,7)
Boeken van een vakantie	7,3 (7,3)	6,9 (7,3)	8,1 (8,9)	7,8 (7,6)	8,2 (7,9)
Reizen met openbaar vervoer	6,7 (6,9)	6,1 (6,4)	7,5 (7,2)	7,2 (7,1)	7,5 (7,1)
Boodschappen doen bij een supermarkt	7,5 (7,8)	7,0 (7,4)	8,3 (8,0)	8,1 (7,8)	8,4 (8,1)
Bezoek postkantoor	7,2 (7,5)	6,3 (7,0)	8,0 (7,4)	7,8 (7,6)	7,9 (7,2)
Bezoek huisarts/apotheek	7,6 (7,9)	7,4 (7,7)	8,2 (8,0)	8,2 (7,9)	8,2 (7,9)

3.5 Ontwikkelingen en trends op het gebied van betaaldiensten

Een van de doelen van de Bereikbaarheidsmonitor 2013 is in kaart brengen van de ontwikkelingen en trends op het gebied van bereikbaarheid en toegankelijkheid van (basis) bankdiensten, zoals (technologische) substituten die voorheen fysiek in een bankkantoor plaatsvonden.

Op het gebied van het betalingsverkeer is er in Nederland de afgelopen jaren veel veranderd. De opkomst van alternatieve betalingsmogelijkheden en nieuwe technologieën brengen de wereld van het betalingsverkeer in beweging. Een van de drijvende krachten achter deze veranderingen is innovatie. De innovatie is vooral gericht op efficiëntie en marktverbreding. Met nieuwe initiatieven als elektronisch factureren, contactloos betalen en mobiele betalingen betreden ook nieuwe (non-bancaire) toetreders de betaalmarkt. De aanjagers van de veranderingen zijn ICT, E-commerce en consumenten die meer keuzevrijheid en gemak nastreven.

Het vraagstuk “hoe gaan we straks betalen en zijn nieuwe betaalproducten voor iedereen toegankelijk” houden zowel gebruikers als aanbieders bezig. Uit recent onderzoek van DNB blijkt dat 65% van de internetshoppers de voorkeur heeft voor betalen met ideal bij een webwinkel in Nederland. Net als aan de toonbank, kan er ook aan de internetkassa's op verschillende manieren betaald worden; bijvoorbeeld met de creditcard, E-wallets⁵, prepaid-kaarten, digitale/papieren overschrijving, acceptgiro of mobiele telefoon.

Tabel 3.9 geeft een overzicht van de frequentie van het gebruik van mobielbankieren naar aandachtsgroepen. De meest genoemde reden om niet van mobielbankieren gebruik te maken is dat het moeilijk is, gevolgd door het niet

⁵ E-wallets zijn online portemonnees waaraan gebruikers geld kunnen 'uploaden' om daarmee te betalen in webwinkels. Wegens het gebruiksgemak wordt e-wallets vooral gekozen door de frequente internetgebruikers. De klant hoeft niet alsmat dezelfde informatie zoals, verzend-, factuur- en betaalgegevens in te vullen als zij/hij online een product aanschaft. Alle relevante informatie is immers al een keer opgegeven en wordt automatisch ingevuld in de desbetreffende velden. Voorwaarde is wel dat de verscheidene webwinkels met dezelfde digitale portemonnee werken.

kunnen betalen van tablet of smartphone. Respondenten geven aan dat zij niet weten waar zij met hun vragen over het gebruik van internetbankieren of mobielbankieren terecht kunnen.

Tabel 3.9 Frequentie gebruik mobiel bankieren via tablet of smartphone naar aandachtsgroepen

Frequentie	Doelgroep				
	Geen internet	Functie-beperking	Laag Opgeleid / inactief	65 jaar en ouder	Controle - groep
Ik maak hier nooit gebruik van	97%	84%	92%	92%	80%
Zeer zelden	3%	6%	3%	6%	4%
Af en toe	0%	4%	2%	2%	3%
Regelmatig	0%	3%	1%	0%	6%
Vaak	0%	2%	0%	0%	6%
Altijd	0%	2%	1%	1%	2%

Tabel 3.10 geeft inzicht over de penetratie van aankopen via internet naar aandachtsgroepen. 74% van de doorsnee Nederlander geeft aan aankopen via internet te doen. Ook relatief veel mensen met een functiebeperking doen aankopen via internet (62%).

Tabel 3.10 Mate waarin men gebruik maakt van aankopen via internet naar aandachtsgroepen

Frequentie	Doelgroep				
	Geen internet	Functie-beperking	Laag Opgeleid / inactief	65 jaar en ouder	Controle - groep
Ik maak hier nooit gebruik van	98%	38%	65%	53%	26%
Zeer zelden	2%	14%	12%	16%	14%
Af en toe	0%	27%	15%	20%	32%
Regelmatig	0%	18%	7%	9%	24%
Vaak	0%	3%	1%	1%	4%
Altijd	0%	0%	0%	0%	0%

Tabel 3.11 geeft inzicht in het type functiebeperking en aankopen via internet.

Het valt op dat van de mensen die slecht ter been zijn relatief gezien het minst vaak aankopen via internet doen.

27% van de mensen met auditieve beperkingen geeft aan regelmatig aankopen te doen via internet.

Tabel 3.11 Mate waarin men gebruik maakt van aankopen via internet met een beperking

Frequentie	Slecht ter been	Beperkte handfunctie	Slecht horend	Visuele handicap	Blind of weinig rest visus
Ik maak hier nooit gebruik van	67%	38%	20%	44%	46%
Zeer zelden	10%	15%	17%	13%	14%
Af en toe	14%	28%	33%	27%	16%
Regelmatig	7%	15%	27%	15%	20%
Vaak	2%	5%	3%	2%	4%
Altijd	0%	0%	0%	0%	1%

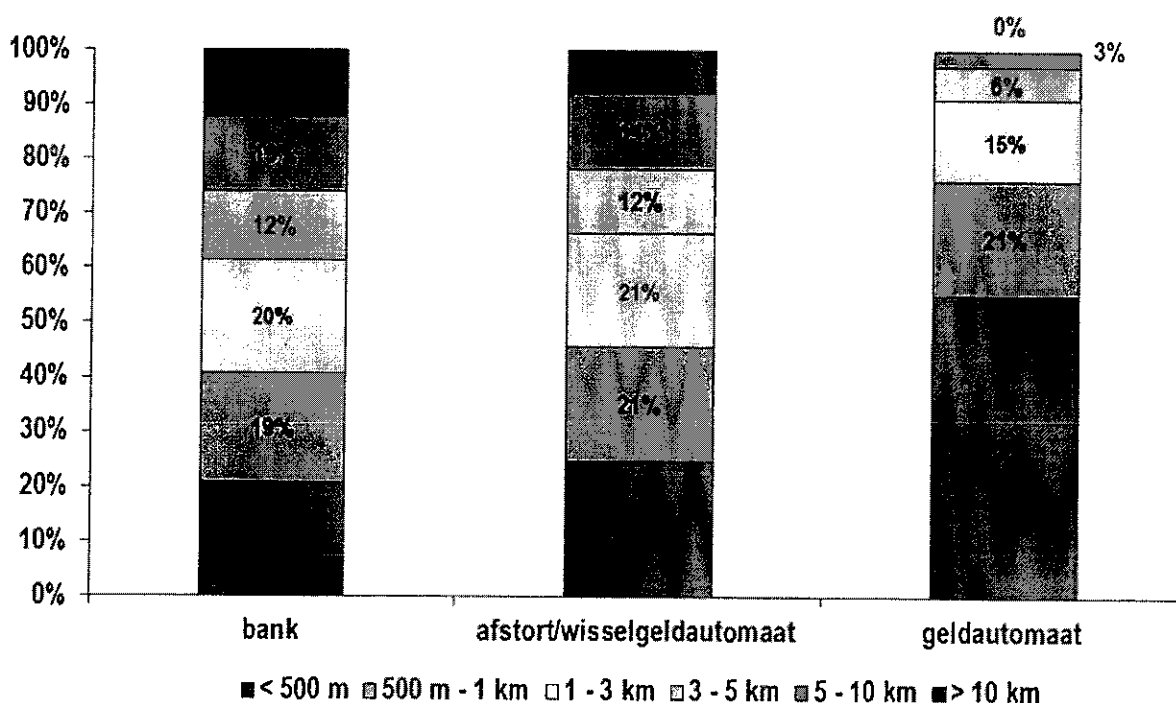
4. RESULTATEN ONDERNEMERSENQUETE

Om te kunnen toetsen in hoeverre de generieke bereikbaarheid van basis bankdienstverlening ten opzichte van de tweede meeting in 2010 is veranderd, zijn middels enquêteonderzoek de perceptie van consumenten en MKB-ondernemers in beeld gebracht. Paragraaf 4.1 tot en met 4.4 gaan in op het perspectief vanuit MKB-ondernemers.

4.1 Bereikbaarheid banken, geldautomaten en afstortpunten

Aan de MKB-ondernemers is gevraagd naar de afstand tussen hun bedrijf en de huisbank, de dichtstbijzijnde geldautomaat en de dichtstbijzijnde afstortlocatie (zie Grafiek 4.1). 59% van de MKB-ondernemers geeft aan dat hun eigen bank binnen een straal van drie kilometer ligt. Ten opzichte van de vorige meting in 2010 is er een achteruitgang in de geschatte afstand door de MKB-ondernemers tot hun bank (68%) (zie Tabel 4.1). Ten aanzien van de afstortautomaten verschillen de schattingen van de MKB-ondernemers veel minder; 67% in 2013 respectievelijk 73% in 2010. 91% van de MKB-ondernemers heeft binnen een straal van drie kilometer toegang tot een geldautomaat.

Grafiek 4.1: Afstand locatie ondernemer tot eigen bank, dichtstbijzijnde geldautomaat en afstortpunt



Tabel 4.1 Schatting afstand tot eigen bank, dichtstbijzijnde geldautomaat en afstort/wisselgeldautomaat, 2010-2013

Afstand	Bank	Afstort/wisselgeld automaat	Geldautomaat
< 500 m	20% (24%)	25% (29%)	55% (61%)
500 m - 1 km	19% (24%)	21% (24%)	21% (19%)
1 - 3 km	20% (20%)	21% (20%)	15% (13%)
3 - 5 km	12% (10%)	12% (11%)	6% (5%)
5 - 10 km	13% (13%)	14% (11%)	3% (2%)
> 10 km	12% (10%)	8% (5%)	0% (1%)

Percentages 2010 tussen haakjes

MKB ondernemers bezochten in 2013 minder vaak hun eigen bankkantoor dan in 2010. 81% van de MKB-ondernemers heeft de afgelopen drie maanden zijn eigen bank niet bezocht. In 2010 was dit nog 75%. In tabel 4.2 staan de redenen nader omschreven. Technologische ontwikkelingen (internetbankieren, websites banken, telefonisch bankieren) maken bankbezoek minder vaak noodzakelijk. Het vrij maken van personeel voor frequent bankbezoek kost immers ook geld. In enkele gevallen (2%) is het ontoereikend zijn van de verstrekte informatie als reden aangegeven als reden om niet naar de bank te gaan. Net als in 2010 is slechts 1% niet naar de bank geweest omdat de afstand te groot is. Persoonlijk contact, het regelen van zaken die alleen op de bank geregeld kunnen worden, betere informatievoorziening en het opnemen en afstorten van contant geld zijn nog steeds belangrijke redenen voor bankbezoek.

Tabel 4.2 Redenen om al dan niet de bank te bezoeken in de afgelopen drie maanden

Percentages 2010 tussen haakjes

Redenen om naar de bank te zijn geweest		Redenen waarom men niet naar de bank is geweest	
Om geld af te storten / op te nemen	10% (26%)	Regel mijn bankzaken via internet / telefoon	26% (37%)
Persoonlijk contact	43% (22%)	Niet nodig	66% (28%)
Betere informatievoorziening	14% (9%)	Vokloende informatie via website / internetbankieren	1% (18%)
Voor zaken die alleen op de bank geregeld kunnen worden	19% (4%)	Te weinig persoonlijk contact	1% (3%)
Ik internetbankier niet	1% (1%)	Ze komen bij ons	1% (2%)
Internetinformatie ontoereikend	2% (1%)	Verstrekte informatie is ontoereikend	2% (2%)
Ivm pinpas / pincode	4%	De bank is ver weg	1% (1%)
Overig (vnl andere onderwerpen dan betalingsverkeer, hypotheek, krediet, etc.)	8% (37%)	Overig	2% (6%)

De frequentie van bankbezoek is ook veranderd. 22% van de MKB-ondernemers geeft aan 1x per maand hun bankkantoor te hebben bezocht. In 2010 was dit percentage nog 14%. 40% van de MKB-ondernemers geeft aan hun bankkantoor niet met een vaste frequentie te hebben bezocht ten opzichte van 3% in 2010.

4.2 Betaalgedrag: acceptatie, afstorten en aanbieden cashback

Bij toonbankbetalingen is contant geld in de meeste sectoren nog steeds het meest geaccepteerde betaalmiddel gevolgd door de pinpas (Tabel 4.3). In de horeca is de kaartacceptatie gestegen, maar nog relatief laag (in 2013 was dit 57% en in 2010 51%). Er is een relatie tussen de hoogte van het aankoopbedrag en het geaccepteerde betaalmiddel. Dit komt tot uiting in de acceptatie van de verschillende betaalmiddelen. Ten opzichte van de vorige meting in 2010 is er in 2013 een toename gemeten bij overschrijvingen en ideal (18% respectievelijk 5% en 8% respectievelijk 3%). De in tabel 4.3 opgenomen percentages zijn exclusief postorder en webwinkels. In 2013 zijn ook webretailers opgenomen in de Bereikbaarheidsmonitor (Tabel 4.4).

Tabel 4.3 Geaccepteerde betaalmiddelen naar sector

Betaalmiddel	Supermarkt/ warenhuis	Benzine- station	Horeca	Food en non food lage bedragen	Non food hoge bedragen	Dienst- verlening	Totaal
Contant geld	100%	97%	95%	98%	90%	85%	91%
Pinpas	92%	100%	57%	88%	82%	40%	61%
Chipknip	11%	4%	2%	4%	1%	2%	2%
Creditcard	16%	74%	20%	21%	43%	8%	23%
Klantenkaart	0%	9%	0%	2%	2%	0%	1%
Tankpas	0%	87%	0%	3%	2%	0%	1%
Op rekening	12%	38%	18%	12%	17%	14%	16%
Acceptgiro	0%	10%	1%	0%	3%	1%	1%
Automatische incasso	1%	17%	2%	0%	2%	4%	2%
Eenmalige incasso	0%	9%	5%	1%	2%	1%	2%
Overschrijvingen	7%	12%	15%	3%	11%	31%	18%
IDEAL	1%	2%	3%	2%	9%	4%	5%
Papieren cadeaukaart	5%	2%	2%	20%	15%	14%	7%
E-walle (bv PayPal,CasU)	1%	1%	0%	1%	3%	2%	1%
Prepaid (bv Wallie, giftcards)	3%	5%	0%	2%	5%	1%	2%
Overig	0%	0%	0%	1%	1%	1%	1%

Volgens recent onderzoek van Thuiswinkel.org bedraagt de totale m-commerce omzet in de eerste helft van 2013 € 550 miljoen. In het eerste halfjaar van 2013 hebben 2,3 miljoen Nederlanders een online aankoop gedaan met een smartphone en/of tablet. Naast iDEAL en overschrijvingen zijn credit cards een belangrijke betaalmethode voor de detailhandel via postorder of internet (webretailers). Ook online portemonnees (e-wallets) worden door veel webretailers geaccepteerd (Tabel 4.4). Circa 40% van hen biedt betalen met e-wallets aan versus 1% van de toonbankinstellingen⁶. Opvallend is wel dat 40% van de deelnemende webretailers cash als betaalmiddel accepteert. Onder de webretailers is de acceptatie van prepaid-kaarten verwaarloosbaar klein.

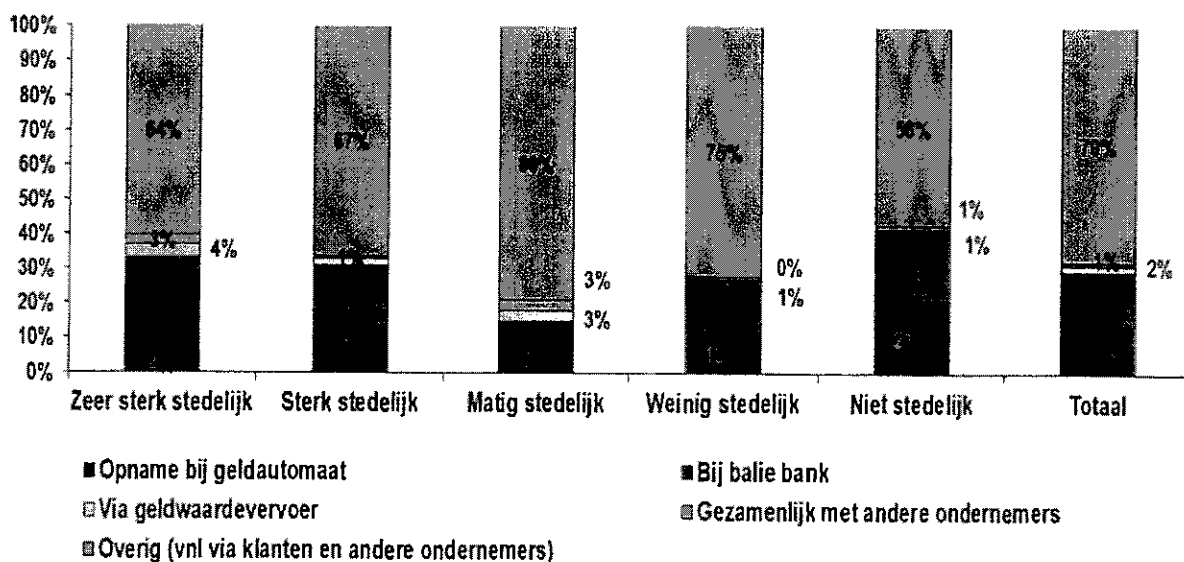
⁶ Supermarkt, warenhuis, benzinestation, horeca, food en non food, dienstverlening.

Tabel 4.4 Geaccepteerde betaalmiddelen postorder/webwinkels

Betaalmiddel	
Contant geld	40%
Pinpas	12%
Chipknip	0%
Creditcard	13%
Klantenkaart	0%
Tankpas	0%
Op rekening	16%
Acceptgiro	1%
Automatische incasso	2%
Eenmalige incasso	6%
Overschrijvingen	75%
IDEAL	65%
Papieren cadeaukaart	1%
E-walle (bv PayPal,CasU)	40%
Prepaid (bv Wallie, giftcards)	0%
Overig	4%

Van de toonbankinstellingen komt 70% van de MKB-ondernemers via informele kanalen aan wisselgeld (Grafiek 4.2). Zij krijgen dit van hun klanten of van andere MKB-ondernemers. In matig en weinig verstedelijkte gebieden leunen ondernemers relatief meer op informele kanalen om aan wisselgeld te komen. Van de diensten van waardevervoerders wordt door MKB-ondernemers op bescheiden wijze gebruik gemaakt (2% in 2013 versus 1% in 2010). De rol van gezamenlijke initiatieven om aan wisselgeld te komen is verwaarloosbaar te noemen. Er blijkt geen verband te zijn tussen hoe ondernemers aan wisselgeld komen en stedelijkheidsgraad.

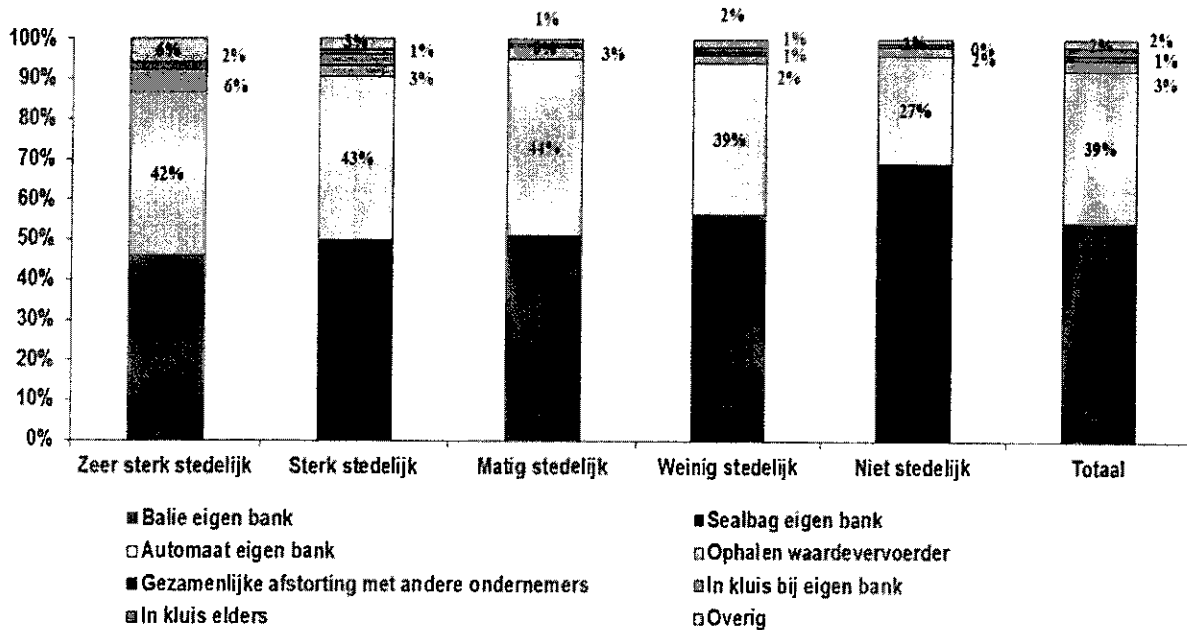
Grafiek 4.2: Wijze waarop ondernemers aan wisselgeld komen, naar stedelijkheidsgraad



Een belangrijke betaaldienst voor ondernemers is het afstorten van hun contante opbrengsten bij de bank of waardevervoerder. De meeste ondernemers storten contant geld af via sealbags bij de eigen bank (zie Grafiek 4.3). Deze wijze van afstorten wordt gevolgd door afstorting bij automaat en balie van de eigen bank. Er wordt in mindere mate geld afgestort bij de balie van de bank (21% in 2010 versus 14% in 2013) en meer via de automaat (33% in 2010 versus 39% in 2013) en via de sealbag (40% in 2010 versus 42% in 2013).

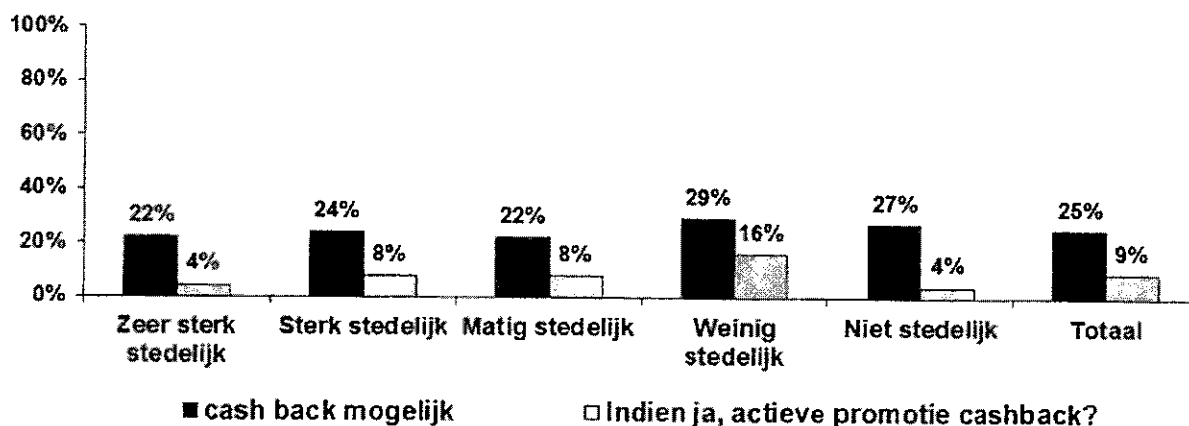
De frequentie van storting bij de balie van de eigen bank vertoont ook een verandering ten opzichte van de laatste meting. Het gaat meer richting één keer per maand (22% in 2013 versus 14% in 2010) of wisselend (40% in 2013 versus 3% in 2010). 38% van de gevraagde ondernemers geven aan 1 keer per week via sealbag geld af te storten tegen 52% in 2010. Het percentage van de ondernemers dat 1 keer per week bij automaat afstort is 25% in 2013 versus 38% in 2010. Ondernemers maken weinig gebruik van de diensten van waardevervoerders. Als gebruik wordt gemaakt van een waardevervoerder, ligt de gemiddelde afstortfrequentie iets hoger dan eens per week (dit zijn ondernemingen met 20 t/m 49 werknemers). Er zijn minder initiatieven vanuit de branche of winkeliersverenigingen om gezamenlijk contanten op te nemen- of af te storten dan bij de vorige meting afgerond 0% in 2013, versus 3% in 2010. In weinig en niet verstedelijkte gebieden wordt vaker geld afgestort bij de balie van de eigen bank (18%). Terwijl ondernemers uit de verstedelijkte gebieden vaker de automaat van de eigen bank kiezen.

Grafiek 4.3: Wijze van geld afstorten, naar stedelijkheidsgraad



Ondernemers kunnen hun klanten de mogelijkheid bieden om contant geld aan de kassa bij te pinnen (cashback faciliteit). Bij 25% van de MKB-ondernemers kunnen consumenten cash bijpinnen. Het actief bijpinnen wordt steeds minder vaak aangeboden (9% in 2013 versus 16% in 2010). Een verklaring hiervoor kan het toegenomen aandeel elektronische betalingen aan de toonbank zijn en de kleiner wordende consumentenbehoefte en –noodzaak om (veel) contant geld op zak te hebben. De MKB-ondernemers geven klanten de mogelijkheid om contant geld bij te pinnen om redenen als extra service (42%), om contant geld in kas te beperken (veiligheid) (13%) en omdat de klant erom vraagt (41%). Naarmate de mate van verstedelijking afneemt, neemt het actief aanbieden van cash back toe (Grafiek 4.4). Voor zowel consumenten als ondernemers biedt cash back voordelen. Consumenten hoeven niet speciaal naar een geldautomaat of bank om contant geld op te nemen en ondernemers verlagen zo hun hoeveelheid contant geld in kas waardoor zij minder vaak geld hoeven af te storten. Binnen het MKB is het faciliteren van cash back het hoogst bij benzinstations (77%) en bij supermarkten/warenhuizen (64%). Daarentegen wordt deze faciliteit weinig aangeboden in de horeca en in de dienstverlening.

Grafiek 4.4: Aanbieding mogelijkheid tot cash back (geld bijpinnen) aan klanten, naar stedelijkheidsgraad



4.3 Knelpunten en verbeterpunten toegankelijkheid en bereikbaarheid

Aan de ondernemers is gevraagd naar de knel- en verbeterpunten met betrekking tot de bereikbaarheid van betaaldiensten (Tabel 4.5). 73% van de ondernemers ervaart geen knelpunten ten aanzien van de bereikbaarheid van betaaldiensten (83% in 2010). Afstand tot het bankkantoor, tarieven, storingen bij internetbankieren, onveilige omgeving afstortautomaat, problemen met de website en het afstorten in het algemeen zijn relatief de meest genoemde knelpunten, hoewel deze knelpunten slechts door 2 à 3% van de ondernemers worden genoemd.

Ondernemers zijn daarnaast gevraagd verbeterpunten aan te geven. 83% van hen geeft geen verbeterpunten aan (72% in 2010). De verbeterpunten die worden genoemd, sluiten aan bij de eerder genoemde knelpunten. De meest genoemde verbeterpunten zijn: veiliger/betere afstortpunten (2%), verlagen van kosten (bijvoorbeeld voor wisselgeld) (2%), de wens om het bankkantoor dichterbij te hebben (2%) en een meer persoonlijke benadering (2%).

Tabel 4.5 Door ondernemers genoemde knel- en verbeterpunten bereikbaarheid betalingsverkeer

(spontane antwoorden, meerdere antwoorden mogelijk)

Knelpunt(en)	Verbeterpunten
Afstorten (algemeen) niet goed/veilig	3% Afstortfaciliteiten moeten beter/veiliger
Afstorten buiten niet goed/veilig	2% Bankkantoor dichterbij
Afstand bankkantoor te ver weg	2% Kosten verlagen (bv. wisselgeld)
Storingen internetbankieren	2% Meer persoonlijke benadering
Problemen met website	2% Klant vriendelijker
Kosten tarieven	2% Vergroting openingstijden
Telefonisch slecht bereikbaar	2% Wachtijden verkorten in het filiaal
Openingstijden	1%
Wachtijden	1%
Onpersoonlijk	1%
Wisselgeldprobleem	1%
Overig	8% Overig
Geen knelpunten	73% Geen verbeterpunten

4.4 Tevredenheid bank- en betaaldiensten

Net als bij de consumenten is aan MKB-ondernemers gevraagd om een rapportcijfer (1 t/m 10) te geven over hun algemene tevredenheid over hun bank en over specifieke betaaldiensten (Tabel 4.6). Het verkregen beeld is dat MKB-ondernemers over het algemeen tevreden zijn over de bereikbaarheid en gebruiksvriendelijkheid van de diensten van hun bank. Banken krijgen van hen gemiddeld een 7,3 voor de bereikbaarheid van betaaldiensten en een 7,4 voor de gebruiksvriendelijkheid. In 2013 is de tevredenheid van de MKB-ondernemers significant toegenomen. In 2010 was er voor zowel de bereikbaarheid als gebruiksvriendelijkheid een 7,1.

Over bepaalde diensten is de waardering van de MKB-ondernemers ook toegenomen ten opzichte van 2010. Als aandachtspunt genoemde diensten uit de meting van 2010 waar MKB-ondernemers minder tevreden over waren, worden hoger gewaardeerd in 2013. Met name zijn er op diensten als ondersteuning betaalautomaten, wisselgeld ophalen buiten/binnen het kantoor en zakelijke service door call center significante verschillen vastgesteld tussen 2010 en 2013. Tijdens de meting in 2010 werd de door het call center aangeboden zakelijke dienstverlening als aandachtspunt genoemd (wachtijden, kennisniveau medewerker e.d.). Zowel de zakelijke dienstverlening aangeboden door het call center, als die van het bankkantoor is vooruitgegaan. In de Bereikbaarheidsmonitor 2013 is voor het eerst ook gekeken naar de zakelijke dienstverlening die via internet- en mobielbankieren wordt aangeboden. Ondernemers zijn hier tevreden over en geven een hoge score: zowel bereikbaarheid als gebruikersvriendelijkheid scoren een 7,7.

Tabel 4.6 Tevredenheid over bereikbaarheid en gebruiksvriendelijkheid bank-betaaldiensten

	<u>Bereikbaarheid</u>	<u>Gebruiksvriendelijkheid</u>
Algemene tevredenheid	7,3* (7,1)	7,4* (7,1)
Afstortfaciliteiten van het kantoor	7,2* (6,9)	7,2 (7,0)
Afstortfaciliteiten buiten het kantoor	6,9 (6,7)	7,0 (6,7)
Wisselgeld ophalen in het kantoor	6,8* (5,8)	6,8* (6,2)
Wisselgeld ophalen buiten het kantoor	5,8* (4,7)	6,5* (5,6)
Ondersteuning betaalautomaten	7,7* (7,0)	7,6* (7,1)
Zakelijke service in het kantoor	7,3* (6,8)	7,4* (7,0)
Zakelijke service aangeboden door call centre	6,9* (6,3)	7,1* (6,6)
Zakelijke diensten internet-/mobielbankieren	7,7 (...)	7,7 (...)

Schaal 1-10, resultaten 2010 tussen haakjes.

Significant verschil tussen 2010 en 2013 op 5% niveau.

Tabel 4.7 toont de waardering van MKB-ondernemers voor bankdiensten en andere basisdiensten. Als bankdienst is hierbij genomen het openen van een bankrekening. Over het algemeen zijn MKB-ondernemers tevreden over het gemak waarmee een bankrekening wordt geopend. Dit geldt ook voor het regelen van andere basisdiensten. Ondernemers geven, net als de consumenten in dit onderzoek, de bankdienst een relatief hoog cijfer (een 7,4) vergeleken met de andere (basis) diensten. Er is geen duidelijk verband waar te nemen tussen de branche en de gegeven waardering. Dit geldt niet alleen voor de bankdienst, maar ook voor de andere basisdiensten.

Tabel 4.7 Gemak waarmee men het volgende regelt als ondernemer, naar branche

(1= zeer ongemakkelijk, 10= zeer makkelijk). Resultaten 2010 tusschen haakjes

	Supermarkt /warenhuis	Benzinestation	Horeca	Handel food en non- food lage transactiebedragen	Handel food en non- food hoge transactiebedragen	Dienst-verkening	Totaal
Openen bankrekening	7,5 (7,6)	7,2 (7,5)	7,4 (7,3)	7,5 (7,6)	7,2 (7,6)	7,6 (7,7)	7,4 (7,5)
Aanvraag vergunning/doc bij gemeente	6,0 (5,8)	5,4 (5,7)	6,4 (5,8)	5,9 (5,3)	5,8 (5,7)	6,2 (6,6)	6,2 (5,9)
Regelen gas, elektriciteit en water	7,3 (6,7)	6,8 (7,0)	7,1 (7,0)	6,8 (6,6)	7,0 (6,4)	7,5 (7,3)	7,1 (6,9)
Afsluiten van een verzekering	7,5 (7,6)	7,2 (7,5)	7,4 (7,3)	7,6 (7,8)	7,6 (7,6)	7,7 (7,7)	7,5 (7,6)
Wijzigen/afsluiten contract telecomdienst	7,5 (7,6)	7,2 (7,5)	7,4 (7,3)	5,9 (5,9)	6,5 (5,5)	6,0 (5,8)	6,2 (5,8)

5. WERKAFSPRAAK BEREIKBAARHEID

De Werkafpraak Bereikbaarheid beschrijft hoe de partijen vertegenwoordigd in het MOB, de VNG en LVKK gezamenlijk knelpunten op het gebied van de bereikbaarheid van het betalingsverkeer aanpakken, waarbij zij zich tot het uiterste inspannen deze in redelijkheid op te lossen. Waar knelpunten op het gebied van toegankelijkheid een bereikbaarheidsprobleem tot gevolg hebben, vallen zij binnen het bestek van deze afspraak.

Uitgangspunt daarbij is dat afzonderlijke knelpunten zoveel mogelijk door lokale betrokkenen worden opgelost. Wanneer dit in eerste instantie niet lukt, zorgt de NVB ervoor dat de betrokken bank(en) contact opnemen met de klant, indien relevant in samenspraak met gemeente en/of lokale belangenorganisatie (dorpsorganisatie, ondernemersvereniging, enz.). Wanneer sprake is van een structureel knelpunt, zullen partijen in het MOB naar een oplossing zoeken.

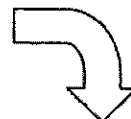
Paragraaf 5.1 gaat in op de toepassing van de werkafpraak sinds 2007 en paragraaf 5.2 geeft schematisch weer hoe de afspraak kan worden ingeroepen.

5.1 Toepassing van de werkafpraak

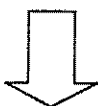
In de periode 2011 - 2013 zijn geen knelpunten in de zin van de Werkafpraak bij het bereikbaarheidsmeldpunt binnengekomen. Andere zorgpunten die consumenten melden via de belangenorganisaties, die deelnemen in MOB en die raakvlakken hebben met bereikbaarheid en toegankelijkheid, zijn adequaat door de vertegenwoordigers van deze organisaties opgepakt. Zij hebben in samenwerking met de betreffende banken en de consumenten actie ondernomen om deze punten, waar wenselijk en noodzakelijk, lokaal - via maatwerk - op te lossen. Een recent voorbeeld is het verplicht opleggen van internetbankieren door een nieuwe medewerker van een bankfiliaal. Ook is deze kwestie met goed gevolg opgelost en de klant hoeft niet verplicht te internetbankieren, en kan gebruik blijven maken van papieren faciliteiten.

5.2 Wat te doen als een knelpunt ervaren wordt?

U ervaart een knelpunt met betrekking tot bereikbaarheid van betaaldiensten, of ondervindt dat door een toegankelijkheidsknelpunt betaaldiensten voor u onvoldoende bereikbaar zijn.



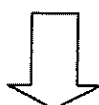
STAP 1: Onderzoek welke direct beschikbare oplossingen het knelpunt kunnen verhelpen door contact op te nemen met uw bank of een andere relevante lokale partij (gemeente, dorpsorganisatie, ondernemersvereniging...) Te denken valt aan: afspraken met de eigen bank, gebruik van internetbankieren, taxi-service-afspraken met collega-winkeliers, gebruik van cash-back bij winkeliers, overstappen naar een andere bank, afspraak met gemeente over parkeergelegenheid c.q. toegankelijkheid.



Knelpunt opgelost



STAP 2: wend u, indien het knelpunt niet kan worden opgelost of u er niet in slaagt om met de juiste personen contact op te nemen, tot de Nederlandse Vereniging van Banken (bereikbaarheid@nvb.nl). Die zal er voor zorgen dat met u contact wordt opgenomen over het knelpunt en – eventueel ook in overleg met gemeente, gebruikersorganisaties of vertegenwoordigers van kleine kernen – over mogelijke oplossingen. U kunt er ook voor kiezen (indien u lid bent) uw knelpunt voor te leggen aan een van de volgende organisaties die uw belangen vertegenwoordigt: Consumentenbond, ANBO, Unie KBO, PCOB, CG-Raad, MKB-Nederland, Oogvereniging. U kunt ook een e-mail sturen aan de Nederlandsche Bank (bereikbaarheid@dnb.nl) of zich melden bij het WMO-loket of het loket economische zaken van uw gemeente.



Knelpunt opgelost



STAP 3: verzoek uw belangenorganisatie om, indien het knelpunt niet kan worden opgelost, het knelpunt in te brengen in de Werkgroep Toegankelijkheid en Bereikbaarheid van het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer. Daarin zijn vertegenwoordigers van aanbieders (banken) en gebruikers (consumenten, ondernemers) van het betalingsverkeer vertegenwoordigd. Indien u bovengenoemde stappen van tevoren doorlopen heeft, zullen zij zich over het probleem buigen.

6. CONCLUSIE

Er zijn geen aanwijzingen op grond waarvan blijkt dat er in Nederland sprake is van een generiek toegankelijkheids- of bereikbaarheidsprobleem van het retailbetalingsverkeer. Deze conclusie is niet veranderd ten opzichte van de Bereikbaarheidsmonitor 2010 en die van 2007.

Ondanks de rationalisering van de bancaire fysieke betaalinfrastuctuur (bankkantoren en geldautomaten) zijn de meeste mensen in 2013 even tevreden als in 2010. De MKB-ondernemers zijn iets positiever dan de vorige meting in 2010. Over bepaalde diensten is de waardering van de MKB-ondernemers toegenomen ten opzichte van 2010. De als aandachtspunt genoemde diensten uit de meting van 2010, waarover de MKB-ondernemers minder tevreden waren, worden hoger gewaardeerd in 2013. Daarentegen zijn mensen in de vier aandachtsgroepen, zoals mensen met een functiebeperking en mensen zonder internet, kritischer geworden over bepaalde zaken, zoals de afstand bankkantoor/ GEA. Dit lijkt in verband te staan met de daling van het aantal bankkantoren en GEA's. De gemeenten onderschrijven deze ontwikkeling en vragen aandacht voor de sluiting van bankkantoren en GEA's in met name de kleinere gemeenten en kernen. Met het oog op deze ontwikkelingen dient er volgens de gemeenten te worden stilgestaan bij de beschikbare alternatieven waarop deze fysieke bancaire voorzieningen adequaat kunnen worden ondervangen. Aan het MOB is de taak om deze ontwikkelingen nauwlettend te monitoren en te analyseren en waar nodig actie te ondernemen, zodat de bereikbaarheid van bancaire voorzieningen gewaarborgd blijft.

- De daling van bankkantoren zet zich trendmatig voort. Hier tegenover staat dat consumenten in toenemende mate elektronisch betalen aan de toonbank. Daarnaast zijn het doen van aankopen via internet en het regelen van bankzaken via internetbankieren gemeengoed geworden. De in 2010 uitgesproken verwachting dat er een verdere verschuiving van fysieke naar digitale betaaldiensten zou plaatsvinden, is uitgekomen.
- Nog steeds geldt voor meer dan 99% van de Nederlandse bevolking dat zij binnen een straal van vijf kilometer van een bancaire fysieke betalingsverkeervoorziening wonen
- De afgelopen jaren hebben zich nauwelijks knelpunten voorgedaan. Er doen zich in dunbevolkte gebieden of andere specifieke regio's niet meer knelpunten voor dan in andere regio's.
- Consumenten en ondernemers zijn tevreden over bank- en betaaldiensten. Consumenten geven, afhankelijk van de doelgroep, gemiddeld een 7,6 en ondernemers een 7,3 voor de bereikbaarheid en een 7,4 voor de gebruiksvriendelijkheid van betaaldiensten.
- Er moet blijvend aandacht uitgaan naar de kwetsbare groepen in de samenleving, zoals ouderen, mensen met een beperking en mensen zonder internetaansluiting. Voor ondernemers geldt dat wensen met betrekking tot bereikbaarheid in het algemeen betrekking hebben op het afstorten van contant geld en het wisselgeld ophalen in- en buiten het bankkantoor.

BIJLAGE ONDERZOEKSMETHODOLOGIE

Het doel van de bereikbaarheidsmonitor 2013 is te onderzoeken in hoeverre de generieke bereikbaarheid en toegankelijkheid van betaaldiensten ten opzichte van de nulmeting in 2007 en tweede meting in 2010 is veranderd. Bereikbaarheid wordt hierbij geïnterpreteerd in termen van afstand tot een plaats waar betaaldiensten kunnen worden verricht (zoals een bankkantoor of servicepunt), terwijl toegankelijkheid betrekking heeft op bruikbaarheid van betaaldiensten en de fysieke toegankelijkheid.

Aanvullende doelstelling van de monitor is om in kaart te brengen welke impact nieuwe ontwikkelingen in - en de toenemende digitalisering van het betalingsverkeer heeft op de bereikbaarheid en toegankelijkheid hiervan. Om dit te kunnen doen, is een representatief onderzoek gehouden onder consumenten en ondernemers en zijn er gegevens verzameld over de geografische spreiding van banken, geldautomaten, zakelijke afstortfaciliteiten en maatwerkoplossingen.

Consumentenonderzoek

Het onderzoek richt zich op consumenten van 18 jaar en ouder. De steekproef bestaat uit een representatieve groep Nederlanders (controlegroep) en mensen uit vier kwetsbare groepen namelijk: mensen van 65 jaar en ouder, mensen met een functiebeperking, mensen zonder internet en laagopgeleiden en inactieven. De opbouw van de steekproef ziet er als volgt uit.

Subgroep	Aantal
Niet internetbezitters (doelgroep 1)	101
Mensen met een functiebeperking (doelgroep 2)	479
Laag opgeleide & inactieven (doelgroep 3)	251
Ouderen van 65 jaar en ouder (doelgroep 4)	301
Doorsnee Nederlander (controlegroep)	368
Totaal	1.500

Bij het consumentenonderzoek is de steekproef geen afgeleide van de populatie, de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder, met uitzondering van de controlegroep die de doorsnee Nederlander vertegenwoordigt. Bij de berekening van de percentages in de tabellen zijn dan ook enkel weegfactoren gebruikt voor de respondenten in de controlegroep. Er is gewogen op een combinatie van leeftijd en beperking.

De doelgroep mensen met een functiebeperking bestaat uit de volgende deelgroepen:

- Mensen met een auditieve handicap: doven & zeer slechthorenden
- Mensen met een auditieve handicap: slechthorenden
- Mensen met beperkte handfunctie

- Mensen in een rolstoel
- Mensen met een visuele handicap; functionerend zonder hulpmiddelen
- Mensen met een visuele handicap; functionerend met hulpmiddelen (geen/weinig rest visus)

De adresgegevens van het consumentenonderzoek zijn afkomstig van belangenorganisaties en interne bronnen van het onderzoeksbureau. In de maanden maart en april 2013 vond het veldwerk aan de hand van de telefonische interviews plaats. De response rate is 39,3% (37% in 2010).

- **Ondernemersonderzoek**

De populatie van het ondernemersonderzoek bestaat uit vestigingen in een zestal vooraf door DNB gedefinieerde (sub)branches, te weten:

- Supermarkten en warenhuizen
- Benzinstations
- Horeca
- Food en non-food: laag transactiebedrag
- Food en non-food: hoog transactiebedrag
- Dienstverlening

Naar aanleiding van de aanvullende doelstelling van de Bereikbaarheidsmonitor is de volgende extra branche in het onderzoek betrokken:

- Webwinkels/webshops

Dit zijn ondernemingen die hun producten en diensten uitsluitend online aanbieden. Betaling van deze producten en diensten vindt hoofdzakelijk elektronisch plaats. De adresgegevens van het ondernemersonderzoek zijn, net als in 2010, afkomstig van Marktselect.

De opbouw van de steekproef ziet er als volgt uit:

Subgroep	Aantal
Supermarkten & Warenhuizen	60
Benzinstations	60
Horeca	100
Food & non-food laag transactiebedrag	110
Food & non-food hoog transactiebedrag	120
Dienstverlening	130
Detailhandel via postorder/internet (webwinkels)	100
Totaal	680

Bij het ondernemersonderzoek is gewerkt met een disproportionele steekproef: de verdeling van de steekproef komt niet exact overeen met de daadwerkelijke verdeling binnen de populatie. Bij de berekening van de percentages in de tabellen zijn dan ook weegfactoren gebruikt. Bij het ondernemersonderzoek is gewogen op een combinatie van branche en grootte van de vestiging. In april en mei 2013 zijn 680 MKB ondernemers telefonisch geïnterviewd. De respons rate is 32% ten opzichte van 29% in 2010.

Het onderzoek heeft plaatsgevonden op niveau van de vestiging.

Spreiding/dekking van voorzieningen

Een analyse van de dekking van de fysieke betalingsverkeerdienstverlening in Nederland heeft plaatsgehad door afstandsbepaling tussen bankvoorzieningen en huishoudens zoals aanwezig in viercijferige postcodegebieden. De dekking in 2013 is bepaald op basis van een inventarisatie van de voorzieningen van ABN AMRO, ING, Rabobank, SNS en Friesland Bank. Gelijk aan de inventarisatie in 2007 en 2010 is in de Bereikbaarheidsmonitor 2013 als afstandscriterium voor dekking van betalingsverkeerdienstverlening een hemelsbrede straal van vijf kilometer gehanteerd. De analyse is uitgevoerd door de firma Geodan.

BIJLAGE DEELNEMERS

Dit rapport is opgesteld door de Werkgroep Toegankelijkheid en Bereikbaarheid (WTB) van het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer, die gelegenheidshalve is uitgebreid met vertegenwoordigers van de Landelijke Vereniging voor Kleine Kernen en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten. Aan de totstandkoming hebben bijgedragen:

- Ingeborg van der Pijl (voorzitter WTB), Oogvereniging/ Chronisch zieken en Gehandicapten Raad Nederland
- Jaap Berends, Vereniging van Nederlandse Gemeenten
- Juanita Bouman, Algemene Nederlandse Bond voor Ouderen (ANBO)
- Nicole Jonker, De Nederlandsche Bank
- Bart van den Bos, ABN AMRO namens Nederlandse Vereniging van Banken
- Marc van de Maarel, Nederlandse Vereniging van Banken
- Koos Mirck, Landelijke Vereniging voor Kleine Kernen
- Theo Urselmann, Vakcentrum, namens de Detailhandel
- Ben Schellekens, Consumentenbond
- Iris Vissers, Ministerie van Financiën (waarnemer)
- Ayse Zoodsma-Sungur, De Nederlandsche Bank, secretaris MOB Werkgroep Toegankelijkheid en Bereikbaarheid