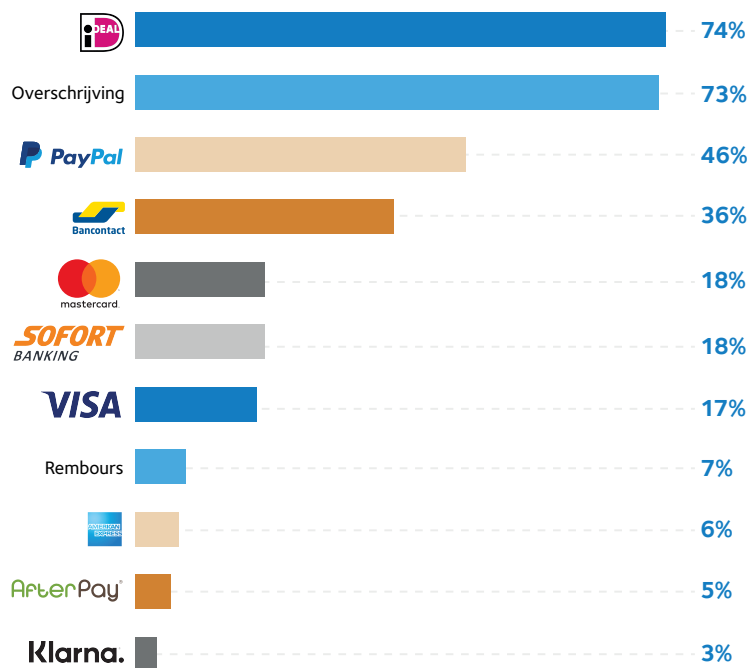


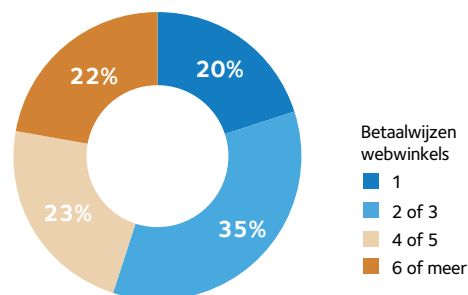
Betaalmogelijkheden webwinkels

Webwinkels bieden over het algemeen meerdere betaalmogelijkheden, zodat de klant kan kiezen. De manier waarop een online aankoop wordt afgerekend wordt echter niet alleen bepaald door het aanbod van de webwinkel en de voorkeur van de consument. Ook de manier waarop de betaalmogelijkheden door de webwinkel worden aangeboden speelt hierbij een rol. In 2018 is wederom onderzoek gedaan onder Nederlandse webwinkels naar het aanbod en de positionering van de betaalmogelijkheden (N=1.033).

iDEAL en overschrijving meest geaccepteerde betaalwijzen bij webwinkels



Aanbod aantal betaalwijzen gedaald naar 3,7 gemiddeld

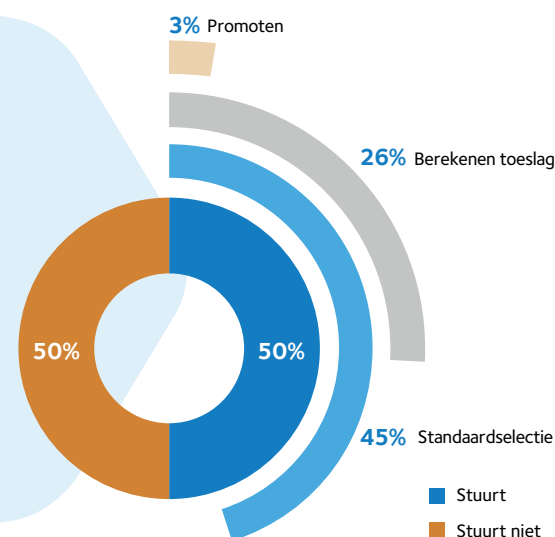


Het aandeel iDEAL is iets gedaald ten opzichte van 2017, doordat meer webwinkels - veelal de kleinere - slechts één betaalwijze aanbieden en hierbij meestal voor overschrijving kiezen.



Veel webwinkels sturen op voorkeursbetaalwijze

De helft van alle webwinkels stuurt op het gebruik van de betaalwijzen waar hun voorkeur naar uit gaat. Sommigen doen dit door de favoriete betaalwijze te stimuleren (standaardselectie of promotie). Anderen doen dit door het gebruik van de minst favoriete betaalwijze te ontmoedigen (berekenen toeslag). Sommige webwinkels doen beide.



Standaardselectie



De meest gebruikte manier om te sturen is door standaardselectie van de betaalwijze waar de voorkeur van de webwinkelier naar uitgaat. Deze is dan al aangevinkt op de betaalpagina. Webwinkels die deze manier gebruiken sturen doorgaans op iDEAL (60%), op afstand gevolgd door overschrijving (20%).

Promoten

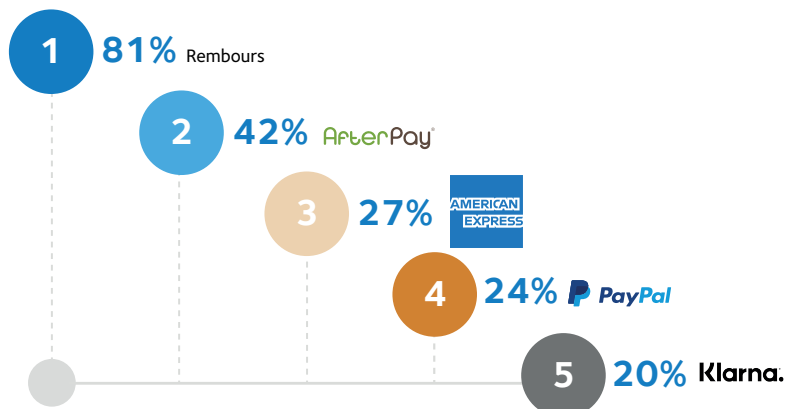


De minst gebruikte manier om te sturen is door één of meerdere betaalwijzen te promoten, bijvoorbeeld met korting of gratis verzending. Als dit gebeurt, dan voornamelijk voor iDEAL (3%).

Berekenen toeslag

Webwinkels die een toeslag rekenen voor het gebruik van een specifieke betaalwijze doen dit met name voor achteraf betalen. Dit geldt het meest voor rembours: 81% van de webwinkels waar onder rembours betaald kan worden brengt hiervoor een toeslag in rekening. Voor AfterPay en Klarna is een afname te zien in het aantal webwinkels dat kosten rekent. Bij American Express juist een stijging.

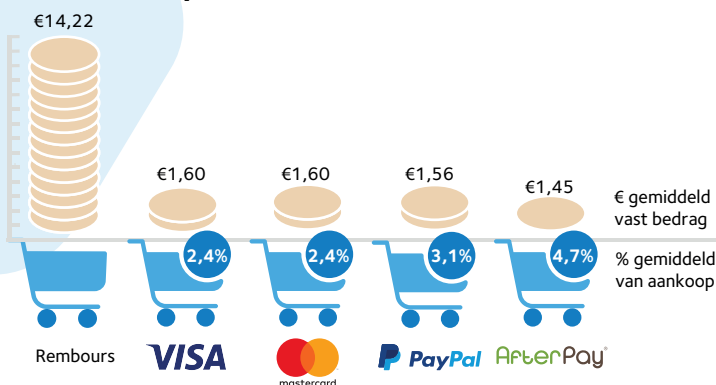
Top 5 betaalwijzen met toeslag



Kosten het hoogst voor rembours

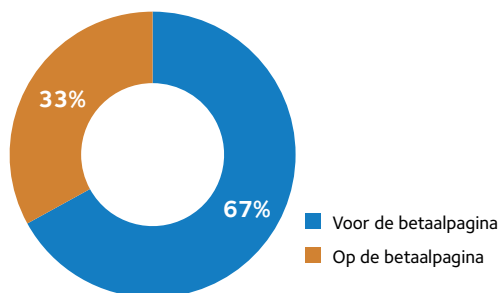
Het berekenen van een toeslag kan op twee manieren. De meeste webwinkels rekenen een vast bedrag aan transactiekosten per aankoop, sommigen een percentage van het aankoopbedrag. De transactiekosten zijn veruit het hoogst voor betalen onder rembours, op afstand gevolgd door Visa en Mastercard.

Top 5 transactiekosten



Klant wordt door meeste webwinkels vooraf geïnformeerd over transactiekosten

Net als in 2017 zijn de meeste webwinkels transparant in de informatievoorziening over het rekenen van transactiekosten. Tweederde van de webwinkels geeft de transactiekosten al aan vóór de klant op de betaalpagina is en niet pas op de betaalpagina zelf. Daarnaast geven vrijwel alle webwinkels de transactiekosten expliciet aan, in plaats van deze te versleutelen in de verzendkosten.



Webwinkels in toenemende mate geschikt voor mobiel

Online aankopen worden steeds vaker op de mobiele telefoon gedaan*. Dit maakt de mobiele geschiktheid van webwinkels van groot belang. Inmiddels heeft bijna acht op de tien webwinkels een website die geschikt is voor de mobiele telefoon. Dit is een stijging van 18% ten opzichte van 2017 (toen 66%).

*Bron: eCommerce Payment Monitor, Thuiswinkel.org, iDEAL en GfK, september 2018



78% webwinkels heeft een website die responsive is, 1% van de webwinkels heeft een aparte app.