



Framväxten av mobila, elektroniska betalningstjänster i Sverige

En studie av förändring inom betalsystemet

Av Niklas Arvidsson på uppdrag av Konkurrensverket

UPPDRAGSFORSKNINGSRAPPORT 2016:4



KONKURRENSVERKET
Swedish Competition Authority

Förord

I Konkurrensverkets uppdrag ingår att främja forskning på konkurrens- och upphandlingsområdet.

Konkurrensverket har gett docent Niklas Arvidsson vid Kungliga tekniska högskolan i Stockholm i uppdrag att, inom ramen för Konkurrensverkets uppdragsforskning, belysa hur betalsituationer respektive betalningens karaktär påverkar konsumenters respektive betalningsmottagares val av betalningstjänster.

Betalsystemet i Sverige står idag inför en situation där branscherna och marknaderna för betalningstjänster förändras i snabb takt. På senare tid har vi sett en explosion av nya typer av mobila, elektroniska betaltjänster som till exempel Izettle, Paypal, Swish och Wywallet samt nya företag som till exempel Kivra, Klarna, Izettle, Seamless och Trustly. Det är den här förändringen av betalsystemet, och framförallt framväxten av mobila och elektroniska betalningstjänster, som författaren till denna rapport haft i uppdrag att belysa.

Författaren pekar bland annat på att en ökad e-handel bidrar till en ökande efterfrågan av nya, mobila, betalningstjänster. Det svenska bytet till nya sedlar och mynt, i kombination med nya tjänster, verkar dessutom ha bidragit till en allt snabbare minskning av kontantanvändningen. Författaren menar att det svenska betalsystemet framöver sannolikt kommer att präglas av högre konkurrens, att de etablerade företagen får större krav på sig att prestera om de vill behålla sina positioner, samt att nya innovativa tjänster och företag fortsätter att utvecklas i allt högre takt.

Till projektet har knutits en referensgrupp bestående av Sara Edholm (Riksbanken), Peter Fredell (Seamless), Leif Trogen (Bankföreningen), Mats Wallén (Bankgirot), Jan-Olof Brunila (Swedbank), Bengt Nilervall (Svensk Handel) samt Magnus Matts (Upphandlingsmyndigheten). Från Konkurrensverket har Joakim Wallenklint samt Stefan Åkerblom deltagit.

Författaren ansvarar själv för alla slutsatser och bedömningar i rapporten.

Stockholm, november 2016

Dan Sjöblom
Generaldirektör

Innehåll

Sammanfattning	7
Summary	11
1 En studie av vad som påverkar val av betalningstjänster	15
1.1 Bakgrund och problemdiskussion	15
1.2 Syfte och avgränsningar	15
2 Betalsystemet, betalningstjänster och aktörer	16
2.1 Beskrivning av innovationsområdet och dess aktörer	16
2.2 Vad är en betalning?	18
2.3 Digitalisering och betalningar	19
2.4 Betalsystemets delar och lager.....	20
2.5 Centrala aktörer för de vanligaste betalningstjänsterna	23
2.5.1 Kontanthantering	23
2.5.2 Kortbetalningar.....	26
2.5.3 Gireringar	28
2.5.4 Mobila betalningstjänster	29
2.6 Översikt av aktörer i Sverige som erbjuder mobila betalningar.....	32
3 Studiens genomförande	35
3.1 Metod/Tillvägagångssätt.....	35
3.2 Empirisk analys	35
3.3 Målgrupp.....	35
4 Teoretisk modell för att förstå utvecklingen	36
4.1 Teoretisk referensram	36
4.2 Betalsystemet – ett socio-tekniskt perspektiv.....	38
5 Två sätt att analysera branschen och marknaden.....	42
5.1 Det produktbaserade synsättet.....	43
5.2 Det efterfrågebaserade synsättet	47
6 Förändring inom betalsystemet i EU och i Sverige.....	50
6.1 Förändringar i betalsystemet i EU	50
6.2 Förändringar i betalsystemet i Sverige.....	53
6.3 Förändring i lagstiftning och reglering satt i relation till konkurrens	57
6.3.1 Det första betaltjänstdirektivet	58
6.3.2 Det andra betaltjänstdirektivet och anslutande delar	59
6.3.3 Betalkonton	63
6.3.4 Konsumentskydd	64
6.3.5 Kontanthantering	65

6.3.6	Single Euro Payments Area (SEPA).....	67
6.3.7	Euro Retail Payments Board (ERPB)	70
6.3.8	European Payments Council (EPC)	72
6.4	Synen på konkurrens kopplat till de nya regelverken.....	74
7	Handlares syn på betaltjänster i Sverige	75
8	Konsumenters syn på betaltjänster i Sverige.....	78
8.1	Studier av konsumenters syn på betalningar	78
8.1.1	SIFO-undersökning i augusti 2013.....	78
8.1.2	SIFO-undersökning sommaren 2014	80
8.1.3	SIFO-undersökning i augusti 2015.....	81
9	Diskussion av resultat och åtgärder.....	84
10	Slutsatser.....	88
11	Referenser	91
11.1	Litteratur.....	91
11.2	Internetkällor.....	97
12	Bilagor.....	100
12.1	Bilaga 1. Översikt av SNI 2007.....	100
12.2	Bilaga 2. Viktiga företag inom betalningstjänster i Sverige.....	103
12.3	Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar	109

Sammanfattning

Betalsystemet i Sverige har sedan mitten på 1900-talet utvecklats mot en allt högre grad av digitalisering baserat på olika typer av elektroniska tjänster. Under 1960- och 1970-talen etablerades bankkontot som en bas för löneutbetalningar och sedermera även betalningar mellan konsumenter samt från konsumenter till handlare. Under 1980- och 1990-talen etablerades kort som en central betaltjänst samtidigt som checkar fasades ut genom att det infördes avgifter för checkar.

Under början av 2000-talet tilltog intresset kring mobila betaltjänster och förbetalda kort men det skulle dröja innan dessa tog fart. Kontanter har funnits under flera århundraden i olika former och har alltid varit viktiga men runt 2007-2008 ser något som i framtiden kanske kommer kallas "peak cash" som innebär att det nominella värdet på kontanter i omlopp faktiskt började minska. Detta är unikt sett i internationellt perspektiv. I denna tidsperiod är det fortfarande så att de traditionella bankerna dominerar marknaderna för betaltjänster även om nya företag som t.ex. telekomoperatörer och företag från sociala medier som Google och Apple flyttar fram sina positioner.

Under 2010-talet har vi sett en explosion av nya typer av mobila, elektroniska betaltjänster – som t.ex. Swish, Izettle, SEQR, Wywallet, BART, Paypal, Visa.me, Masterpass – och nya företag – som t.ex. Seamless, Klarna, Payair, Betalo, Billhop, Izettle, Payson, Trustly, Paynova, Kivra, Collector, m.fl.

Idag – 2016 – står vi i en situation där branscherna och marknaderna för betalningstjänster förändras i snabb takt kopplat till en mängd faktorer som exempelvis nya tjänster, nya företag, ny teknologier, ökande internationell konkurrens, nya system för hantering av betalningar, nya betalsituationer, nya kundbeteenden och nya lagar och regleringar. Sammantaget är vi i en situation där det uppstår nya affärsmöjligheter för framgångsrika innovatörer och nya utmaningar för de som levererar de traditionella tjänsterna. Detta stadiet av snabb förändring ställer samtidigt nya krav på i stort sett alla organisationer – privata såväl som statliga – som är kopplade till betalsystemet. Det är denna situation som rapporten beskriver och diskuterar med ett speciellt mål att förstå utvecklingen och dess implikationer för betalare och betalningmottagare i olika situationer med fokus på mobila betaltjänster i Sverige.

För att förstå hur betalsystemet förändras pekar studien ut tre viktiga delar i betalsystemet. Det första är den grundläggande strukturen för processhantering och avveckling, det andra är infrastruktur som syftar till att skapa förutsättningar för effektiva och säkra betalningar och det tredje är tjänster och applikationer samt fundament för standardisering och säkerhet. Rapporten fokuserar på tjänster och applikationer eftersom dessa ingår i den del som förändras mest men studien

visar samtidigt att det inte går att analysera en tjänst utan att förstå dess kopplingar till övriga delar i systemet. En mobil betaltjänst som är kopplat till ett kort är väsentligt annorlunda än mobil betaltjänst som är kopplat till ett konto. Samtidigt kan givetvis handlare och konsumenter välja mellan exempelvis mobila betaltjänster och kontanter i en given situation så länge dessa tjänster är attraktiva i situationen så det finns även konkurrens mellan tjänster som har väsentliga olika grunder. Detta gör en analys av hur olika tjänster och företag konkurrerar med varandra mer komplicerad men är ändå en förutsättning för att överhuvudtaget kunna förstå dessa händelseförlopp.

Det är viktigt att vara noggrann med vilken infallsvinkel man har vid en analys av konkurrens. Om vi utgår från produkter baserade på kort kan traditionella kort, kontaktlösa kort och mobila tjänster kopplade till kort ses som konkurrerande tjänster. Men om vi utgår från produkter baserade på konton så kan t.ex. Swish och vissa Wallet-tjänster konkurrera med varandra. En väsentligt annan infallsvinkel är att utgå från betalarens perspektiv. Om en konsument väljer mellan t.ex. kontanter, kort eller Swish vid en betalning till en handlare i en butik så är det dessa tjänster som konkurrerar med varandra.

Synen på konkurrens bör sålunda utgå från exempelvis att:

- situationen har stor inverkan på vilka tjänster konsumenter föredrar
- olika konsumentgrupper – exempelvis kopplat till var vi bor, hur gamla vi är och hur nyfikna på nya tjänster vi är – väljer olika tjänster
- att beloppets storlek vid en betalning har påverkan på val av tjänst.

En tjänst som betalningar – och även t.ex. telefoni – har en ytterligare egenskap som gör det svårt att skilja på konkurrens och samarbete mellan leverantörer av infrastruktur och tjänster. Betaltjänster får ett större värde om det finns många betalare och många betalningsmottagare som använder samma tjänst, vilket brukar beskrivas som positiva nätverkseffekter. Om det bara finns en betalare och/eller en betalningsmottagare som accepterar en tjänst blir nyttan begränsad. Detta innebär att det kan vara motiverat att acceptera samarbeten mellan leverantörer för att skapa positiva, gemensamma nyttor vilket man i konkurrenssammanhang normalt sett inte vill stimulera.

I Sverige har vi t.ex. sett samarbeten mellan banker för att utveckla bankgirot, ta fram uttagsautomater, skapa system för löneutbetalningar, tjänster för telefon- och Internetbanker samt för att skapa Swish. Dessa samarbeten har i många fall – men inte alltid – även inkluderat offentliga organisationer som exempelvis Riksbanken vilket inneburit en positiv samverkan mellan stat och näringsliv för utveckling av nya tjänster och system. Samarbeten för infrastruktur leder naturligt nog också till en diskussion om detta hämmar konkurrensen. Denna diskussion är

speciellt viktig i ett litet land som Sverige eftersom samarbeten mellan stora företag kan göra det mycket svårt för nya företag att etablera sig och börja konkurrera med de etablerade företagen. En slutsats som kan dras är att samarbeten kan vara kritiska när ny infrastruktur behövs men att de hämmar konkurrensen och effektiviteten om de fortsätter under en längre tid.

Rapporten pekar även på att det är svårt för banker att bygga lönsamma tjänster för kontanthantering men att andra företag som levererar exempelvis transporter och bevakning av kontanter däremot kan bygga lönsamma affärer kring kontanter. En annan slutsats är att nya tjänster – som exempelvis Swish – leder till en grundläggande förändring genom att skapa nya konkurrensdimensioner i form av exempelvis att pengarna flyttas från ett konto till ett annat omedelbart. Vid de flesta övriga betalningarna tar det en viss tid innan betalningsmottagaren faktiskt har sina pengar på sitt konto. I dagsläget är det bara kontanter och Swish som möjliggör att pengar är mottagaren tillgodo omedelbart – i realtid – vilket innebär att dessa två tjänster är direkta konkurrenter när detta efterfrågas.

EU vill skapa mer konkurrens mellan företag i olika delar av Europa och driver på för att detta ska bli verkligt. EU:s nya regleringar har flera mål. De ska göra det lättare för nya företag att börja konkurrera med exempelvis banker men även se till att avgifterna för kortbetalningar minskar. Trots detta så finns det fortfarande en hel del faktorer kopplat till varje enskilt land som hindrar denna utveckling. Det är exempelvis fortfarande så att de flesta betalningar vi gör sker nära där vi bor och arbetar så att det är inte säkert att vi konsumenter kommer byta till en ny leverantör bara för att möjligheten underlättas. Kanske kan lokala banker och kundorienterade tjänster vara starka även framöver. När det gäller e-handel är det mer troligt att de internationella lösningarna växer sig allt starkare.

En möjlig nackdel med EU:s regleringar för att skapa mer konkurrens och lägre kostnader för betaltjänster är att det krävs ett gediget arbete för att anpassa sig till dessa regler vilket kan innebära att företag får sämre möjligheter att skapa nya, innovativa tjänster. I slutändan kommer förhoppningsvis de nya regleringarna nå sina syften, dvs. att stimulera ny konkurrens, nya tjänster och nya aktörer. När alla dessa faktorer vägs samman kan vi dra slutsatsen att betalsystemet framöver sannolikt kommer präglas av högre konkurrens, att de etablerade företagen får större krav på sig att prestera om de vill behålla sina positioner samt att nya, innovativa tjänster kräver samarbete mellan företag i tidiga skeden för att kunna etablera sig i större skala.

De viktigaste slutsatserna är att branschen är under snabb förändring som visar sig i form av exempelvis:

- Fler och mer specialiserade leverantörer av tjänster
- Minskad användning av traditionella tjänster som kontanter

- Att det svenska sedelutbytet – i kombination med nya tjänster – verkar ha bidragit till en allt snabbare minskning av kontantanvändningen
- En snabb tillväxt av mobila tjänster som t.ex. Swish och Izettle
- Förändrad reglering för att öka konkurrensen i form av både nya tjänster och nya företag (t.ex. Betaltjänstdirektiven 1 och 2 samt Betalkontodirektivet)
- En ökad e-handel som bidrar till en ökande efterfrågan av nya, mobila betalningstjänster.

Summary

The payment system in Sweden has since the middle of the 20th century evolved towards an increasingly higher level of digitization based on various types of electronic services. During the 1960s and 1970s, the bank account was established as a central base for payments wages and salaries which also made it the critical starting point for payments between consumers and from consumers to retailers. During the 1980s and 1990s, the infrastructure for card payments was built and established as a central payment service while cheques at the same time were phased out by the introduction of fees for cheques.

During the early 2000s, we saw an increased interest in mobile payment services and prepaid card solutions but they did not take off. Cash has been around for centuries and has always been important but in 2007-2008 we saw what may become known as “peak cash” since the nominal value of cash-in-circulation actually began to decline. This is unique in international perspective. In this time period, it is still the case that traditional banks dominate the markets for payment services while new companies such as telecom operators and companies from social media like Google and Apple start to move their positions forward.

During the 2010s, we have seen an explosion of new kinds of mobile, electronic payment services – such as Swish, Izettle, SEQR, Wywallet, BART, Paypal, Visa.me, Masterpass – as well as new companies – such as Seamless, Klarna, Payair, Betalo, Billhop, Bank, Payson, Trustly, Paynova, Kivra, Collector, etc.

Today – 2016 – we are in a situation where industries and markets for payment services is changing at a rapid pace linked to a variety of factors such as new services, new businesses, new technologies, increasing international competition, new systems for the processing of payments, new payment situations, new customer behaviors, and new laws and regulations. All in all, we are in a situation where there are new opportunities for successful innovators and new challenges for those who deliver traditional services. This stage of rapid change set new requirements for virtually all organizations – private and public – linked to the payment system. It is this situation that this report describes and discusses with a special goal to understand developments and their implications for the payers and payment recipients in different situations, with a focus on mobile payment services in Sweden.

To understand how the payment system change, the report points out three important parts of the payment system. The first is the basic structure for process management and settlement, the second is infrastructure which aims to create the conditions for effective and secure payments and the third is services and applications as well as foundations for standardization and security. The report

focuses on services and applications as these are included in the part that changes the most but the study also shows that it is not possible to analyse a service without understanding its links to other parts of the system. A mobile payment service that is attached to a card is significantly different than a mobile payment service that is connected to an account. At the same time, merchants and consumers may of course choose between, for example, a mobile payment service and cash in a given situation as long as these services are attractive in the situation. There is also competition between services that are fundamentally different in some key dimensions. This makes an analysis of how various services and companies are competing with each other more complicated, but is nevertheless a prerequisite if you are to understand these events.

It is important to be careful with the approach we have in an analysis of competition. If we assume products based on cards are direct competitors then traditional cards, contactless cards and mobile services related to the card are competing services. But if we assume products based on accounts are competing then, for example, Swish and some Wallet-services are competing with each other. A substantially different approach is to start from the payer's perspective. If a consumer chooses between, for example, cash, card or Swish when making a payment to a merchant in a shop, it is these services that in practice should be seen as competing with each other.

The analysis of competition should thus be based on, for example, insights that:

- the situation has a major impact on what services consumers prefer
- various consumer groups – for example linked to where we live, how old we are and how curious we are about new services – selects different services
- that amount of a payment has influence on the choice of service.

A service like payments – and even one like telephony – has an additional feature that makes it difficult to distinguish between competition and co-operation between suppliers of infrastructure and services. Payment services has a larger value for its users if there are many payers and many payees that use the same service. This is usually described as positive network effects. If there is only one payer and/or payee that accepts a service, the benefits limited. This means that it may be justified to accept cooperation between suppliers to create infrastructure that many can share which goes against a fundamental idea of anti-trust regulation.

In Sweden we have seen collaboration between banks to develop the bankgirot, ATMs, create systems for paying out wages and salaries, services for telephone and online banking, as well as to create Swish. These collaborations have in many

cases – but not always – also included public organizations such as the Riksbank, which implies a positive interaction between Government and industry for the development of new services and systems. Partnerships for infrastructure leads to a discussion of whether this inhibits competition or not. This discussion is especially important in a small country like Sweden because collaborations between big companies can make it very difficult for new companies to establish themselves and start to compete with incumbents. One conclusion that can be drawn is that partnerships can be critical when new infrastructure is needed but that they inhibit competition and efficiency if they continue for a long time.

The report also points out that it is difficult for banks to build profitable services for cash handling but that cash-in-transit service companies can build profitable business around cash. Another conclusion is that new services – such as Swish – disrupts the industry by creating new dimensions of competition in the form of, for example, that money is transferred from one account to another immediately. In most other payments, it will take some time before the payee actually has his or her money on the account. At present, only cash and Swish can ensure that money is received by the one being paid immediately – in real time – which means that these two services are direct competitors when this feature is requested.

The EU wants to create more competition between companies in different parts of Europe and pushing for this to become true. The new EU regulations have several objectives. They should make it easier for new companies to start competing with banks but also to ensure that tariffs for card payments decreases. Despite this, there are still a lot of factors linked to each nation state that prevent this development. For example, it is still the case that most of the payments we make, take place near where we live and work so that there is no guarantee that consumers will switch to a new supplier just because the opportunity is there. Perhaps the local banks and customer-oriented services are strong also in the future. When it comes to e-commerce, it is more likely that international solutions will grow stronger.

A possible disadvantage of EU regulations to create more competition and lower costs for payment services is that it requires a solid work in order to adapt to these rules, which may mean that companies get fewer opportunities to create new, innovative services. In the end, the new regulations will hopefully achieve their purposes, i.e. to stimulate new competition, new services and new entrants. When all these factors are weighed together, we conclude that the payment system in the future is likely to be characterised by greater competition, that incumbents will be pressured to perform if they want to keep their positions, and that new, innovative services require cooperation between companies in early stages to establish themselves on a larger scale.

The main conclusions in the report are that the industry is under rapid change which manifests itself in the form of, for example:

- More and more specialized service providers
- Reduced use of traditional services like cash
- The Swedish introduction of new bills and coins – combined with new services – seem to have contributed to an accelerated reduction of cash usage
- Rapid growth of mobile services such as Swish and Izettle
- Changed regulations to increase competition in the form of both new services and new companies (e.g. payment services directives 1 and 2 as well as the payment accounts directive)
- An increase in e-commerce that contributes to an increasing demand for new mobile payment services.

1 En studie av vad som påverkar val av betalningstjänster

1.1 Bakgrund och problemdiskussion

Bakgrunden till projektet är de förändringar som sker inom marknaderna för elektroniska betaltjänster och att dessa förändringar leder fram till att det inte bara är de traditionella aktörerna – främst banker och teknikleverantörer – som är centrala samtidigt som det inte bara är de traditionella tjänsterna – främst kontanter och kortbetalningar – som används regelbundet för mindre betalningar. I det nya betaltjänstdirektivet finns bl.a. strävanden att öka konkurrensen i marknaderna för betalningstjänster genom att göra det lättare för tredjepartsaktörer att leverera tjänster som kopplar till konsumenters bankkonton. Detta leder till en större komplexitet i betalsystemet. Marknaden för betalningstjänster håller på att förändras i en radikal riktning (Arvidsson, 2014; Riksbanken, 2013) och det är denna utveckling som rapporten ämnar förstå.

Den grundläggande frågan som studien kommer att belysa är hur betalsituationer respektive betalningens karaktär påverkar handlares (betalningsmottagares) respektive konsumenters (betalares) val av betalningstjänster givet de förändringar som sker på denna marknad.

1.2 Syfte och avgränsningar

Syftet med studien är att utgå från kritiska faktorer som styr utvecklingen av elektroniska betalningstjänster samt kritiska aktörer i denna omvandling, och även att analysera hur dessa faktorer kan komma att påverka utvecklingen av dessa marknader med grund i betalsituationer och användare. Studien utgår från definitioner gjorda i lagen (2010:751) om betaltjänster men fokuserar inte på alla dessa typer av betaltjänster.

Studien avgränsas till att gälla Sverige samt mobila, elektroniska betalningstjänster. Samtidigt kommer andra faktorer som påverkar den svenska marknaden, som t.ex. EU:s betaltjänstdirektiv, att belysas.

Projektet kommer att fokusera på massbetalningar inom Sverige, dvs. betalningar av låga värden som sker i stora volymer, vilket i praktiken innebär betalningar mellan privatpersoner, mellan privatpersoner och företag samt eventuellt även mellan mindre företag. Projektet utgår från förutsättningen att massbetalningar är en kritisk aktivitet för samhället genom att realisera betalningar och finansiella transaktioner med hög säkerhet och effektivitet (Sveriges Riksbank, 2011; Willesson, 2007:12).

2 Betalsystemet, betalningstjänster och aktörer

Detta avsnitt definierar och beskriver fokus för denna rapport, dvs. vad som avses med betalsystemet, betalningstjänster och de mest centrala aktörerna. Inledningsvis kan vi konstatera att Sveriges betalningssystem och dess betalningsinstrument domineras av olika former av kortbetalningar samt elektroniska gireringar, och flertalet av dessa kopplas till transaktionskonton hos bankerna. Detta innebär att massbetalningar till övervägande del är elektroniska samt att betalningar i de flesta fall startar från betalarens transaktionskonto för att därefter överföras till mottagarens transaktionskonto via ett elektroniskt instrument. Basen för dessa transaktionskonton är vanligtvis insättningar såsom löneinsättningar och andra former av ersättningar. Under de senaste decennierna har pappersbaserade betalningar som blankettgireringar, checkar och kontantbetalningar ersatts av olika former av elektroniska betalningar. Gireringar kan göras via två olika girosystem i Sverige. Bankgirot ägs gemensamt av bankerna medan Plusgirot ägs av Nordea. Girosystemen hanterar en rad olika betalningstransaktioner som till exempel internetbetalningar och banköverföringar. Under senare år har även mobila betalningar – främst Swish – växt fram.

2.1 Beskrivning av innovationsområdet och dess aktörer

Riksbanken definierar betalsystemets uppgift enligt följande: *”En av det finansiella systemets viktigaste funktioner är att skapa förutsättningar för att betalningar och värdepapperstransaktioner ska kunna ske på ett säkert och effektivt sätt”* (Sveriges Riksbank, 2011 (b); se även Willesson, 2007:12). Detta omfattar främst massbetalningar, dvs. betalningar av små belopp som sker många gånger. Detta är framför allt betalningar där privatpersoner utgör ena parten – och ibland även båda parter – som t.ex. betalningar i handeln, på Internet eller mellan privatpersoner. Riksbanken kategoriserar dessa typer av betalningar enligt nedan.

Tabell 1 Typer av massbetalningar i Sverige

	Kontobaserat	Direkt
Elektroniskt	Giro, Autogiro, Överföringar, Bankkort, Betalkort, Kreditkort, E-pengar och Mobila betalningar	Förbetalda kort, E-pengar
Pappersbaserat	Blankettgiro, Post/bankväxel, Check ¹	Kontanter

Källa: Sveriges Riksbank, 2012:116

¹ Check används endast i liten utsträckning i Sverige.

Riksbanken använder två typer av kategorier för att klassificera massbetalningar. Den ena har att göra med vilket system som ligger till grund för betalningen, dvs. om det är en elektroniskt baserad eller pappersbaserad överföring. Den andra dimensionen har att göra med om överföringen av värdet sker direkt, dvs. att värdet för transaktionen är laddat i ett instrument som möjliggör att värde överförs i realtid från betalare till betalningsmottagare eller om överföring sker via något slags konto vilket innebär en fördröjning av faktisk överföring. I tabellen ovan ges exempel på respektive betalsätt. Den överväldigande majoriteten av alla massbetalningar beskrivs av den övre vänstra rutan, dvs. de som är elektroniska och kontobaserade (Riksbank 2013a; Riksbank, 2013b). Därefter kommer de som beskrivs i den undre, högra rutan, dvs. de som är kontantbaserade. Antalet massbetalningar som beskrivs av de övriga två rutorna är mycket begränsat i Sverige idag.

En mer praktiskt orienterad definition av betalsystemet kan formuleras som ett system byggt på förtroende både för enskilda företag och deras system som hanterar betalningar vilket omfattar aktörer både inom det transparenta regelverket, dvs. det som beskrivs av Riksbanken enligt ovan² samt aktörer med egna regelverk³.

Betalsystemet avgränsas i denna studie geografiskt till Sverige med reservationen att t.ex. EUs regelverk har stor betydelse för det svenska betalsystemet. EU påverkar den svenska marknaden genom t.ex. Betaltjänstdirektivet som syftar till att skapa en intern, enhetlig marknad för betaltjänster inom EU, vilket i sin tur fått de Europeiska bankerna att samarbeta utifrån samma mål genom SEPA (Single Euro Payments Area) och European Payments Council (EPC).

De centrala aktörerna i systemet omfattar i korthet de som ska betala, de som ska ta emot en betalning samt de som möjliggör betalningar. Dessutom är myndigheter kritiska för att systemet ska fungera på ett effektivt och förtroendebaserat sätt. Beroende på vilken betaltjänst man studerar kommer givetvis de centrala aktörerna och myndigheterna ändras. Rent principiellt kan man utgå från att aktörer i denna breda definition av betalningar – elektroniska massbetalningar som inkluderar både stängda och öppna system (closed and open loop) – omfattar banker och närliggande organisationer som Bankgirot m.fl., kortutgivare, kortinlösare, kortföretag (t.ex. VISA, Mastercard, American Express m.fl.), leverantörer av betaltjänster både för konsumenter (t.ex. Pay Pal, Izettle, m.fl.) och för företag (t.ex. Payex, Payair, Seamless, m.fl.), leverantörer av clearing (Automated Clearing Houses), telekomföretag som lanserar och/eller erbjuder lösningar för betaltjänster, "money transfer"-företag (t.ex. Western Union m.fl.),

² En öppen lösning (open loop) som i enkelhet innebär att betalare och betalningsmottagare kan ha olika banker eller leverantörer av betalningstjänster.

³ En stängd lösning (closed loop) som i enkelhet innebär att betalare och betalningsmottagare måste ha samma bank eller leverantör av betalningstjänster.

”invadörer” (t.ex. Google), myndigheter (t.ex. Riksbanken, Finansinspektionen, Skattemyndigheten, m.fl.), aktörer och branscher som direkt eller indirekt utnyttjar den teknologiska och regelmässiga plattformen för betalningar i sina egna affärsmodeller (t.ex. handlare som IKEA och ICA samt Svensk Handel, VISITA, transportföretag som SL, UL och SJ, hotell, rese- och nöjesbranschen, restauranger, m.fl.), samt intressenter som konsumentorganisationer (t.ex. Pensionärernas Riksorganisation (PRO) och fackföreningar inom finans, kollektivtransport och handel). Dessutom omfattas konsumenter och företag som använder betaltjänster.

Denna definition av betalsystemet kan sammanfattas som: ett system byggt på förtroende både för enskilda företag och deras system som hanterar betalningar vilket omfattar aktörer både inom det transparenta regelverket (’open loop’) samt aktörer med egna regelverk (’closed loop’).

2.2 Vad är en betalning?

För att förstå vad en betalning är samt vilka moment som ingår i tjänsten är det centralt att inse att det inte endast handlar om att transferera pengar mellan olika aktörer. En enkel beskrivning av en betaltjänst omfattar nedanstående moment, som dessutom utgår från att de primära aktörerna – betalaren och betalningsmottagaren – redan har ett avtal med en finansiell aktör som t.ex. en bank eller annan betaltjänstleverantör. Processen kan sammanfattas enligt detta:

1. Accept av affären (vara/tjänst respektive belopp samt eventuella garantier, m.m.)
 - a. Köparen
 - b. Säljaren
2. Verifiering av betalarens betalningsförmåga och/ eller kreditvärdighet
3. Identifikation av betalare och betalningsmottagare samt deras respektive konton
4. Överlämning / användning av vara och/eller tjänst
5. Faktisk transferering av pengar från köparen till säljaren exklusive avgifter för identifikation, verifiering, ansvar för kreditrisk, säkerhet, informationshantering, infrastruktur, dokumentering och transferering
 - a. Typer av transfereringar:
 - i. Före överlämning av vara/tjänst (pre-paid)
 - ii. Samtidigt som överlämning av vara/tjänst (realtid)
 - iii. Efter överlämning av vara/tjänst (post-paid)

Betaltjänsterna omfattar framför allt momenten 2, 3 och 5, dvs. verifiering, identifiering och transferering. Sedan sker dessa moment i samspel med de övriga där t.ex. ett erkännande av en kortbetalning ses som en accept av affären (moment 1). De faktiska momenten beror även på betalsituationen som t.ex. om det sker i

butik där de båda parterna möts ("proximity payments") eller på Internet där betalaren endast interagerar med säljarens system ("remote payments"). Rent finansiellt – och framför allt kassaflödesmässigt – är det också viktigt att skilja på vid vilken tidpunkt som den faktiska transfereringen äger rum. Detta kan ske i förtid (pre-paid) där betalaren laddar upp en summa på ett konto (som t.ex. kan vara fallet vid en "wallet"-betalning), samtidigt som den faktiska affären (som t.ex. överlämnandet av kontanter eller via Swish), eller efter den faktiska affären (som t.ex. en kortbetalning eller via faktura). Tidpunkten för transfereringen påverkar kassaflöde, kreditrisker och möjligheter till återbetalning vid eventuella reklamationer.

2.3 Digitalisering och betalningar

Det finns en stark omvandlingskraft i samhället som genomsyrar många olika branscher, företag och kompetensområden, nämligen digitalisering. När vi fokuserar på betalningstjänster i Sverige är det viktigt att konstatera att detta har hållit väldigt länge och att banker och betalningstjänster har en lång tradition av digitalisering (Maixé-Altés, 2014). Idag ser vi dock att betalningstjänster är den delen av banksystemet som fortfarande inte är helt digitaliserad – dvs. att kontanter fortfarande används – men att dessa icke-digitala delar är starkt utmanade av digitala tjänster.

Vad betyder då denna digitalisering? Digitaliseringskommissionen⁴ tydliggör implikationerna av digitalisering för samhället. De drar slutsatsen att: *"...att digital kommunikation och interaktion mellan människor, verksamheter och saker blir självklara. Det för-ändrar hur vi gör saker, hur vi upplever saker, hur vi tar oss an uppgifter och hur vi finner lösningar. Användningen av ny teknik förändrar förutsättningar och villkor för företag och offentlig sektor, för arbetsliv och utbildning och för tillit och social sammanhållning i samhället. Digitaliseringen innebär en omvälvande transformering av samhällets viktigaste delar – tillväxt och hållbarhet, välfärd och jämlikhet, trygghet och demokrati".*

Digitaliseringskommissionen pekar också på att Sverige bör sträva efter att vara ledande inom att använda digitaliseringens möjligheter genom att satsa på sex strategiskt viktiga områden: kontinuerligt statligt engagemang för att främja digitaliseringen i samhället; regelverk som fungerar i och för den digitala omställningen; kompetens för det digitala samhället; infrastruktur som främjar digitaliseringen; datadriven innovation för tillväxt och välfärd; samt säkerhet och integritet i en digital tid. Denna studie kopplar till ett av dessa områden, dvs. infrastruktur som främjar digitalisering av betalningstjänster. Sverige i stort och stora delar av det svenska betalningssystemet har länge varit digitaliserat (Giertz, Rickne & Rouvinen, 2015; Arvidsson, 2015) men det som händer idag kan sägas

⁴ https://digitaliseringskommissionen.se/wp-content/uploads/2015/11/SOU-2015_91_till-webb.pdf

vara att en återstående del av betalningssystemet – kontanter – håller på att digitaliseras. Fortfarande är det dock så att vissa konsumentgrupper samt vissa delar av landet och vissa betalningssituationer inte kan eller vill digitaliseras och föredrar istället att använda kontanter (Länsstyrelserna, 2015). Detta påverkar i sin tur utvecklingen inom detta affärs- och teknologisystem, vilket är fokus för denna studie.

2.4 Betalsystemets delar och lager

För att få en överblick av betalsystemet kan man utgå från dess olika byggstenar som kopplar till varandra men har som olika logiker och funktioner. Nedanstående text går igenom tre olika lager även om dessa inte alltid är tydligt separerade och skilda från varandra. Det är därför inte alltid enkelt att separera de tre lagren och det finns starka kopplingar mellan dem. Men rapporten kommer ändå utgå från dessa lager. Genomgången ger en överblick av hela systemet som lägger grunden för en senare diskussion. De olika lagren fyller viktiga funktioner så att betalsystemet ska fungera på ett säkert och effektivt sätt men även för att i efterhand kunna hantera problem när och om något går fel. Med andra ord märks oftast inte de olika lagren och dess funktioner så länge som systemet fungerar som det är tänkt att göra.

Grunden för betalsystemet – det som denna rapport kallar det första lagret – utgörs av de system för processhantering och avveckling som Riksbanken driver. I slutändan ska alla betalningar hanteras i detta system med den reservationen att transaktioner först nettas i mindre system, t.ex. att de transaktioner som rör betalningar mellan olika konton i samma bank eller hos samma betaltjänstleverantör endast hanteras internt i denna banks system, och det är därför endast betalningar mellan konton i olika banker som behöver hanteras i det större systemet. Även här sker dock nettning, dvs. det är endast nettobeloppen av två bankers fordringar på varandra som behöver överföras mellan dessa banker. Det är detta som kallas avvecklingsnivån, eller "settlement layer", i tabell 2.

Tabell 2 Lager i betalningssystemet⁵

Lager 3: Tjänster och applikationer (kontanter, kort, gireringar, mobila betalningstjänster) vilket inkluderar fundament för standardisering och säkerhet (API) (betalningstjänster och system ("schemes"))
Lager 2: Infrastruktur som syftar till att skapa förutsättningar för effektiva och säkra betalningar (Bankgirot, kontanthanteringen, kortsystemet, kontosystem) (clearing)
Lager 1: system för processhantering och avveckling (RIX, Bankgirot, BIR) (avveckling)

⁵ Jämför med:

http://www.ecb.europa.eu/paym/retpaym/shared/pdf/2nd_eprb_meeting_item6.pdf??b70bbb40c47214b15692369b71765d2b

I Sverige består detta lager av Riksbankens system RIX vars funktion enligt Riksbanken beskrivs enligt följande: *”Stora delar av bankernas betalningar går via respektive banks konton i Riksbankens betalningssystem för stora betalningar, RIX. Alla stora svenska banker och clearingorganisationer deltar i systemet. RIX utgör alltså en viktig knutpunkt i infrastrukturen. Riksbanken äger och driver systemet och är även deltagare. Över bankernas konton i RIX sker dels de direkta betalningarna mellan bankerna, dels den slutliga avvecklingen av betalningsuppdragen från bankkunderna. Det innebär att de flesta betalningar som medför en överföring från ett konto i en bank till ett konto i en annan bank avvecklas i RIX. Dessutom avvecklas betalningar som härrör från transaktioner med finansiella instrument i RIX.*

Avvecklingen är baserad på principen bruttoavveckling i realtid. Detta innebär att betalningarna avvecklas omedelbart, en och en. Detta under förutsättning att betalaren har tillräckligt med likvida medel, det vill säga pengar på sitt konto. Denna avvecklingsmetod medför sänkta avvecklingsrisker men är i gengäld likviditetskrävande. För att betalningarna ska avvecklas smidigt kan bankerna täcka sitt behov av likviditet genom att låna i Riksbanken under dagen. All sådan utlåning sker mot fullgoda säkerheter.” (Sveriges Riksbank, 2015:116). I detta lager finns även bankerna och de grundläggande konton där pengar lagras och utifrån vilka betalningar ska göras, dvs. företags och privatpersoners konton hos banker. Bankerna har ju också konton i RIX och länkar därmed direkt eller via t.ex. Bankgirots system för processhantering och avveckling till Riksbankens system. Även systemet Betalningar i Realtid (BIR) som hanteras av Bankgirot är en del av det första lagret då avvecklingar av Swishbetalningar sker i BIR.

Det andra lagret är infrastruktur som syftar till att skapa förutsättningar för effektiva och säkra betalningar, s.k. clearing. Detta har delvis olika utformning beroende på vilken form av betalningstjänst vi fokuserar vilket innebär att det finns vissas skillnader i infrastrukturen för kontanter, kortbetalningar, mobila betalningar eller gireringar. Exempel på denna infrastruktur är Faster Payments i Storbritannien, systemen för kortbetalningar och systemen för kontanter. I detta lager finner vi också viktiga processhanterare som Bankgirot, VocaLink, MasterCard, VISA, m.fl. samt standards för processhantering som t.ex. fyrpartsmodellen för korthantering, ISO-standards för kvalitet och standardiserade informationssystem, m.m. Mobilt bankID är ett exempel på en viktig standard som växt fram i detta lager under senare år och som blivit grunden för identifiering i flera olika situationer utöver betalningar⁶. Detta andra lager kallas ”clearing layer”, i tabell 2.

I det tredje lagret finns de tjänster och applikationer som syns tydligast när man studerar betalningstjänster. Det är också detta lager som denna rapport fokuserar på. Här möter konsumenterna utbudet av olika betalningstjänster som kontanter,

⁶ I januari 2015 var t.ex. mobilt bankID den mest nedladdade appen i Sverige
<https://www.bankgirot.se/om-bankgirot/press-och-aktuellt/nyheter/populara-appar/>

kortbetalningar (debetkort, bankkort och kreditkort), mobila plånböcker, mobila betalningstjänster (utformade på olika delar av tidigare lager som t.ex. kortsystemet eller bankkonton). Konsumenter och handlare möter också standards och affärsmodeller kopplat till roller, ansvar och avgifter samt aktörer som banker, betaltjänstleverantörer, kortföretag, internetföretag, telekomföretag, företag från sociala medier, m.fl. Det är normalt sett detta lager som diskuteras när man studerar framväxten av nya betaltjänster.

I det tredje lagret finns även grundläggande fundament för standardisering och säkerhet som t.ex. standards för identifiering och API-er (Application Programming Interface)⁷. APIs har definierats som: *“an interface to a software component that can be invoked at a distance over a communications network using standards based technologies”*⁸. API:er är en förutsättning för att olika aktörers tjänster och program ska kunna kommunicera med varandra så att t.ex. processhantering och avveckling samordnas med identifiering och betalningar. Om samma aktör har byggt systemen i de kringliggande lagren, som skulle kunna vara fallet i kortbetalningar om t.ex. VISAs system används både i andra och tredje lagret, blir integrering enklare. Men om ett betalningssystem ska vara interoperabelt måste det per definition ha väl definierade gränssnitt där olika aktörer kan ansluta sina respektive system. Det kan t.ex. vara ett system som kopplar ihop en banks produkter med privat information om en kund. Data som kopplas ihop via API kan ha olika öppenhetsgrader – stängd, delad respektive öppen – vilket innebär skillnader i restriktion av spridning data å ena sidan och öppenhet av data som möjliggör att länka olika tjänster och aktörer i ett system å andra sidan.

Idag talar allt fler om vikten av öppna API:er för att därigenom skapa högre konkurrens i systemet genom att göra det lättare för nya företag att koppla sina tjänster till den grundläggande infrastrukturen i banksystemet. Exempelvis kräver de nya tjänsterna som specificeras i PSDII⁹ att det finns öppna API:er som de kan bygga sina tjänster på. Detta ställer i sin tur krav på lagstiftning och transparenta regelverk som tydliggör roller och ansvar för de inblandade aktörerna som t.ex. banker, betaltjänstleverantörer, handlare och konsumenter i en situation där API:er ligger till grund för en betalning för en vara eller tjänst. Det finns diskussioner om att aktörer som inte har öppna API:er skulle kunna bötfällas eftersom detta skulle kunna tolkas som konkurrenshämmande.

I det tredje lagret börjar det även växa fram tjänster som på sikt ska komplettera och integreras med betalningstjänster vilket därmed gör bilden av ett affärssystem

⁷ Detta är också en grund för s.k. “open banking” i Storbritannien, dvs. att en gemensam standard ska öppna upp för konkurrens, innovation och nya aktörer.

⁸ Källa: What is an API 1.0. Se även Buck & Hollingsworth, 2000.

⁹ Dvs. tjänster som bygger på tillgång till konsumenters konton eller tillgång till information på konsumenters konton av tredje part givet att denna part har ett avtal med konsumenten.

för betalningar än mer fragmenterad och komplex. Exempel på detta är när Seamless¹⁰ tjänst SEQR kan användas på McDonalds¹¹ restauranger inte bara för att göra en betalning utan också som plattform för att McDonalds ska stärka sin relation med kunden genom att t.ex. erbjuda rabatter, ge förslag på möjliga köp samt samla in information om varje enskild kunds köpmönster. Ett annat exempel kan vara att tjänsten inom resebranschen hanterar bokningar, biljetter, betalningar, reseinformation, tidtabeller, bonuspoäng, m.m. genom en digital app. Tjänsten blir då en grund för både betalningar och för att stärka eller utveckla kundrelationen. Det tredje lagret kan sedan delas in i de typer av betalningstjänster som konsumenter möter och använder. Dessa är framför allt kontanter, kortbetalningar, gireringar och mobila betalningar.

Framöver kommer denna rapport fokusera på det tredje lagret, dvs. tjänster och applikationer, eftersom det är främst i detta lager som konkurrens och innovation sker. Samtidigt är det viktigt att inse att lagren är starkt integrerade och sammankopplade. Exempelvis skulle inte den nya tjänsten Swish kunna realiseras om inte det skedde utveckling inom alla de övriga lagren. Förändringar i både första och andra lagret var direkta förutsättningar för att Swish skulle kunna lanseras som en mobil betalningstjänst (Arvidsson, 2015). Det är också kritiskt att förstå att komplexiteten inom och mellan dessa lager ökar i och med att det uppstår nya aktörer och det växer fram nya tjänster. Exempelvis kan PSD2 (se kapitel 7) leda till att det växer fram nya tjänster som bygger på att använda tillgången till t.ex. bankkonton (lager 2) för att erbjuda betalningstjänster (lager 3) av andra än banker.

2.5 Centrala aktörer för de vanligaste betalningstjänsterna

Detta avsnitt diskuterar det s.k. tredje lagret med bas i olika tjänster som kontanter, kort, gireringar och mobila betalningar.

2.5.1 Kontanthering

Dessa tjänster används vanligtvis när konsumenter ska betala till handlare i fysiska butiker eller till andra konsumenter. Första steget är ett kontantuttag via en bank eller annat automatleverantör där kortet som används är kopplat till ett bankkonto eller till en kredit som senare betalas via faktura. De centrala aktörerna för kontanthering är Riksbanken, banker, tillverkare, värdetransportföretag, handlare och allmänheten.

¹⁰ www.seamless.se

¹¹ www.mcdonalds.se

Regeringen har satt upp tre grundläggande mål för kontanthantering¹² i Sverige. Först, alla i samhället bör ha tillgång till grundläggande betaltjänster. I första hand bör marknaden tillhandahålla dessa tjänster och staten övervaka att så sker. Statens ansvar för de grundläggande betaltjänsterna bör endast omfatta de orter och den landsbygd där behoven av grundläggande betaltjänster inte tillgodoses av marknaden. Sedan, företag, föreningar och privatpersoner ska ha goda möjligheter att göra uttag och/eller insättningar av kontanter på kreditinstitut, hos betaltjänstleverantörer eller på annat sätt. Slutligen, staten har ansvar för att dessa tjänster fungerar i det fall marknaden inte tillhandahåller dem. I praktiken faller detta ansvar på Riksbanken¹³, Post- och Telestyrelsen (PTS) och Länsstyrelserna¹⁴. För att realisera detta driver staten framför allt tre processer:

1. *Rundbordssamtal för att diskutera med branschen.* Finansmarknadsminister Per Bolund har som ett led i arbetet med att säkra kontanttillgången i samhället samlat aktörerna i kontanthanteringskedjan för att diskutera och utbyta tankar och lösningar på frågan. Deltar i diskussionerna om kontanthantering gör Riksbanken, Finansinspektionen, Post och telestyrelsen, Länsstyrelsen i Dalarnas län, Svenska Bankföreningen, Sparbankernas Riksförbund, West International AB, Svensk Handel, Hela Sverige ska leva, Kuponginlösen AB samt Säkerhetsbranschen.
2. *Utredning för att införa betalkontodirektivet.* Regeringen tillsatte i april 2015 en utredning som ska lämna förslag till de lagändringar som krävs för att bland annat genomföra EU:s nya betalkontodirektiv. Utredaren kommer exempelvis att ta ställning till hur kravet på att konsumenter ska kunna sätta in och ta ut kontanter på betalkonto ska tolkas i svensk rätt, samt exakt vilka typer av aspekter som ska ingå i den jämförelsewebbplats för betalkonton som direktivet kräver.
3. *Bearbetning av kontanthanteringsutredningens förslag.* I september 2014 överlämnade Kontanthanteringsutredningen sitt slutbetänkande till regeringen. Utredningens uppgift var att göra en översyn av regelverket för kontanthantering i Sverige och lämnade i betänkandet förslag på nya regler på kontanthanteringsområdet för att säkerställa att kontanthantering är välfungerande, effektiv och säker. Kontanthanteringsutredningen föreslog bland annat i sitt betänkande att Riksbanken ska få det övergripande ansvaret för kontanthantering. I detta ansvar ingår att samla myndigheter inom kontanthanteringsområdet till ett råd för informationsutbyte samt årligen lämna en rapport till riksdagens finansutskott om utvecklingen på kontanthanteringsområdet.

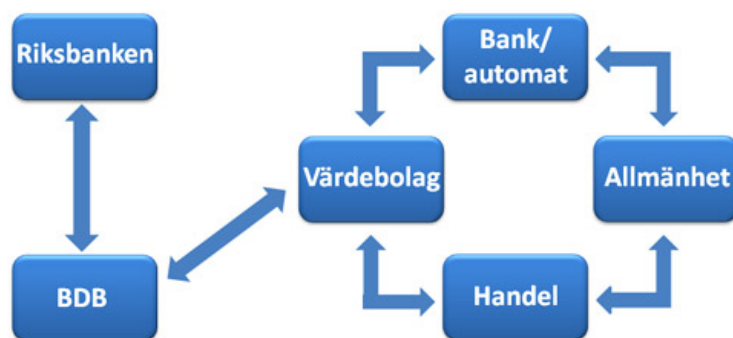
¹² Se <http://www.regeringen.se/artiklar/2015/05/en-fungerande-kontanthantering/>

¹³ Riksbankens ansvar är att tillhandahålla ett "säkert och effektivt betalningsväsende" samt att försörja Sverige med sedlar och mynt.

¹⁴ Det operativa ansvaret att säkerställa tillgång till grundläggande betaltjänster faller på PTS och Länsstyrelserna.

Riksbanken bestämmer inte hur mycket kontanter som finns i omlopp i ekonomin utan låter efterfrågan på kontanter från handlare och konsumenter styra detta. Detta innebär att mängden sedlar och mynt i omlopp kan sjunka eller stiga beroende på denna efterfrågan. Riksbankens formella roll kopplat till kontanter är att ge ut sedlar och mynt, makulera utslitna sedlar och mynt samt lösa in sedlar som är ogiltiga¹⁵. Detta innebär att Riksbanken lämnar ut sedlar och mynt till banker och bankägda bolag, vilka i sin tur bildat ett bolag – Bankernas Depåbyrå AB (BDB)¹⁶ – som hanterar denna verksamhet genom kontantdepåer. Transporten av kontanter mellan Riksbanken, kontantdepåer, banker, bankomater och handlare sköts av privata värdetransportföretag. Konsumenter kan sedan få tillgång till kontanter genom uttagsautomater, bankkontor och handeln. Kontanter cirkulerar sedan i detta system (se figur 2 nedan) till dess de är utslitna eller ska tas ur bruk av andra skäl då de förs tillbaka till Riksbanken för makulering. Produktionen av sedlar och mynt sköts av ett privat företag. Dessutom bildade Riksbanken 2006 Kontanthanteringsrådet som är ett forum för att diskutera frågor kring kontanthantering i samhället.

Figur 1 Systemet för kontanthantering i Sverige



Källa: Sveriges Riksbank

Under 2016 och 2017 införs nya sedlar och mynt i Sverige grundat i ett beslut som togs av Riksbanken 2010¹⁷. I en tidigare studie (Arvidsson, 2013) visade analysen att detta utbyte av sedlar och mynt troligen skulle få en kortsiktig effekt som innebär att användningen av kontanter ökar under denna övergångsperiod, dvs. då de gamla kontanterna ska återföras till Riksbanken och de nya ska introduceras på marknaden, medan den långsiktiga effekten troligen skulle vara att kontant-användningen minskar. Rapporten (Arvidsson, 2013: 28-29) drog slutsatsen att det troligen skulle ske en temporär uppgång av kontantanvändningen en tid före bytet eftersom många sedlar "i madrassen" kommer att användas innan de förlorar sitt värde, dvs. perioden 2015-2017. Idag kan vi se att kontantanvänd-

¹⁵ Se: <http://www.riksbank.se/sv/Sedlar--mynt/Kontanthantering/>

¹⁶ BDB ägs av de fem största bankerna.

¹⁷ <http://www.riksbank.se/sv/Press-och-publicerat/Pressmeddelanden/2010/Riksbanken-fornyar-sedel--och-myntserien/>

ningen faktiskt minskar väldigt snabbt under 2015 och början av 2016, vilket kan tolkas som att nedgången i kontantanvändningen faktiskt underskattades i rapporten från 2013. Sedelutbytet – i kombination med framväxten av kontantsubstituten Swish – verkar ha fått både handlare och konsumenter att minska sin efterfrågan på kontanter väldigt snabbt. Införandet av de nya sedlarna och mynten verkar ha fått en negativ effekt på användningen av kontanter.

2.5.2 Kortbetalningar

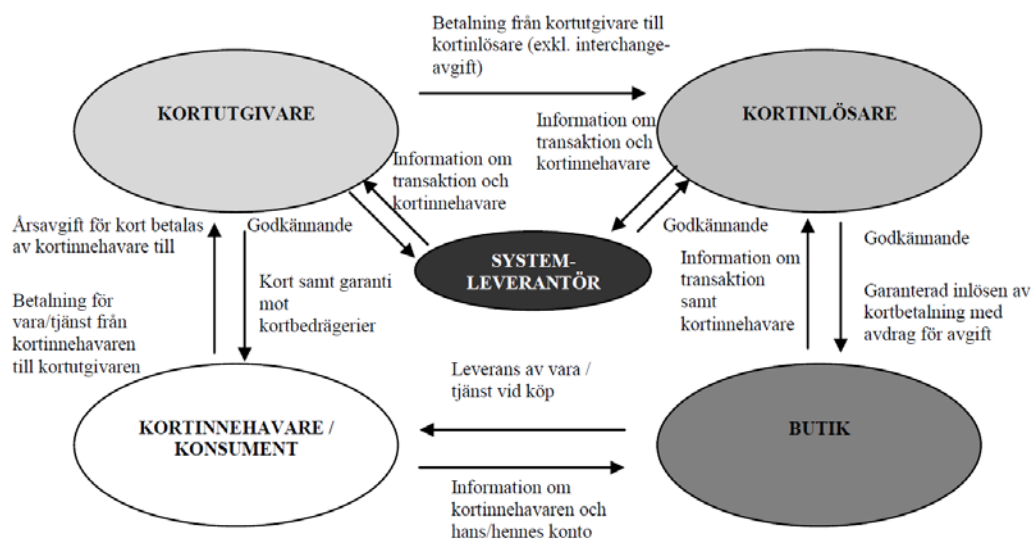
Dessa tjänster används vanligtvis när konsumenter ska betala till handlare – antingen i fysiska butiker eller inom e-handel. Kortet är normalt sett kopplat till ett bankkonto eller så sker betalningen via faktura. De centrala aktörerna för kortbetalningar är kortutgivare (oftast banker), kortinlösare, kortoperatörer (VISA, Mastercard, American Express), hård¹⁸- och mjukvaruleverantörer, processhanterare/betalväxlar, handlare och allmänheten. Även Riksbanken har en viktig roll genom att slutlig avveckling av vissa korttransaktioner sker i RIX.

”Grunden för kreditkort lades redan på 1920-talet när stora varuhus i USA började ge ut personliga metallpolletter med ett identifikationsnummer som användes för att identifiera de personer som handlade på kredit (Bergsten, 1967). Det mer formella kreditkortet skapades av Frank McNamara år 1950 till följd av att han efter att ha ätit sin lunch upptäckte att han glömt att ta med sig plånboken. Han signerade då sitt visitkort, gav detta till servitören och bad honom att skicka en faktura på lunchen till den adress som stod på visitkortet. Detta accepterade restaurangen och Frank McNamara insåg att detta var ett bra system för att göra betalningar. Rimligtvis borde fler restauranger och restaurangbesökare vara intresserade av detta. McNamara skapade kreditkortsföretaget Diners’ Club där restauranger och dess besökare utgjorde en klubb som hade ett gemensamt system för betalningar. Återigen var trovärdigheten i löftet att kunna betala för sig en viktig faktor och det var inte alla som fick bli medlemmar i denna klubb. Senare upptäckte andra restauranger, motell och bensinstationer fördelarna med detta system och kreditkortet var fött. Bank of America lanserade ett eget kort vilket senare blev VISA och under 1950-talet lades även grunderna till både Mastercard och American Express. Ett större genombrott för kortbetalningar skedde 1966 då fem stora banker i Chicago skapade ”the Midwest Bank Card system” där runt 20 000 handlare i Chicago gick med på att acceptera betalningar gjorda med ett Midwest Bank Card. Systemet spreds och under slutet av 1966 omfattades runt 600 banker i Illinois, Michigan och Indiana (Bergsten, 1967). Grunden för det interoperabla kortsystemet var fött. Den internationella spridningen av kortbetalningar gjordes inledningsvis av American Express men det var inte förrän bankomater infördes under 1970-talet som korten fick en större spridning.” (Arvidsson, 2013:7). För att kort betalningar skulle vara attraktiva både för betalare – konsumenter – och betalningsmottagare – handlare – insåg bankerna tidigt att ett kort bör kunna användas hos så många handlare som möjligt och

¹⁸ T ex kortterminaler

oberoende av vilken bank som betalaren respektive betalningsmottagaren hade. Detta manifesteras idag i det kortbaserade fyrpartssystem som styr kortbetalningar (figur 3 hämtat från Arvidsson, 2009).

Figur 2 Systemet för kortbetalningar



Källa: Arvidsson (2009: 11)

I Sverige finns det idag två huvudsakliga typer av kort. Den första benämns *bankkort* (på engelska "debit card") och leder till en transaktion där beloppet debiteras direkt på kortinnehavarens bankkonto. Detta är sålunda inte en kredit. Den andra typen är *kreditkort* (på engelska "credit card") som leder till en transaktion där kortinnehavaren har en möjlighet att få kredit upp till en viss förutbestämd gräns. Därefter får kortinnehavaren efter en specificerad period betala antingen hela skuldbeloppet eller en del av detta. I det senare fallet återstår en del av kredit som rullas över på en ny period. I detta fall tillkommer ränta och eventuella kreditavgifter som adderas till det återstående skuldbeloppet. Ett *betalkort* (på engelska "charge card") är en speciell typ av kreditkort där hela skuldbeloppet måste betalas efter den specificerade kreditperioden (Riksbanken, 2012). De totala avgifterna för kreditkort blir därmed högre än för bankkort till följd av högre kostnader för räntor, risker och hantering.

Idag ser vi också att mobila betalningstjänster som växer fram i grund och botten bygger på systemet för kortbetalningar med den skillnaden att konsumenter inte behöver visa ett plastkort vid betalningen. Detta kan vara s.k. kontaktlösa kort

som lanseras i Sverige under 2016 och 2017¹⁹ eller mobila betalningar baserade på kortsystemet. I detta senare fall finns det i botten fortfarande ett kort i form av kortnummer och koppling till ett konto eller kredit men vid varje betalning skapas unik transaktionsidentifiering som kopplar kortet till transaktionen och därmed kan en kortbetalning genomföras²⁰. Förfarandet skapar högre säkerhet eftersom kortnumret inte behöver avslöjas vilket minimerar risken för att obehöriga kommer åt kortinformationen.

2.5.3 Gireringar

De centrala aktörerna för gireringar är Bankgirot, processhanterare, banker, hård- och mjukvaruleverantörer, internetbanker, företag, handlare och allmänheten. Även Riksbanken har en viktig roll då vissa gireringar slutligen avvecklas i RIX. Vid denna typ av betalning, som oftast sker via autogiro eller via Internetbanker kan identifiering vara byggd på de enskilda bankernas säkerhets- och identifieringslösningar eller Mobilt Bank-ID som erhålles av Bankgirot.

Dessa tjänster används för direkta eller indirekta överföringar mellan konton, vanligtvis bankkonton. Detta innebär att de normalt sätt utgår från ett bankkonto och hanteras via t.ex. en persons Internetbank, e-fakturor eller via avtal som t.ex. autogiro där kontoförande institut – banken – har en fullmakt att dra pengar från ett förutbestämt konto. Denna används t.ex. för att betala räkningar och andra mer regelbundna betalningar. Ett exempel är bankgirobetalningar²¹ som är ett betalningssystem för den svenska marknaden som erbjuds via banker. Banken erbjuder denna tjänst till sina kunder genom att ansluta ett bankkonto till ett bankgironummer. På betalningsdagen görs uttaget på betalarens konto och insättningen hos mottagaren. Systemet administreras via Bankgirot som även ställer krav på de banker som vill vara anslutna till detta system. Ytterligare exempel är plusgiro. Plusgiro är ett varumärke för en betalningstjänst som erbjuds av Nordea. I dagsläget ändras denna tjänst så att den erbjuds till företag som vill ta emot betalningar men inte till privatpersoner. Ett företag eller förening kan ha ett transaktionskonto med PlusGironummer medan privatpersoner endast kommer kunna göra PlusGirobetalningar men inte ha ett eget PlusGirokonto. Autogiro är avtal som innebär att en person ger ett så kallat medgivande som ger betalningsmottagaren fullmakt att dra pengar från det konto som specificerats i avtalet. Detta administreras sedan av banken. Denna typ av avtal är vanligt för återkommande betalningar som t.ex. att betala hyra eller räntor och amorteringar på lån.

¹⁹ Presentation av Kurt Gjesten, Pan-Nordic Card Association, på konferensen *Framtidens Betalningar* anordnad av Dagens Industri, 27 oktober, 2016.

²⁰ Detta kallas för host card emulation.

²¹ <https://www.bankgirot.se/om-bankgirot/vara-betalsystem/bankgirosystemet/>

2.5.4 Mobila betalningstjänster

Mobila betalningstjänster är i princip betalningar som baserar sig på en trådlös kommunikation mellan betalarens och betalningsmottagarens system. Detta avsnitt diskuterar två olika typer av mobila betalningstjänster där det ena grundar sig på infrastrukturen för kortbetalningar medan det andra grundar sig på infrastrukturen för överföringar mellan konton.

Mobila betalningar baserat på kortsystemet

De centrala aktörerna för mobila betalningar baserade på kortsystemet är givetvis delvis samma som för kortbetalningar, dvs. Riksbanken, banker, kortoperatörer, hård- och mjukvaruleverantörer, processhanterare, handlare och allmänheten. Därutöver kan det tillkomma olika typer av betaltjänstleverantörer som är kopplade till de som erbjuder dessa tjänster. Det kan exempelvis vara telekomoperatörer för tjänsten WyWallet²², företag som Izettle²³ som bygger sin tjänst direkt på kortsystemet eller företag som Seamless eller Billhop²⁴. Vid mobila betalningar finns ofta dessutom ett behov av identifiering vilket exempelvis kan ske genom Mobilt Bank-ID som erhålles av Bankgirot.

Ett sätt att levererar mobila betaltjänster är sålunda att bygga dessa på infrastrukturen för traditionella kortbetalningar. Dessa kan beskrivas som att en traditionell kortbetalning med ett pin-och-chip (EMV) kort istället blir en kortbetalning via en app i mobilen där kortuppgifterna är lagrade. Det är sålunda i många stycken väldigt lik en traditionell kortbetalning förutom att länken mellan kort och betalterminal är kontaktlös och att plastkortet ersatts av en applikation i mobilen. Detta kräver givetvis ny teknologi för kommunikation mellan kortet och betalterminalen samt dessutom ny rutiner för kontroll av identitet och överföring av information kring betalning samt den slutgiltiga överföringen och avvecklingen. Samtidigt kan många delar av det grundläggande systemet för kortbetalningar fortfarande användas, vilket innebär att mobila betalningar baserade på kort blir ett nytt tillämpningsområde för kortbetalningar.

I flera länder i Europa finns även s.k. kontaktlösa kort som i grunden är ett traditionellt kort men där kommunikationen mellan kortet och POS-terminalen sker via luften istället för att terminalen läser av kortets magnetremsa genom att det dras i terminalen eller att terminalen läser av kortets chip genom att det stoppas in i terminalen. Denna mobila kommunikation gör att kortet i princip är en mobil betalningstjänst även om denna mobilitet är mycket begränsad.

²² www.wywallet.se

²³ www.izettle.com/se

²⁴ <https://billhop.com/se/>

Kommunikationen bygger på NFC-kommunikation²⁵ och utgör en ganska tydlig förändring av hur kort används. Betalningar blir mycket snabbare och speciellt i situationer där beloppet ligger under 200-250 kronor då det inte kräver att betalaren även slår in en pinkod²⁶. Kontaktlösa kort har lyst med sin frånvaro i Sverige men i dagsläget har flera aktörer annonserat att de kommer att lansera denna typ av kort under 2016. Danske Bank har lanserat kontaktlösa kort i Sverige redan 2014 men inte rullat ut detta i stor skala²⁷. ICA har lanserat ett kontaktlost kort där man kan betala utan kod för belopp under 250 kronor²⁸. Nordeas kontaktlösa kort går att använda utan kod för betalningar upp till 200 kronor²⁹. Även Mastercard och VISA har kontaktlösa kort. Det finns fler exempel och dessa är endast tänkta att illustrera denna utveckling.

I Sverige är det mottagare av kortbetalningar, banker och teknikleverantörer som genom det s.k. Contactless Forum³⁰ som tagit initiativ till att koordinera införandet av kontaktlösa betalningar i Sverige. Deras utgångspunkt är att om kontaktlösa kort ska lanseras i Sverige är det centralt att samtliga berörda parter deltar aktivt i processen för detta. Gruppen har som mål att 50 procent av konsumenter och kortterminaler i Sverige ska ha möjlighet att genomföra betalningar via kontaktlös teknik under 2017.

Det kontaktlösa kortet kan tänkas få två olika men kompletterande utvecklingsfaser. Det första kan vara att kontaktlösa kort ersätter de traditionella korten så att pin-och-chip korten (EMV standard) försvinner eller minskas. Den andra fasen kan vara att de kontaktlösa korten är ett sätt att införa kontaktlösa betalningar och att dessa kort därmed blir en naturlig övergång till kontaktlösa, mobila betalningar via t.ex. smart phones. Med andra ord, kan kontaktlösa kort vara s.k. "transitional objects"³¹ (Litt, 1986) som syftar till att lägga grunden till ny infrastruktur, nya erfarenheter och kunskap samt nya beteenden både hos konsumenter såväl som handlare. De kan då bli det som lägger grunden för mobila tjänster som bygger på kortsystemet. Två exempel på detta, dvs. mobila betalningstjänster byggda på kort, är Mastercards Masterpass och Visas Vise.me.

²⁵ NFC står för Near Field Communication och är en radiovågsbaserad kommunikation som möjliggör dubbelriktad kommunikation inom ett avstånd av ca 10-15 centimeter. Ett vanligt exempel på NFC-teknik är de kort som används av SL när en resenär t ex har köpt ett 30-dagars resekort.

²⁶ Banker accepterar generellt att kortbetalningar under 200 kronor görs utan pinkod medan ICA-banken har satt 250 kronor som gräns.

²⁷ Se t ex: <http://www.danskebank.se/sv-se/Om-banken/Press/Pressmeddelanden/2014/Pages/Danske-Bank-forst-ut-med-kontaktlost-kort.aspx>

²⁸ Se t ex: <https://www.icabanken.se/kundservice/kontaktlosa-betalningar/>

²⁹ Se t ex: <http://www.nordea.se/privat/vardagstjanster/kort/Kontaktlosa-kort.html>

³⁰ Se t ex: <http://www.pan-nordic.org/PanNordicCard/Acquiring--Issuing/Contactless-Payments.aspx>

³¹ Detta är ett begrepp som används inom psykologi för att förklara vilken roll objekt kan spela för utveckling och förändrat beteende.

Masterpass³² är Mastercard's digitala plånbok för betalningar inom e- och m-handel. I grunden bygger denna tjänst på infrastrukturen för kortbetalningar där du kan koppla bankkort, betalkort och kreditkort samt även förbetalda kort till en applikation som används för betalningen. Användaren kan använda kort från olika banker och kortoperatörer. Identifiering och säkerhet bygger på bankernas Mobila Bank-ID. Tjänsten kan kopplas till handlares system för lojalitetsbonusar och erbjudanden, och ger även möjlighet att spara leveransinformation för direkta leveranser av varor köpa på nätet.

Visa.me³³ är en mobil betalningstjänst eller mobil plånbok som syftar till att ge möjlighet till betalningar framför allt inom e- och m-handel och nås genom datorer, lap-tops, tablets eller smarta mobiler. Grunden är att konsumenten ansluter sitt kort – oberoende av vilken bank som utfärdat kortet och vilken kortoperatör som det är anslutit till – till en applikation i mobilen eller datorn. Därefter kan betalningar som dras från kortet göras direkt på nätet genom att den specifika transaktionen och kortet länkas genom en unik sammankoppling (tokenization). Detta "token" kan inte spåras till det bakomliggande kortet och därför erhålls en högre säkerhet än om kortets information ska lämnas på e-handlares hemsidor. I grunden är detta sålunda en kortbetalning baserad på infrastrukturen för kortbetalningar med den skillnaden att kortets unika uppgifter och inte heller plastbiten som denna information är lagrad i, dvs. det traditionella kortet, behöver visas upp eller användas på ett öppet sätt.

Mobila betalningar baserat på kontosystemet

De centrala aktörerna för mobila betalningar baserade på kontosystemet är givetvis delvis samma som för gireringar, dvs. Riksbanken, processhanterare, banker, hård- och mjukvaruleverantörer, handlare och allmänheten. Vid denna typ av mobil betalning är behovet av identifiering byggt Mobilt Bank-ID som erhålles av Bankgirot.

Denna typ av mobil betaltjänst omfattar i dagsläget endast en typ av tjänst – Swish³⁴ – som erbjuds av banker (Danske Bank, Handelsbanken, ICA Banken, Länsförsäkringar, Nordea, SEB, Skandia, Sparbanken Syd, samt Swedbank och Sparbankerna). Swish är en mobil betalningstjänst för privatpersoner och företag som bygger på att man kopplar sitt bankkonto till ett mobilnummer vilket möjliggör överföringar mellan bankkonton endast baserat på att betalaren känner till betalningsmottagarens mobilnummer samt att båda parter har denna tjänst. Det är med andra ord en tjänst som möjliggör konto-till-konto överföringar. Man ansluter sig via sin bank och behöver sedan ladda ner två applikationer i sin mobil (Mobilt Bank-ID och Swish). Därefter kan man både betala och ta emot

³² Se t ex: <http://www.mastercard.com/se/consumer/MasterPass/#>

³³ Se t ex: <https://www.visaeurope.com/newsroom/news/v-me-by-visa-launches-across-europe>

³⁴ För en utförligare beskrivning av hur Swish fungerar och har växt fram se Arvidsson (2015).

betalningar via denna tjänst. En speciell egenskap i denna tjänst är att överföringen görs mellan bankkonton i realtid, dvs. att mottagaren har pengarna på sitt eget bankkonto inom ett par sekunder efter det att betalaren godkänt betalningen. Denna realtidsöverföring är unik och bygger på Bankgirots plattform. Betalningar i realtid vilken även kopplar till Riksbankens system kallat RIX. System beskrivs av Bankgirot som en öppen infrastruktur som ger banker och betalningsinstitut en plattform för att skapa egna erbjudanden. I första steget som inleddes i slutet av 2012 erbjöds Swish för betalningar mellan privatpersoner men under 2015 öppnades även möjligheten till betalningar mellan privatpersoner och handlare. Den 19 oktober 2016 hade tjänsten över 4,8 miljoner användare som under september månad 2016 genomförde transaktioner med ett värde av över åtta miljarder kronor³⁵.

2.6 Översikt av aktörer i Sverige som erbjuder mobila betalningar

Det finns många företag i Sverige som erbjuder tjänster kopplade till massbetalningar även om de som klassificeras som banker faktiskt har minskat under 2000-talet (tabell 1). Utöver bankerna har de samtidigt institutionaliserats nya legala former av aktörer i detta område vilket gör att den totala mängden av företag i branschen är fler än de som syns i tabell 1. Denna helhet omfattar banker, registrerade betaltjänstleverantörer, betalningsinstitut och e-penga institut vilka alla måste ha tillstånd av Finansinspektionen för att bedriva denna typ av verksamhet. Finansinspektionens data (se bilagor 2 och 3) visar att det i början av 2016 fanns totalt 157 företag (baserat på organisationsnummer enligt FI:s data) som var verksamma inom denna sektor. Utöver de som är listade i tabell 3 från Bolagsverket finns sålunda knappt 40 företag som är registrerade som registrerade betaltjänstleverantörer, betalningsinstitut och e-penga institut. Den totala minskningen av antalet banker beror uteslutande på att antalet sparbanker minskat kraftigt – antalet sparbanker är 39 procent lägre 2015 – i perioden 2002 till 2015. Samtliga andra typer av banker har ökat eller är oförändrade i antal.

³⁵ <https://www.getswish.se/>

Tabell 3 Företag registrerade som bankaktiebolag (BAB), medlemsbank (MB), sparbank (SB) eller utländsk banks filial (BFL)

År	BAB	MB	SB	BFL	Total
2002	34	2	77	20	133
2003	35	2	76	19	132
2004	40	2	76	19	137
2005	40	2	71	24	137
2006	40	2	68	25	135
2007	38	2	66	27	133
2008	40	2	53	27	122
2009	40	2	53	26	121
2010	40	2	50	25	117
2011	40	2	49	27	118
2012	41	2	49	28	120
2013	41	2	49	29	121
2014	42	2	48	29	121
2015	41	2	47	29	119

Källa: Bolagsverket

Översikten av aktörer inom betalningssystemet visar att det totalt sett växer fram fler typer av aktörer kopplade till betalningstjänster, dvs. fler bolag med olika sorters tillstånd från Finansinspektionen. Även om tabell 1³⁶ indikerar att antalet banker faktiskt minskat de senaste åren – vilket beror på att antalet sparbanker minskat kraftigt - så visar bilagorna 2 och 3 att det idag finns fler institutstyper och företag som kompletterar bankerna när det gäller olika former av betalningstjänster. Detta är inte konstigt med tanke på att lagstiftarna främst i EU önskat denna utveckling och styrt om regleringen i denna riktning. Därmed torde även konkurrensen inom denna sektor öka samtidigt som många av de nya aktörerna i

³⁶ Företag registrerade som bankaktiebolag (BAB), medlemsbank (MB), sparbank (SB) eller utländsk banks filial (BFL)

bilagorna 2 och 3 främst bör ses som komplement till bankerna snarare än direkta konkurrenter.

Det är samtidigt viktigt att inse att framväxten av nya aktörer, nya tjänster och nya system skapar utmaningar i betalsystemet som helhet då det uppstår utmaningar att integrera äldre system med nya system samt etablerade aktörer med nya utmaningar. Detta är ett exempel på den fragmentering som Riksbanken beskrivit (Sveriges Riksbank, 2013).

3 Studiens genomförande

3.1 Metod/Tillvägagångssätt

Metoden för denna rapport utgör en kvalitativ ansats baserad på analys av sekundärdata från källor som Sveriges Riksbank, Finansinspektionen, branschrapporter och material från branschorganisationer, företags hemsidor och rapporter, Svensk Handel, databaser, samt andra relevanta källor. Även andra forskningsstudier och rapporter kommer att användas i studien. Utöver detta har en referensgrupp från Konkurrensverket verkat som kritiska läsare och rådgivare genom ett interaktivt angreppssätt

3.2 Empirisk analys

Det primära resultatet belyser betalningsmottagares och betalares syn på betalningstjänster med utgångspunkt i betalsituationer och betalningens karaktär. Detta bygger på kartläggning av aktörer, deras roller och deras tjänster samt faktorer som påverkar marknadens utveckling. Detta omfattar t.ex. banker, betalningsinstitutioner, betaltjänstleverantörer, kreditföretag, leverantörer av mjuk- och hårdvara, telekomföretag, kortutgivare och kortinlösare samt kort-systemleverantörer, handlare, och andra aktörer som levererar betalningstjänster.

Studien pekar ut viktiga faktorer som påverkar utvecklingen samt problematiserar hur man kan förstå utvecklingen för dessa marknader samt vilka aktörer och lösningar som kan komma att bli centrala för den svenska marknaden. En typ av problematisering grundar sig på hur aktörer inom branschen definierar olika typer av betalsituationer – som t.ex. betalningar vid fysiska möten mellan betalare och mottagare (proximity payments) och betalningar utan fysiska möten (remote payments) – samt hur utvecklingen ser ut inom dessa områden. En annan bygger på rollen för olika infrastrukturer för betalningstjänster. Dessa kan ibland vara komplementära och ibland konkurrerande.

3.3 Målgrupp

Primär målgrupp för studien omfattar politiska beslutsfattare, politiker i allmänhet, myndigheter, personer som till vardags jobbar med frågan både inom offentlig och privat sektor, personalen på KKV samt forskare. Därutöver omfattar den sekundära målgruppen företag, bransch- och intresseorganisationer samt allmänheten i stort. Samtliga inom målgrupperna antas ha intressefokus på Sverige.

4 Teoretisk modell för att förstå utvecklingen

Rapporten grundar sig på olika teoretiska ramverk och för att förstå dessa kommer detta kapitlet gör en kort genomgång av dessa ramverk.

4.1 Teoretisk referensram

Studien kommer grunda sig på teorier om nätverksexternaliteter (Economides, 1996) och om "multi-sided platforms" (Hagiu & Wright, 2011) som definierar detta som: "an organization that creates value *primarily by enabling direct interactions between at least two distinct types of affiliated customers*". Dessa former av plattformar uppstår då marknaden bygger på ett behov av intermediärer, dvs. system, erbjudanden och aktörer som i detta fall matchar betalare och betalningsmottagare på ett effektivt sätt som skapar värde för alla aktörer (Parker and Van, 2005). Detta är en kritisk dimension av marknader för betalningstjänster (Berdre-Defolie & Gratz, 2015; Moughab & Arvidsson, pågående arbete). Intermediärer har en kritisk roll genom att de – om de levererar bra system – möjliggör transaktioner med ömsesidigt värde för alla deltagare i systemet (Baldwin and Clark, 2000; Baldwin and Woodard, 2008). Detta leder till nätverksexternaliteter, dvs. att värdet av tjänsterna ökar för alla i och med att fler deltagare på båda sidor av marknaden ansluter sig till samma system (Farrell and Saloner, 1985; Katz & Shapiro, 1985; Economides, 1996). Vikten av externaliteter har visats för flera tjänster inom betalsystemet som t.ex. inlösen och avveckling (Ackerberg and Gowrisankaran, 2006), internetbankstjänster och bankomater (Gowrisankaran & Stavins, 2004; Kauffman and Wang, 2002; Kauffman and Mc Andrews, 2000) samt andra betalningstjänster (Van Hove, 1999). Plattformar för betalningstjänster uppvisar de primära egenskaperna för "multi-sided platforms", dvs. nätverksexternaliteter och interaktion mellan aktörer via intermediärer baserat på tekniska och affärsmässigt starka plattformar (Hagiu & Wright, 2015).

Detta synsätt leder fram till att en central faktor för framväxten av mobila, elektroniska betalningstjänster styrs till stor del på möjligheterna för en aktör eller ett nätverk av aktörer att skapa plattformar som realiserar nätverksexternaliteter och nyttor för många betalare och många betalningsmottagare. Detta är ett strategiskt mål för de som vill skapa betalningstjänster och därmed viktigt för att förstå framväxten av nya tjänster.

Därutöver finns en mängd viktiga faktorer som t.ex. samhällsekonomiska kostnader för olika betaltjänster (Segendorf & Jansson, 2012; Danmarks Nationalbank, 2011), konkurrens mellan banker (Bolt & Humphrey, 2009); möjligheter för banker att få lönsamhet i investeringar (Milne, 2006); "inter-change fees" (Schmalensee, 2002); avgifter för elektroniska kontantkort (Shy & Tarkka, 2002); konsekvenser för handeln av olika typer av kort (Guiborg & Segendorf,

2007; Bourreau & Verdier, 2009); konsumenters attityder och beteenden (Garcia-Swartz et al, 2006; Shampine, 2007; Ten Raa & Shestalova, 2004; Bergman et al, 2007; Hayashi & Klee, 2003); systemets tillit och säkerhet (Gefen et al, 2003); för- respektive nackdelar med olika betalningstjänster (Mallat, 2007; Plouffe et al, 2001). Andra faktorer är t.ex. EU:s betaltjänstdirektiv (PSD, 2007; PSD II³⁷) som leder till krav på sänkta kortavgifter samt att nya typer av reglerade aktörer uppstår (Betalningsinstitutioner, Payment Account Access Service leverantörer, Payment Initiation Service leverantörer, m.fl.); bankers självregleringsinitiativ kallat SEPA (ECB, 2008), lagstiftning om penningtvätt (Penningtvättslagen³⁸, 2009: 62); lagstiftning om kassaregister (SKVFS 2009:2; SKVFS 2014:9; SKVFS 2014:15); effekter på skalekonomier i processhantering av betalningar (Beijnen & Bolt, 2009), konkurrensrättsligt regelverk (Berdre-Defolie & Gratz, 2015) och s.k. "multi-lateral interchange fees" (EC, 2002); avgiftsstrukturen för olika betalmedel (Humphrey et al, 2001; Scholnick et al, 2008); teknologisk utveckling (Humphrey et al, 2006) (som t.ex. NFC, QR-koder, m.m.), framväxten av smarta telefoner och system för trådlös kommunikation; ny branschöverskridande konkurrens (som t.ex. från telekomföretag, företag inom sociala medier och andra); förändringar inom handeln med både nya strävanden mot att skapa plattformar för betalningar och kundrelationstjänster samt framväxten av e-handel; kontantrelaterad kriminalitet (BRÅ, 2007) samt betalsystemets utformning i stort (Willeesson, 2007). I slutändan kommer studien belysa de viktigaste av dessa faktorer och hur de interagerar samt hur detta påverkar systemets utveckling (Dahlberg et al, 2015; Arvidsson, 2014).

Det är sålunda många faktorer som påverkar utvecklingen och det är viktigt att avgränsa studien till några som ges större vikt än andra. En central faktor är betaltjänstdirektivet II som bl.a. fokuserar på hur under vilka förutsättningar aktörer som utvecklar tjänster med koppling till bankkonton – s.k. "Payment Account Access Services" respektive "Payment Initiation Services" – ska ges tillgång till konsumenters bankkonto om dessa aktörer har avtal med konsumenten. Bristen på sådan tillgång kan komma att hindra ny konkurrens samtidigt som oreglerad och outvecklade system för sådan tillgång kan skapa problem kring olika aktörers ansvar respektive konsumentens trygghet. Detta kommer sålunda utgöra en central dimension i arbetet att besvara studiens huvudfråga.

Dessutom kommer studien utgå från analyser av betalningstjänster där betal-situationens karaktär är viktig. Man brukar t.ex. skilja på om betalningen är en "proximity payment", dvs. där betalare och betalningsmottagare har ett fysiskt möte, och "remote payments", dvs. där betalare och betalningsmottagare inte träffas fysiskt. Ett typexempel på det förstnämnda är en betalning i en butik

³⁷ <http://www.europarl.europa.eu/committees/en/econ/subject-files.html?sessionid=44403DD30227047501A5F1BF6D5DC896.node2?id=20121112CDT55410>

³⁸ Denna lag kommer att ändras när det tredje penningtvättsdirektivet genomförs.

medan det andra kan vara e-handel. En annan dimension som präglar betal-situationen är när den faktiska transfereringen sker, dvs. när pengar lämnar betalaren respektive när de kommer betalningsmottagaren tillhanda. Här kan man skilja på "pre-paid", realtid respektive "post-paid". Anledningen till att detta är viktigt är att dessa dimensioner påverkar betalningstjänstens attraktivitet för betalare respektive betalningsmottagare.

4.2 Betalsystemet – ett socio-tekniskt perspektiv

Den teoretiska grunden för denna studie utgår på teorier om innovationssystem och innovationsdynamik. Forskning om industriell förändring i socio-tekniska system har bl.a. sett att det finns konserverande krafter, dvs. faktorer som leder till att bevara ett befintligt system och dess egenskaper, samt förändrande krafter, dvs. faktorer som på olika sätt står i kontrast med det existerande systemet och därmed leder till förändring. Hela det industriella systemet – vilket i den analys är betalsystemet – utvecklas enligt denna teoribildning genom dynamiska processer som präglas av samspelet mellan dessa två typer av faktorer. Dessa faktorer kan omfatta sociala, tekniska och institutionella faktorer (Geels, 2004) samt teknik- och affärsidéer (Arvidsson & Mannervik, 2009). Teorierna är byggda kring existensen av parallella processer som antingen gör det nuvarande systemet mer effektivt utan att ändra grundläggande egenskaper eller att skapa fundamental förändring genom radikala innovationer (Schumpeter, 1934; March 1991; Geels, 2004; Arvidsson & Mannervik, 2009). Dessa teoretiska modeller förklarar sålunda utvecklingen av betalsystemet genom att förstå respektive faktorer samt dess interaktion.

Denna studies analys av betalsystemet baseras på Geels (2004) modell för socio-tekniska system som: *"...define ST-systems in a somewhat abstract, functional sense as the linkages between elements necessary to fulfil societal functions (e.g. transport, communication, nutrition). As technology is a crucial element in modern societies to fulfil those functions, it makes sense to distinguish the production, distribution and use of technologies as sub-functions. To fulfil these sub-functions, the necessary elements can be characterised as resources. ST-systems thus consist of artefacts, knowledge, capital, labour, cultural meaning, etc"* Geels (2004: 900). Denna rapport bygger på Geels model genom att identifiera vissa kritiska egenskaper och hur interaktionen mellan dessa kan bilda en teknologisk regim (Dosi, 1982; Dosi, 1992), dvs.: *"...the 'deep structure' or grammar of ST-systems, and are carried by the social groups"* (Geels, 2004: 905).

Analysen kommer använda definitionen av ett socio-tekniskt system men framför allt: *"...the structure of the system in terms of products, agents, knowledge and technologies and on its dynamics and transformation. In broader terms, one could say that a sectoral system is a collective emergent outcome of the interaction and co-evolution of its various elements"* (Malerba, 2002: 251). Systemet anses sålunda förändras genom

att grupper av organisationer, individer, intressen och kompetenser samverkar och konkurrerar inom och mellan olika grupper (Geels, 2004).

Valet av denna teoretiska ansats (dvs. Geels, 2004) motiveras också av de grundläggande egenskaperna i branschen. Betalningstjänster och betalsystemet har många av de egenskaper som pekas ut i Geels modell, som t.ex. stark lagstiftning och tillsyn av staten³⁹, starka teknikregimer relaterade till olika typer av betaltjänster⁴⁰, en tydlig marknadsregim i termer betalningsmottagare och betalare⁴¹, en stark och viktig socio-kulturell regim relaterad till betydelsen av och synen på pengar och betalningar hos gemene man och i samhället i stort⁴², samt en – utan tvekan mindre tydlig – vetenskaplig regim relaterad till forskning och utveckling inom betalningsbranschen⁴³.

Baserat på Geels modell kommer denna studie sortera kritiska faktorer som påverkar den industriella dynamiken i betalsystemet i tre olika kategorier: landskapets utveckling, socio-tekniska systemet och tekniska nischer. Analysen kommer att relatera till hela betalningssystemet (dvs. alla fyra kategorier i tabell 1 ovan) även om den kommer att fokusera på de mest framträdande faktorerna utifrån det material som denna studie går igenom. Geels modell bygger på ett central begrepp – socio-tekniska regimer – som förklarar hur teknologier växer fram och accepteras samt anammas av samhället baserat både på dess teknologiska egenskaper och på hur samhället och dess aktörer ser på och använder teknologin. Detta visas genom definitionen av en teknologisk regim, dvs.:

“A technological regime is the rule-set or grammar embedded in a complex of engineering practices, production process technologies, product characteristics, skills and procedures, ways of handling relevant artefacts and persons, ways of defining problems; all of them embedded in institutions and infrastructures” (Rip and Kemp, 1998: 340).

När en teknologisk regim väl har växt fram och satt sig blir den formande för den fortsatta utvecklingen vilket t.ex. leder till att innovation tenderar att primärt fokusera på inkrementell utveckling av befintliga produkter och tjänster. Detta innebär att den centrala delen av Geels modell – den socio-tekniska regimen – inom sig har en utvecklingsprocess bestämd av båda tekniska och sociala faktorer men att den även påverkas av de två yttre processerna i modellen: landskapets

³⁹ Genom roller för Finansinspektionen, Riksbanken, Skattemyndigheten, Polisen, EU, m.m.

⁴⁰ T ex system för kontanthantering, för kortbetalningar respektive giro-system.

⁴¹ T ex beskrivningar och legala förutsättningar för kortutgivare, kortinlösare, betalare och betalningsmottagare i systemen för kortbetalningar.

⁴² T ex Riksbankslagen kring vad som är lagliga betalmedel samt allmänhetens syn på pengar (se kapitlet om konsumenters syn på betaltjänster).

⁴³ T ex de makro-ekonomiska studier av kostnader för betaltjänster som genomförts bl.a. ECB och Riksbanken, studier kring hur mobiltjänster tas emot av konsumenter (s.k. ”technology adoption” studier)

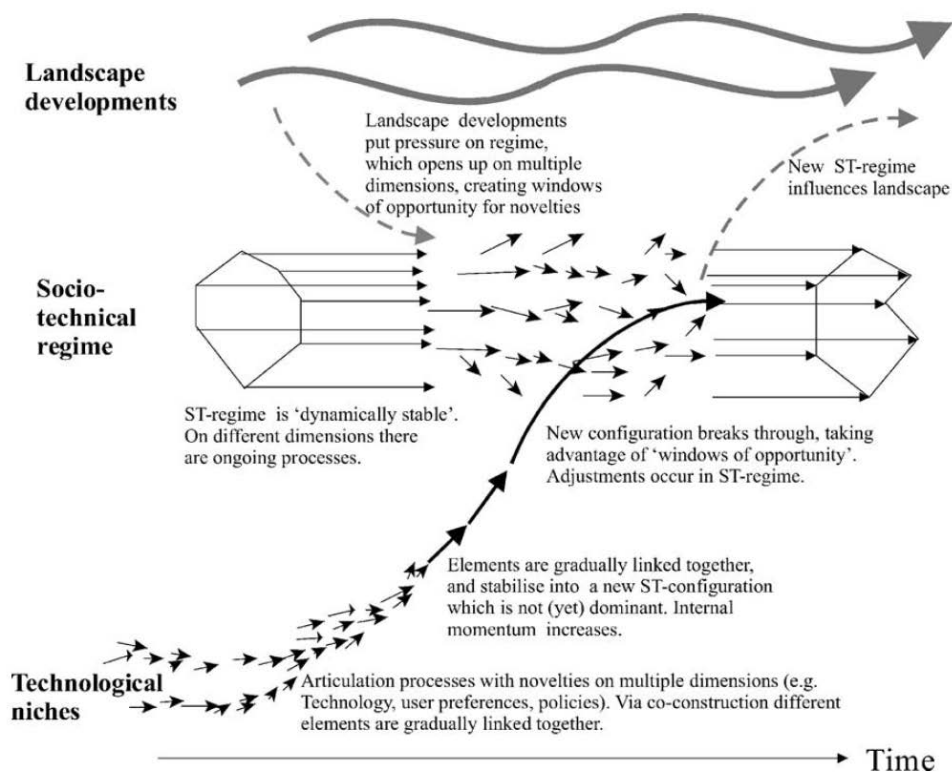
utveckling och utvecklingen av teknologiska nischer. Det socio-tekniska landskapet är – som dess namn indikerar – den yttre kontexten inom vilken regimen formas. Detta kan omfatta infrastruktur i samhället, politisk utveckling, internationella krig, migration, kultur och värderingar. Detta är ett relativt stabilt lager som förändras långsamt och som normalt sett är svår att påverka. Landskapet lägger grunden för regimen. Sedan finns det även ett tredje lager – nischer – som delvis är isolerade från de andra två lagren och därför kan utvecklas relativt fritt från dessa. Det innebär att aktiviteter inom dessa nischer har större förutsättningar att leda fram till radikala och mer omstörtande innovationer.

Det har beskrivits som:

“Because these niches are protected or insulated from ‘normal’ market selection in the regime, they act as ‘incubation rooms’ for radical novelties (Schot, 1998). Radically new technologies need such protection because they usually emerge as ‘hopeful monstrosities’ (Mokyr, 1990). They have relatively low technical performance, are often cumbersome and expensive. Such novelties emerge in niches, which offer some protection because the selection criteria are very different from the regime.” (Geels, 2002: 1261).

Geels beskriver det som att den mellanliggande nivån – regimen – är en relativt stabil nivå som kopplar till existerande teknologier och teknologiska spår. Det yttre lagret – landskapet – består av långsamt förändrande, externa faktorer som påverkar regimen utveckling. Det inre lagret – nischerna – genererar innovation och förändring som utmanar den dominerande teknologiska regimen och därmed potentiellt kan leda till radikal innovation och förnyelse. Denna studie kommer bygga på dessa lager och distinktioner för att bättre förstå framväxten av nya betalningstjänster.

Figur 3 Geels (2002: 110) modell för studier av socio-tekniska systems⁴⁴



Denna ansats – teorier om hur industriell omvandling sker inom socio-tekniska system genom ett samspel mellan strategier, teknologier, värderingar, legala system, hårda och mjuka institutioner, m.m. – innebär också att förändring inte sker isolerat från det existerande socio-tekniska systemet utan i samklang med alternativt i kontrast till detta. Industriell omvandling – i vårt fall övergången till elektroniska, mobila betaltjänster – kommer delvis bygga vidare på egenskaper i det nuvarande systemet men samtidigt även realisera nya egenskaper till följd av innovation. Frågan är snarare vilka delar och egenskaper som förblir intakta – om än med marginella förändringar – respektive vilka nya delar och egenskaper som skapas. Detta är en central fråga för att förstå förändring.

⁴⁴ Denna figur är en direkt kopia av Geels figur på sidan 915 i artikeln från 2004 men namn "From sectoral systems of innovation to socio-technical systems. Insights about dynamics and change from sociology and institutional theory" (Research Policy 33 (2004) 897–920).

5 Två sätt att analysera branschen och marknaden

När myndigheter som ska övervaka att det inte sker överenskommelser eller andra initiativ som syftar till att på ett lagvidrigt sätt hämma konkurrens analyseras detta ifrån flera perspektiv inkluderande både ett efterfrågeperspektiv – dvs. med fokus på det som kunden efterfrågar – och ett utbudsperspektiv, dvs. med fokus på de produkter och/eller tjänster det handlar om. Kommissionen har poängterat vikten av att analysera produkters och tjänsters utbytbarhet, dvs. möjligheter för kunder att hitta alternativ, både från ett utbuds- och ett efterfrågeperspektiv för att skapa en fullgod bild av konkurrens och möjligt konkurrenshämmande handlingar. Därutöver finns även ett geografiskt perspektiv, dvs. att den för analysen relevanta marknaden avgränsas geografiskt.

Kommissionen⁴⁵ slår fast att: *"Företagen utsätts för tre huvudtyper av konkurrensbegränsningar: utbytbarhet på efterfrågesidan, utbytbarhet på utbudssidan och potentiell konkurrens. Ur ekonomisk synvinkel och i samband med definieringen av den relevanta marknaden utgör utbytbarheten på efterfrågesidan den mest omedelbara och effektiva begränsningen för leverantörer av en viss produkt, särskilt i fråga om prissättning".* Utbytbarhet på efterfrågesidan kan därmed omfatta även situationer där en konsument väljer helt andra produkter eller tjänster för att tillfredsställa sina behov. Ett substitut till att köpa en bil kan i detta perspektiv vara att köpa en cykel eller att åka kommunalt. De skriver även att: *"En relevant produktmarknad omfattar alla varor eller tjänster som på grund av sina egenskaper, sitt pris och den tilltänkta användningen av konsumenterna betraktas som utbytbara."*

När det gäller geografi skriver de att: *"Den relevanta geografiska marknaden omfattar det område inom vilket de berörda företagen tillhanda-håller de relevanta produkterna eller tjänsterna, inom vilken konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden framför allt på grund av väsentligaskillnader i konkurrensvillkoren."* När det gäller Sverige är det viktigt att inse att detta är ett litet land. Detta innebär att internationella företag kanske inte ser Sverige som en attraktiv marknad och därför inte lanserar sina tjänster i Sverige samt att om en aktör eller grupp av aktörer lyckas bygga en framgångsrik tjänst är det inte omöjligt att denna får en dominerande ställning.

Med detta sagt bör vi samtidigt poängtera att många och dessutom inflytelserika konceptuella modeller för att analysera och förstå konkurrens och företagets

⁴⁵ KOMMISSIONENS TILLKÄNNAGNANDE om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning (97/C 372/03)

strategier oftast utgår från en produkt eller en tjänst. Det är i dessa modeller karaktären på det som erbjuds på en marknad som ligger i fokus. Detta innebär att branscher och marknader oftast analyseras från ett utbudsperspektiv, dvs. analysen startar i att definiera vad som levereras med utgångspunkt i en produkt eller tjänst. Detta har också lett till att statistik kring branscher och ekonomiska verksamheter bygger på dessa utgångspunkter, vilket exempelvis är manifesterat i SNI-koder som kategoriserar ekonomisk verksamhet utifrån den slutprodukt – produkt eller tjänst – som företag levererar. Det perspektiv som Kommissionen förordar, dvs. att analysera utbytbarhet från ett efterfrågeperspektiv är inte lika vanligt förekommande i konceptuella modeller för att förstå konkurrens. Detta synsätt är med andra ord att fokusera på det som kunden efterfrågar. Det skulle exempelvis innebära att en analys först försöker förstå en kunds behov – t.ex. transport från punkt A till punkt B – och sedan jämför de alternativa lösningar som kunden har tillgång till – t.ex. att köpa en bil, att åka taxi, att åka kommunalt med tunnelbana och buss, att cykla eller att gå till fots. Vid en sådan analys förändras förutsättningarna för att diskutera konkurrens och strategier drastiskt. Anledningen till att rapporten tar upp denna diskussion är att det finns en tendens inom forskning kring konkurrens, inom insamling av statistik och data samt inom samhället i stort att oftast anamma ett utbudsperspektiv snarare än ett efterfrågeperspektiv. Denna rapport vill göra detta tydligt eftersom att utvecklingen inom betalningsområdet har lett till att det är fruktbart att förstå betalsituationens karaktär och betalarens respektive betalningsmottagarens önskemål om vi ska förstå betalningar (se kapitel 9). Den ofta använda och traditionella utgångspunkten som startar i produkten – t.ex. kontanter, kort eller gireringar – ger inte alltid bäst bild av konkurrenssituationen. Nedanstående text kommer att diskutera dessa två olika synsätt på ett mer ingående sätt.

5.1 Det produktbaserade synsättet

Det traditionella sättet att förstå en bransch är att utgå från den produkt som tillverkas och senare säljs till en eller flera kunder. Produkten och dess tillverkare – som under den industriella erans höjdpunkt under senare delen av 1900-talet oftast manifesterades i en vara som t.ex. en bil, ett par byxor eller en brödrost – kunde sedan analyseras ur olika synvinklar⁴⁶ som t.ex. marknadens effektivitet, strategier för framgångsrik affärsverksamhet, organisering av verksamhet, samt konkurrens. Utgångspunkten är då att produkten är den primära manifestationen av en verksamhet vilket i sin tur bygger på antaganden att kunder (konsumenter) gör sina köpbeslut baserade på att välja mellan alternativa, jämförbara produkter och slutligen köpa den produkt som på bästa sätt möter kundens efterfrågan. Detta är det som Kommissionen diskuterar som utbytbarhet från ett utbudsperspektiv.

⁴⁶ Se t ex Porter, 1980.

Detta produktbaserade synsätt har institutionaliserats och blivit en viktig del av hur forskning och förståelse av vår ekonomi drivs. Den kanske starkaste institutionen för detta synsätt är det system för inhämtning av statistik om företag och produkter som kallas Standard för svensk näringsgrensindelning 2007 (SNI, 2007⁴⁷). Systemet är internationellt delat och svenska SNI kopplar till NACE⁴⁸ som är EU:s näringsgrensstandard. Denna kategorisering ligger till grund för exempelvis Statistiska Centralbyråns datainsamling. I korthet delar den upp företags verksamhet utifrån vilka produkter som skapas. Den omfattar fem olika nivåer där detaljrikedomen kring verksamhetens art ökar i takt med att nivådjupet ökar. I framtagningen av SNI är huvudkriterierna vid utarbetandet av grupper och huvudgrupper kopplat till kännetecknen hos de producerande enheternas aktiviteter: detta kan vara egenskaper hos den producerade varan eller tjänsten, användningsområdet för varan eller tjänsten, samt insatsvarorna, processen och produktionstekniken. Statistiska Centralbyråns definition visar hur den SNI-baserade statistiken präglas av ett utbudsperspektiv:

”En näringsgrensindelning är primärt en aktivitetsindelning, dvs. en indelning för klassificering av produktionsenheter (företag, arbetsställen etc.) efter den aktivitet som bedrivs. Med aktivitet avses här en process i vilken en viss kombination av olika produktionsfaktorer (insatsvaror, realkapital och arbetskraft) ger upphov till ett utflöde av produkter (varor och tjänster). SNI är också, utifrån dess tillämpning i statistiken, en branschindelning eftersom den används för att gruppera produktionsenheter till branscher och för att samla in och redovisa branschindelad statistik. En bransch kan definieras som en grupp av produktionsfaktorer, vilkas aktivitet kan hänföras till en och samma aktivitetsklass i standarden. Aktivitetsstandarderna utgör på så sätt den norm eller referensram som ligger till grund för branschindelningen.” (SNI; 2007: 15)

Enligt SCB skiljer heller inte NACE/SNI i allmänhet på marknadsinriktade eller icke-marknadsinriktade verksamheter. Detta innebär i princip att marknadens och kundens perspektiv inte är beaktat i denna statistik. Samma typ av verksamhet enligt SNIs koder kan då omfatta icke marknadsinriktade tjänster som i NACE tillhandahålls enbart av myndigheter eller icke vinstdrivande hushållsorganisationer, oftast inom områden som utbildning, hälso- och sjukvård, sociala tjänster etc., såväl som privata företag som säljer sina produkter på en konkurrensutsatt marknad (SNI; 2007: 16). I slutändan kan statistiken bearbetas så att även detta perspektiv beaktas men det intressanta är att utgångspunkten är att marknaden och kunden inte är en primär faktor att beakta i framtagandet av statistisk information. Men detta synsätt är i grund och botten ett utbudsbaserat synsätt där produkten står i centrum och där kunden antas välja mellan olika, alternativa produkter.

⁴⁷ Se bilaga 1 för en översikt av SNI-koder.

⁴⁸ Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne (NACE)

Den traditionella ansatsen vid studier av konkurrensintensitet utgår sålunda från ett utbudsperspektiv, dvs. definition av en bransch grundar sig i vad som produceras vilket i sin tur har kategoriserats i SNI-koder. Antagandet som ligger bakom detta synsätt är att en köpare först väljer vad hen ska köpa – t.ex. en bil eller ett par skor – och sedan kan välja mellan de alternativ som olika producenter erbjuder. Generellt sett så är konkurrensen låg när det finns få producenter eftersom köparen inte har så många alternativ men finns det många producenter och alternativ så är konkurrensen hög. Denna situation påverkas givetvis även av förekomsten av inträdeshinder, maktförhållanden mellan leverantörer och producenter respektive mellan producenter och konsumenter samt av hur väl olika produkter och tjänster kan substituera varandra. Fler producenter innebär att köparens förhandlingsstyrka⁴⁹ gentemot säljaren ökar och köparen kan därmed få ett högre värde för varje spenderad krona, och vice versa. När det gäller betalningstjänster kategoriseras olika tjänster med samma logik i form av kontanter, kort, checkar och eventuellt andra tjänster. Detta utgör ett traditionellt förfarande vid analys av konkurrens samt andra analyser av samhällsekonomiska effekter av olika tjänster⁵⁰.

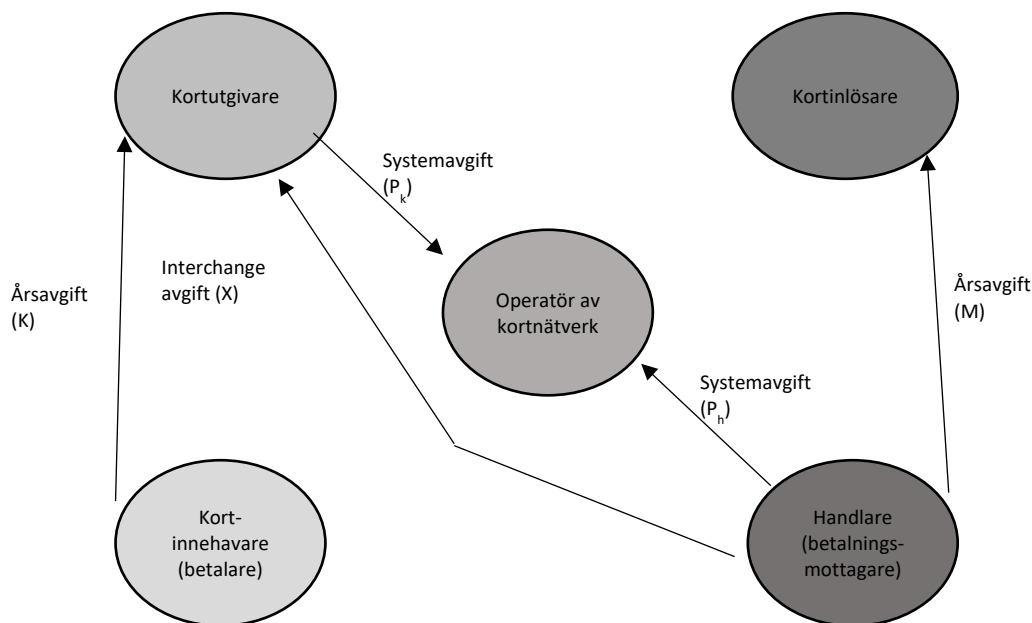
Det finns flera exempel på detta utbudsperspektiv. När Europeiska Centralbank analyserar betalningstjänster utgår de från tjänsterna kontanter, checkar, bankkort, kreditkort, "direct debit" och "credit transfer" (European Central Bank, 2012) vilket även gäller Riksbankens analys av samhällsekonomiska kostnader för olika tjänster. Analysen från European Central Bank (2012) visar att de samhällsekonomiska kostnaderna för betalningstjänster är runt 1 procent av BNP för EU:s 27 medlemsstater varav kontanter står för ca hälften av dessa kostnader. Riksbankens analys med speciellt fokus på Sverige visar att motsvarande kostnad för Sverige är 0,68 procent av BNP och att det minst kostsamma betalsättet är debetkort följt av kontanter medan kreditkort är det dyraste (Segendorf och Jansson, 2012). Förutom diskussionen av dessa samhällsekonomiska kostnader, som pekar på att samhället gagnas om kontanter ersätts av elektroniska betalningar utan krediter, utgör ansatsen exempel på att viktiga aktörer som ECB och Riksbanken samt andra nationella centralbanker utgår från ett utbudsperspektiv när de studerar betalningstjänster. Detta gäller även konkurrensmyndigheter och makroekonomiska studier av konkurrens inom betalningssystemet.

⁴⁹ Se Porter (1980) för en djupare diskussion om förhandlingsstyrka och relationer mellan köpare och säljare med den reservationen att Porter främst analyseras relationer mellan olika företag, dvs. "business-to-business" relationer.

⁵⁰ Fama och Laffer (1972) är ett exempel på hur utgångspunkten för diskussion om konkurrens utgår från efterfrågan på en given vara samt branscher. Sedan förs en diskussion om mängden konkurrerande leverantörer som erbjuder denna vara. Fokus är sålunda på en given vara och mängden företag som erbjuder denna vara. Andra exempel är Suominen (1994), Coccoresse (2004), Bikker & Haaf (2002) samt Kedia (2006).

När EU driver konkurrensmål⁵¹ mot t.ex. VISA och Mastercard kopplar till avgifter för kortbetalningar (MIFs⁵²) utgår även de från ett utbudsperspektiv⁵³. Även Konkurrensverket visar på exempel som utgår från ett perspektiv där konkurrens analyseras med fokus på typer av företag – t.ex. banker – och/eller typer av produkter – t.ex. kortbetalningar. I Konkurrensverkets rapport *Tillträdesvillkor för betalsystem – skillnader för små och stora banker* (Konkurrensverkets rapportserie: 2006:1) diskuteras t.ex. priser på tjänster som tillgång till infrastruktur för konton, tillgång till uttagsautomater samt kortavgifter. Detta synsätt är fruktbart för att förstå konkurrens och marknader men det innebär samtidigt att man utgår från antagandet att kunderna – antingen banker och andra betaltjänstleverantörer eller konsumenter – fattar sina beslut med samma logik, dvs. att de jämför olika tjänster separat från varandra. I denna modell antas kunden inte t.ex. välja mellan kontanter eller kort (eller mobila betalningstjänster) utan mellan kort från olika leverantörer. Detta antagande kommer rapporten diskutera i avsnitten om ur handlare och konsumenter ser på betalningstjänster. Det ska också noteras att diskussionen om konkurrens inom betalsystemet även bygger på vikten av att skapa interoperabilitet, dvs. att det ska finnas incitament att leverera tjänster som både många betalare och betalningsmottagare tycker är attraktiva. Nedanstående figur beskriver hur konkurrens kan analyseras inom systemet för kortbetalningar.

Figur 4 Kostnader och intäkter i kortsystemet



Källa: Bedre-Defolie och Gratz (2015)

⁵¹ http://ec.europa.eu/competition/sectors/financial_services/enforcement_en.html

⁵² Multi-lateral Interchange Fees (MIFs)

⁵³ Se: http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_34579 och http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_39398

Denna analys av konkurrens och vinster för kortbetalningar fokuserar på tre centrala aktörer: kortoperatörer (som i praktiken kan vara t.ex. VISA eller Mastercard), kortutgivare (som i praktiken kan vara t.ex. Swedbank, SEB, Nordea eller Handelsbanken) samt handlare (som i praktiken kan vara t.ex. HM, McDonalds, SF Bio, Ica eller Coop). Dessutom finns även i det traditionella fyrtpartssystemet för kortbetalningar: kortinlösare (som normalt är handlarens bank) samt kortinnehavare (som normalt är konsumenter eller företag). Analysen av vinster och lönsamhet kopplat till behovet att flera aktörer i ett "multi-sided" system grundar sig i första hand på de tre centrala aktörerna, dvs. kortutgivare, operatörer och handlare.

Modellen visar vilka typer av avgifter som finns samt grunden för dessa avgifter, men även vilka kostnader som finns i systemet.

- Operatörens marginalkostnad: C_o
- Operatörens marginalvinst: $(P_k + P_h) - C_o$
- Kortutgivarens intäkt (per år): K
- Kortutgivarens marginalkostnad: C_k
- Kortutgivares vinst: $K_{\text{per transaktion}} - P_i - C_k$ vilket innebär att om operatören ökar P_i till en given gräns kommer kortutgivaren leta andra tjänster att sälja.
- Handlarens intäkt: I_h
- Handlarens marginalkostnad: C_h
- Handlarens vinst: $I_h - P_i - X - C_h$ vilket innebär att om operatören ökar P_h till en given gräns kommer säljaren leta andra betalningstjänster att nyttja.

Givet denna modell kan man dra två slutsatser. Först, när kortutgivaren slutar sälja korttjänster kommer handlarens vinster från kortbaserad försäljning att minska vilket kan leda handlaren börjar leta andra betalningstjänster att nyttja. Samt; om handlaren slutar erbjuda möjligheten att betala med kort i sin verksamhet kommer kortutgivarens intäkter för kortbetalningar att minska och kortutgivaren kommer då erbjuda andra betalningstjänster med större lönsamhet. Sammantaget visar denna bild komplexiteten i ett system för kortbetalningar samt vikten för en aktör att sätta avgifter på en nivå som attraherar både betalare och betalningsmottagare. Detta visar också en problematik kopplat till analys av konkurrens i system präglade av nätverksexternaliteter samt behov av interoperabla tjänster.

5.2 Det efterfrågebaserade synsättet

Det finns dock flera forskare som argumenterat för att ett fokus på produkter och tjänster från ett utbudsperspektiv har sina begränsningar och att det är viktigt att

även göra analysen från ett efterfrågeperspektiv, dvs. vad köparen faktiskt vill köpa och är beredd att betala för. Detta är det som Kommissionen diskuterar som utbytbart från ett efterfrågeperspektiv.

Ett annat sätt att förstå företag och dess verksamhet är sålunda att istället utgå från kundens och marknadens perspektiv, dvs. här är utgångspunkten att köparen fattar sitt köpbeslut utifrån det behov som hon eller han har snarare än utifrån de produkter som erbjuds. Då sätts nyttan eller värdet av det som köps i centrum. Detta innebär att en köpare som behöver transport mellan Stockholm och Göteborg väljer mellan olika alternativ som erbjuds som t.ex. flyg, tåg eller bil. Om köparen bor i Stockholm och egentligen behöver ett möte med en eller flera personer som bor i Göteborg kan eventuellt alternativ som telefon- eller videokonferens även bli möjliga alternativ. Om detta kan antas vara en köpares beslutsalternativ så blir givetvis den kategorisering utifrån SNI-koder som beskrivits ovan inte användbar. I en statistisk kategorisering utifrån detta värdeperspektiv skulle rubrikerna och statistiken se helt annorlunda ut. Därmed inte sagt att SNI-baserad statistik inte skulle fylla ett syfte. Det gör den. Men den är inte till nytta om vi ska försöka förstå situationer, beslut och beteenden liknande den beskrivning av personen som behöver träffa någon i en annan stad. När vi studerar konsumenters val av betalningstjänster tenderar deras beslut till stor del präglas av detta värdeperspektiv (se kapitel 9) och därför kan en allt för stark och okritisk analys utifrån SNI-koder leda till bristfälliga slutsatser.

Detta värde- och kundbaserade synsätt har en lång tradition men har inte slagit igenom och präglat samhället på samma sätt som det utbuds- och produktbaserade synsättet. En viktig och tidig diskussion om ett alternativt synsätt lanserades av Levitt genom sin artikel *Marketing Myopia* 1960. (Levitt, 1960). I denna artikel hävdar författaren att ett okritiskt fokus på produkter leder till en slags närsynthet som gör att den finns en risk att betraktaren inte förstår viktiga skeenden och förändringar i en marknad och bransch. Detta beskrivs genom studier av tågets utveckling i USA, film- och tv-industrin samt andra branscher. Andra som skrivit om detta är Normann och Ramirez (1993) som betonar vikten att förstå värde och värdeskapande system snarare än produkter och dess tillverknings- och försäljningssystem men även vikten av relationer mellan industriella aktörer i affärsnätverk (Håkansson och Johanson, 1992; Håkansson & Snehota, 1989; Håkansson & Snehota, 1995). I slutändan är det centrala med detta synsätt att utgångspunkten för att förstå konkurrens, strategier och verksamheten att marknadens och kundens syn på vad som skapar värde för denne är en primär faktor. Analysen startar då i ett efterfrågeperspektiv utifrån kunden och marknaden samt vad de vill ha för att sedan härleda vilket företag som kan leverera vad samt hur konstellationer av företag kan samverka för att realisera det som kunden vill ha.

Det värdebaserade synsättet leder fram till en något annorlunda syn på konkurrens än det produktbaserade synsättet. Studien av Levitt (1960) pekar på

att det är nyttan av det en konsument köper som står i centrum, dvs. en konsument köper t.ex. transport och kan då välja mellan olika typer av produkter och/eller tjänster för att erhålla denna nytta. Givet detta, går det att argumentera för att det borde vara denna nytta som står i centrum vid en analys av konkurrens. När det gäller betalningstjänster skulle detta kunna leda till att konsumenter väljer betalningstjänst beroende på situation och nytta. Vid en s.k. "proximity payment" och ett behov av realtidsöverföring finns två alternativ: kontanter eller Swish. Vid en proximitybetalning där en realtidsöverföring inte är ett behov finns ett större antal alternativ som t.ex. kontanter, kort, Swish⁵⁴ eller en faktura. Vid remote payments försvinner omedelbart t.ex. kontanter som ett praktiskt användbart alternativ. I dessa situationer finns dock flera alternativ som kort, faktura, PayPal⁵⁵, Wywallet, osv. Detta synsätt leder sålunda till en annan typ av analys än om man ska analysera konkurrens inom en given betalningstjänst.

Anledningen till att denna rapport vill betona skillnaden mellan ett utbudsperspektiv med produktfokus och ett efterfrågeperspektiv med kundfokus är att man vanligtvis – medvetet eller omedvetet – har ett utbudsperspektiv vid analys av branscher och konkurrens både inom forskning och i samhället i stort. Även om Kommissionen betonar att det i första hand är efterfrågeperspektivet som ska prioriteras få finns det en överhängande risk att analysen görs från ett utbudsperspektiv. Detta eftersom konceptuella analysmodeller, datainsamling och vår allmänna syn på företag gör att samhället tenderar att tänka från ett utbudsperspektiv. Detta gäller även för analys av betalningstjänster medan data om kundbeteende visar att kunderna har ett perspektiv som bättre kan beskrivas med hjälp av ett värdeperspektiv. Det är viktigt att se dessa skillnader om vi ska förstå hur marknaderna för betalningstjänster kommer att utvecklas samt hur diskussionen om denna utveckling kommer att föras. En av rapportens slutsatser är att dessa alternativa synsätt, dvs. utbytbarhet på efterfrågesidan eller ett värdebaserat synsätt – bör studeras djupare med fokus på betalningstjänster. Dessutom vill rapporten betona att avvägningar mellan nyttan av samverkan mellan aktörer för att skapa interoperabla tjänster och skadan av konkurrenshämmande handlingar bör analyseras med extra noggrannhet i ett litet land som Sverige.

⁵⁴ www.getswish.se

⁵⁵ www.paypal.com/se

6 Förändring inom betalsystemet i EU och i Sverige

Detta kapitel diskuterar större förändringar inom betalsystemen i Europa och framför allt Sverige. Det bygger på statistik och rapporter från viktiga aktörer och myndigheter.

6.1 Förändringar i betalsystemet i EU

Utvecklingen av användningen av olika former av betaltjänster ser väldigt olika ut i olika länder inom EU. Statistik från Europeiska Centralbanken (ECB) visar att det finns stora skillnader exempelvis i användningen av kontanter. Ett vanligt mått för kontantanvändningen är att relatera värdet av utestående sedlar och mynt (M_0 ⁵⁶ alternativt M_1 ⁵⁷) till bruttonationalprodukten (BNP).

⁵⁶ Definitionen av M_0 var tidigare lika med sedlar och mynt hos svensk allmänhet men denna definition har idag ersatts med M_1 .

http://www.scb.se/Statistik/_Publikationer/FM5001_2016M04_BR_FM5001BR1605.pdf

⁵⁷ Definitionen av M_1 är: M_1 är lika med sedlar och mynt hos svensk allmänhet + avistainlåning i svenska MFI och RGK från svensk allmänhet. Avistainlåning definieras som dagslån och inlåning som direkt eller med kort varsel kan tas ut (avistakonton).

http://www.scb.se/Statistik/_Publikationer/FM5001_2016M04_BR_FM5001BR1605.pdf

Tabell 4 Relativ betydelse (andel av elektroniska betalningar) av olika betaltjänster i EU 2014⁵⁸

	Kontanters andel av BNP ⁵⁹ (%)	Överföring och girering ⁶⁰	Auto-giro ⁶¹	Kortbetalningar ⁶²	Checkar	E-pengar ⁶³	Övriga betaltjänster
Belgien	<i>n.a.</i>	96,8	1,7	1,1	0,4	0,0	0,0
Bulgarien	12,2	87,2	0,1	0,6	0,0	0,0	12,1
Tjeckien	10,1	97,1	1,5	1,0	0,1	0,0	0,3
Danmark	3,0	83,4	9,9	6,4	0,3	<i>n.a.</i>	0,0
Tyskland	<i>n.a.</i>	93,3	5,9	0,5	0,3	0,0	<i>n.a.</i>
Estland	<i>n.a.</i>	91,5	4,1	1,9	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	0,0
Irland	<i>n.a.</i>	73,9	7,4	2,8	15,9	0,0	0,0
Grekland	<i>n.a.</i>	76,2	0,7	0,9	22,1	0,0	0,0
Spanien	<i>n.a.</i>	89,4	4,1	1,0	2,7	0,0	2,9
Frankrike	<i>n.a.</i>	88,3	5,6	1,6	4,5	0,0	0,0
Kroatien	5,6	92,9	0,7	2,5	0,0	0,0	<i>n.a.</i>
Italien	<i>n.a.</i>	81,8	3,6	1,6	6,0	0,2	6,9
Cypern	<i>n.a.</i>	76,2	1,1	0,9	21,8	0,0	0,0
Lettland	<i>n.a.</i>	99,1	0,1	0,9	0,0	0,0	0,0
Litauen	3,7	98,0	0,3	1,6	0,1	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>
Luxemburg	<i>n.a.</i>	94,4	1,1	0,5	0,1	3,9	0,0
Ungern	10,8	68,1	0,1	0,3	0,0	0,0	31,6
Malta	<i>n.a.</i>	87,8	0,1	1,0	11,0	0,0	0,1
Holland	<i>n.a.</i>	98,1	1,2	0,6	0,0	0,0	0,0
Österrike	<i>n.a.</i>	92,9	5,6	1,2	0,3	0,0	0,0
Polen	7,4	99,5	0,1	0,4	0,0	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>
Portugal	<i>n.a.</i>	83,3	2,3	3,8	10,0	0,1	0,5
Rumänien	5,9	98,8	0,1	0,6	0,4	0,0	0,0
Slovenien	<i>n.a.</i>	98,3	0,5	1,1	0,0	0,0	0,0
Slovakien	<i>n.a.</i>	98,2	0,4	1,4	0,00	0,0	0,0
Finland	<i>n.a.</i>	98,0	0,1	1,6	0,2	0,0	0,1
Sverige	2,0	90,5	3,4	6,0	0,0	<i>n.a.</i>	0,0
Storbritannien	3,5	96,7	1,6	0,8	0,9	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>
Euroområdet	9,7	91,8	4,5	1,0	2,0	0,1	0,7
EU	<i>n.a.</i>	93,6	3,2	0,9	1,5	0,0	0,8

⁵⁸ Tabell 9.2 i ECB-statistik samt andra ECB-källor

⁵⁹ Värdet av utestående sedlar och mynt (M₁) dividerat med bruttonationalprodukten (BNP).

⁶⁰ På engelska "credit transfers", dvs. "a payment instrument allowing a payer to instruct the institution with which its account is held to transfer funds to a beneficiary" (ECB Glossary).

⁶¹ På engelska: "A payment instrument for the debiting of a payer's payment account whereby a payment transaction is initiated by the payee on the basis of authorisation given by the payer" (ECB Glossary).

⁶² Kort utfärdade av inhemska PSP (ej kort som endast har e-money funktion)

⁶³ På engelska "A monetary value, represented by a claim on the issuer, which is: 1) stored on an electronic device (e.g. a card or computer); 2) issued upon receipt of funds in an amount not less in value than the monetary value received; and 3) accepted as a means of payment by undertakings other than the issuer" (ECB Glossary).

Tabell 5 Bankomater, POS⁶⁴- och e-money terminaler i Europa (2014; per miljon invånare) ⁶⁵

	Bankomater (ATMs)	POS terminaler	E-money kort –ladda / betala terminaler	E-money kort – betalterminaler
Belgien	898	16 421	1 139	17 009
Bulgarien	776	10 543	44	10 769
Cypern	550	26 861	0	0
Danmark	448	24 675	n.a.	n.a.
Estland	549	21 858	n.a.	n.a.
Finland	405	28 725	n.a.	n.a.
Frankrike	1 736	24 287	321	686
Grekland	635	11 866	0	0
Holland	425	16 755	79	1 053
Italien	817	30 388	752	10 074
Irland	570	8 832	0	0
Kroatien	997	23 510	n.a.	n.a.
Lettland	535	14 272	0	0
Litauen	438	13 372	n.a.	n.a.
Luxemburg	878	228 478	n.a.	n.a.
Malta	484	31 868	0	0
Österrike	1 021	14 292	1 050	1 604
Polen	533	10 347	n.a.	n.a.
Portugal	1 516	25 948	n.a.	25 948
Rumänien	579	6 543	1 263	1 263
Slovenien	821	15 948	0	0
Slovakien	500	8 425	0	8 318
Spanien	1 086	26 345	0	0
Storbritannien	1,074	26 346	n.a.	n.a.
Sverige	333	20 316	n.a.	n.a.
Tjeckien	422	9 605	17	558
Tyskland	1 037	10 699	829	5 096
Ungern	495	10 631	n.a.	n.a.
Eurozonen total	1,074	20 941	470	4 796
EU total	960	19 694	361	381

Källa: European Central Bank (ECB)

Tabell 5 visar att Sverige under 2014 hade lägst tillgänglighet av uttagsautomater i EU - 333 per miljon invånare vilket kan jämföras med EU-genomsnittet på 960 uttagsautomater per miljon invånare. Om vi tittar på tillgång till POS-terminaler för kortbetalningar är bilden annorlunda. Sverige har 20 316 POS-terminaler per miljon invånare vilket kan jämföras med EU-genomsnittet på 19 694 POS-terminaler per miljon invånare. När det gäller POS-terminaler ligger Sverige något över EU-genomsnittet.

Statistik från ECB⁶⁶ visar även att Sverige under 2014 hade fler betaltjänst-leverantörer – när det gäller antalet finansiella institutioner – än EU-genomsnittet

⁶⁴ POS = point of sale. Detta omfattar t ex kortterminaler i butiker och på andra ställen.

⁶⁵ <http://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html>

med 26 per miljon invånare för Sverige och 16 per miljon invånare för EU. Detta placerar landet på plats 10 i EU. Men när det kommer till kontor för dessa institutioner finner vi Sverige i botten av ligan med endast 211 kontor per miljon invånare vilket kan jämföras med 538 kontor per miljon invånare för EU.

Statistiken⁶⁷ visar även att Sverige under 2014 låg på plats tre i EU vad gäller elektroniska transaktioner – betalningar och uttag - med 402 transaktioner per capita och år vilket kan jämföras med EU-genomsnittet på 202 transaktioner per capita och år. Samtidigt växte dessa med över 8 procent per år. Det är tydligt att kortbetalningar ökar i Sverige medan bankomatuttag faktiskt minskar.

6.2 Förändringar i betalsystemet i Sverige

Den långsiktiga utvecklingen av betalmarknaden i Sverige är att kontantanvändningen har minskat stadigt sedan mitten på 1900-talet baserat på kontanter i omlopp satt i relation till BNP men är fortfarande ett betalsätt som används dagligdags, checkar fasades ut under 1990-talet och används i stort sett inte alls, kortbetalningar tog ordentlig fart under 1990-talet och dominerar massbetalningsmarknaden idag, gireringar används i omfattande utsträckning och mobila betalningar har etablerats – framför för person-till-person betalningar - och växer i omfattning. Systemet är samtidigt i en stark förändringsfas där en mängd viktiga faktorer håller på att ändras på ett radikalt sätt. Ny teknik kopplat till smarta telefoner, real-tidsbaserade IT-system, Internetbaserade banktjänster och identifiering förändrar de tekniska förutsättningarna i grunden. Att leverera helt nya former av betalningstjänster möjliggörs. Kontantutbytet i Sverige, andra problem kring kontanthantering samt en växande e-handel har lett till att många handlare i allt högre omfattning väljer bort kontanter. Nya, attraktiva tjänster som är direkta substitut till kontanter har lett många privatpersoner att minska sin kontantanvändning och istället använda dessa elektroniska tjänster. I dagsläget introduceras dessutom nya tjänster av exempelvis kortföretagen som kan spå på denna utveckling ytterligare. Ny lagstiftning från EU som syftar till att sänka kostnaderna för betalningstjänster samt att öka konkurrensen inom denna sektor kommer sannolikt stimulera nya innovativa och attraktiva tjänster och företag i denna bransch. Detta är bara några faktorer som gör att osäkerheten kring hur denna bransch kommer att utvecklas är hög.

Riksbanken presenterade 2013⁶⁸ en studie av hur betalningsmarknaden förändras och inledningsvis går mot en högre grad av fragmentering som senare förväntas

⁶⁶ <http://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html>

⁶⁷ <http://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html>

⁶⁸ Sveriges Riksbank. 2013. Den svenska massbetalningsmarknaden. Riksbanksstudier, juni 2013.

leda till en konsolidering av en i stora stycken förändrad marknad. Riksbanken⁶⁹ konstaterar att nya betaltjänster har introducerats och att utvecklingen främst sker inom kortbetalningar och betalningar via mobiltelefoner samt genom förbättringar i de tekniska system som förmedlar och behandlar betalningarna. Dessa tjänster levereras också av andra företag än banker, exempelvis telekomoperatörer och internettjänstföretag. Rapporten drar slutsatsen de viktigaste faktorerna som möjliggör för nya aktörer att etablera sig är teknologisk utveckling samt konsumenters ändrade beteenden och behov. Det senare ökar också företagets behov av att kunna ta emot betalningar på olika sätt. Men de påpekar samtidigt att det finns faktorer som försvårar för nya betaltjänster och aktörer. Detta omfattar exempelvis att stora och redan etablerade aktörer har fördelar i termer av låga kostnader, ett brett utbud av kringtjänster som kompletterar betaltjänsterna och det faktum att de sitter på flertalet av de konton mellan vilka betalningarna ska göras. Riksbankens bedömning är att den svenska massbetalningsmarknaden kommer att utvecklas i två faser.

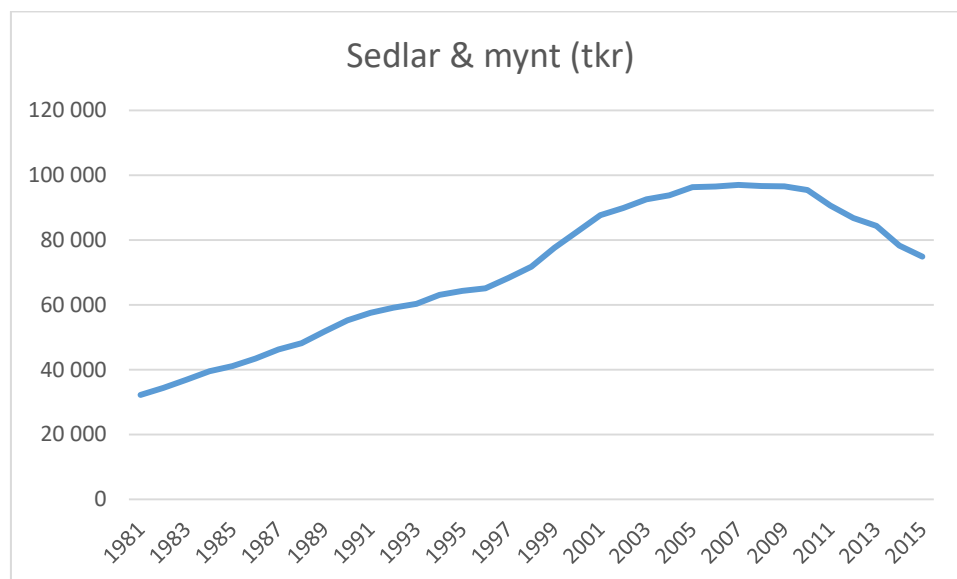
I den första fasen går massbetalningsmarknaden mot en ökad fragmentering med ett stort utbud av olika betaltjänster från många aktörer. Ingen enskild aktör blir då stor nog för att styra utvecklingen. Det mångsidiga utbudet av betaltjänster kan leda till att ingen betaltjänst blir brett accepterad. En fragmentering kan också ske på kundsidan och utifrån olika kundgrupper, exempelvis äldre och yngre konsumenter där gruppernas förmåga att tillgodogöra sig ny teknik leder till olika beteenden. Olika kategorier av företag kan också komma att välja olika lösningar, exempelvis utifrån hur snabbt en betalning måste kunna göras. De som handlar över internet kan tänkas välja andra betallosningar än de som handlar i butik.

I den andra fasen ökar i stället koncentrationen på marknaden. Konkurrensen gynnar aktörer som förmedlar stora mängder betalningar och vilkas betaltjänster har en bred acceptans. Mindre aktörer och mindre konkurrenskraftiga betaltjänster slås därefter ut och marknaden går gradvis mot en allt högre koncentration. Avgörande för marknadsstruktur framöver är således om inflödet av nya innovativa betaltjänster och aktörer är större än utslagningen.

Riksbanken bedömer även att kontanter blir kvar som betalningsmedel under överskådlig framtid även om de kommer att få en allt mindre betydelse. Detta oavsett om den framtida massbetalningsmarknaden blir koncentrerad eller fragmenterad.

⁶⁹ De följande styckena återger Riksbankens sammanfattning av sin egen rapport.

Figur 5 Förändring av kontantanvändningen i Sverige



Källa. Riksbanken

Figur 5 visar hur värdet av kontanter i Sverige sjunkit kontinuerligt sedan slutet på 2000-talet. I slutet av maj 2016 hade värdet på utestående sedlar och mynt i Sverige sjunkit till 65,2 miljarder kronor. Detta är en minskning med över 15 procent jämfört med 2015 då årsgenomsnittet för detta värde var 77 miljarder SEK. Detta visar på en fortsatt hög minskningstakt på värdet av kontanter i Sverige.

Riksbanken pekar också på möjliga risker till följd av denna utveckling. Dessa risker kan uppstå inom tre områden. Det första området är de *tekniska system* där betalningarna förmedlas och behandlas, det andra inom *utbudet och efterfrågan* på betaltjänster och det tredje området är *myndigheternas roller samt lagstiftning*. Inom de tekniska systemen är riskerna bristande förmåga att förmedla betalningar mellan olika aktörers tekniska system, komplicerade och svåröverskådliga kedjor av aktörer och, slutligen, sårbarheter och bristande konkurrens på grund av hög koncentration i delar av kedjan av aktörer. Beträffande utbudet och efterfrågan på betaltjänster anser Riksbanken att dessa riskerar att snedvridas genom betaltjänstleverantörers bristande förmåga att ta ut transaktionsavgifter av konsumenterna samt osäkerhet kring konsumentskydd och personlig integritet. De potentiella problemen hos myndigheter och i lagstiftningen beror till stor del på att myndigheterna och lagstiftaren i stor utsträckning inte har full kännedom om alla skeenden på marknaden och därför oftast tvingas agera i efterhand. Problem kan då uppstå med att lagar och myndigheternas roller släpar efter utvecklingen eller är direkt olämpligt utformade.

Riksbanken tror slutligen att grupper i samhället riskerar att inte ha full tillgång till grundläggande betaltjänster. Därutöver kan på sikt också kontanters roll som allmänt accepterat legalt betalningsmedel komma att ifrågasättas.

Tabell 6 Värden på sedlar och mynt i cirkulation (årsgenomsnitt, exklusive bankers innehav)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 ⁷⁰
Nominellt belopp (miljarder kronor)	96,3	96,5	97,0	96,7	96,6	95,5	90,7	86,8	84,4	78,2	73,5	58,1
Nominellt belopp som andel BNP (procent)	3,3	3,1	2,9	2,9	2,9	2,7	2,5	2,4	2,2	2,0	1,8	na

Källa: Riksbanken och SCB

Tabell 7 Genomsnittligt värde på kortbetalningar i Sverige (kronor)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Genomsnittligt värde på kortbetalningar i Sverige (kronor)	554	505	464	435	420	403	411	388	375	374	322

Källa: Riksbanken och SCB

Tabell 8. andelen elektroniskt initierade gireringar och överföringar (%)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ⁷¹
Andel av transaktionsvärde	94,4	95,4	96,5	97,2	97,6	98,2	98,6	98,8	98,9	99,0	98,3
Andel av transaktionsvolym	83,2	84,2	85,2	86,6	87,9	89,3	91,0	91,9	92,5	92,7	96,6

Källa: Riksbanken och SCB

⁷⁰ 31 augusti 2016

⁷¹ En förklaring till att siffrorna är lägre 2015 är att beräkningsgrunderna ändrats.

I tabellerna ovan ser vi att kontantanvändningen minskar snabbt samt att elektroniska betalningar och framför allt kortanvändningen fortsätter att öka. I de elektroniska betalningarna ingår även mobila betalningstjänster.

6.3 Förändring i lagstiftning och reglering satt i relation till konkurrens

År 2003 skrev Kommissionen⁷² att de beslutat sig kring ett mål att göra EU till en inre marknad för betalningstjänster som ej var kopplade till kontanter. De uttryckte att detta ännu inte skett trots att Euron var en gemensam valuta för flertalet av EU:s medlemsstater och att denna gemensamma valuta torde lett fram till en än mer integrerad marknad för betalningstjänster. De konstaterade att det fanns tekniska och rättsliga hinder för en gemensam marknad och att de ekonomiska vinsterna med en gemensam marknad därför inte realiserades. Kommissionen påpekade dessutom att detta inte bara påverkade utvecklingen på marknaden för betalningstjänster utan att effektiva, säkra och billiga gränsöverskridande betalningar dessutom var kritiska för hela den inre marknadens funktionalitet. Kommissionen konstaterar att de befintliga rättsliga regelverken är allt för nationellt inriktade vilket leder till stora skillnader inom den inre marknaden. Exempelvis var skillnaderna i kortavgifter mellan de mest och minst kostnadseffektiva länder så stora att avgifterna⁷³ kunde vara 10 gånger så höga i de dyraste länderna jämfört med de billigaste.

Kommissionen drar slutsatsen att: *”Om alla tekniska och rättsliga hinder undanröjdes skulle man kunna säkerställa effektiva betalningstjänster, konkurrens till lika villkor, lämpligt skydd av användarna av betalningstjänster, betalningssäkerhet och rättssäkerhet för alla parter som berörs av betalningsförfaranden. Kommissionen avser att samråda med alla berörda parter om de allmänna målen och de principer som skall ligga till grund för moderniseringen och förenklingen av den rättsliga ram som gäller för betalningstjänster i detaljistledet på den inre marknaden. Detta samråd skall leda fram till att kommissionen presenterar lämpliga förslag till en ny rättslig ram för betalningar”*. Detta var grunden för det första betaldirektivet – PSD1 – som togs fram 2010.

Samtidigt ska det poängteras att lagstiftningen främst syftar till att utveckla de marknader i Europa som ligger efter andra marknader och eftersom Sverige ligger långt fram i många avseenden sett i relation till EU:s mål så är det inte klart hur denna reglering kommer att påverka Sverige. Många saker som EU vill åstadkomma är redan genomförda i Sverige.

⁷² Bryssel den 2.12.2003 KOM(2003) 718 slutlig, MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL RÅDET OCH EUROPAPARLAMENTET om en ny rättslig ram för betalningar på den inre marknaden (Samrådsdokument)

⁷³ MIF - multi-lateral interchange fees

6.3.1 Det första betaltjänstdirektivet

Betaltjänstdirektivet (Lag 2010:751 om betaltjänster)⁷⁴ riktar sig mot betaltjänster som tillhandahålls i Sverige och utförs inom det Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (EES) i euro eller i någon annan av EES-ländernas valutor. Det innehåller också bestämmelser om legala organisationsformer som kan leverera dessa tjänster och innehåller delvis nya former av specialiserade, finansiella bolag som betalningsinstitut och registrerade betaltjänstleverantörer.

I lagen definieras betaltjänster som:

1. tjänster som gör det möjligt att sätta in på och ta ut kontanter från ett betalkonto samt de transaktioner som krävs för förvaltning av kontot
2. genomförande av betalningstransaktioner, inklusive överföring av medel som även kan täckas av ett kreditutrymme, genom autogiro, kontokort eller andra betalningsinstrument, eller kontobaserade betalningar
3. utfärdande av betalningsinstrument
4. inlösen av transaktionsbelopp där ett betalningsinstrument har använts
5. penningöverföring eller
6. genomförande av betalningstransaktioner där:
 - a. betalaren godkänner transaktionen med någon form av utrustning för telekommunikation, digital teknik eller informationsteknik, och
 - b. betalningen sker till systemoperatören, som endast fungerar som mellanhand mellan betaltjänstanvändaren och leverantören av varorna eller tjänsterna.

Detta innebär att lagen har en bred tillämpning och omfattar flera olika typer av betalningstjänster. Detta syns också i dess definition av betaltjänstleverantörer som i korthet inbegriper banker och kreditmarknadsföretag⁷⁵; institut för elektroniska pengar och de företag som har undantagits från tillståndsplikt enligt lagen (2011:755) om elektroniska pengar; betalningsinstitut och fysiska eller juridiska personer som har undantagits från tillståndsplikt (enligt 2 kap. 3 §); statliga och kommunala myndigheter (när de inte ägnar sig åt myndighetsutövning); utländska fysiska och juridiska personer samt myndigheter inom

⁷⁴ http://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2010751-om-betaltjanster_sfs-2010-751

⁷⁵ Enligt lagen (2004:297) om bank- och finansieringsrörelse

EES⁷⁶; Europeiska centralbanken och nationella centralbanker i andra EES-länder, när de inte agerar i egenskap av monetär eller offentlig myndighet; postgiroinstitut inom EES som enligt nationell lagstiftning har rätt att tillhandahålla betaltjänster; samt filialer till kreditinstitut från länder utanför EES. *Lag (2011:775)*.

Detta innebär att lagen omfattar en stor mängd företag med olika typer av tillstånd för att bedriva finansiellt inriktad verksamhet. Direktivet hade en tanke att stimulera konkurrens inom denna bransch t.ex. genom att det skulle bli enklare att t.ex. starta igång en verksamhet genom att bli betalningsinstitut istället för att behöva bli en fullskalig bank. Efter det att denna lag infördes har det i Sverige startats en mängd nya betalningsinstitutioner och registrerade betaltjänstleverantörer som – med mer eller mindre framgång – börjat konkurrera med de etablerade aktörerna som framför allt banker.

6.3.2 Det andra betaltjänstdirektivet och anslutande delar

Efter det att Betaltjänstdirektivet infördes har det framkommit önskemål om ytterligare reglering vilket lett fram till Betaltjänstdirektivet 2. Det nya direktivet motiveras av att marknaderna för betalningstjänster har utvecklats snabbt och att PSD1 inte täcker alla frågor som ett direktiv bör täcka. Konsumenters val av betalningstjänster går mot allt fler kortbetalningar av allt fler konsumenter, mer Internethandel och allt fler smartphones. Allt detta – och andra faktorer – har lett till ett behov att modernisera direktivet. Dessutom konstaterar Kommissionen att EU:s inre marknad för betalningstjänster fortfarande är allt för geografiskt splittrad. Nationsgränserna är fortfarande – i EU:s ögon – allt för betydelsefulla. Detta innebär att kostnadsreduceringar, konkurrens och innovation hämmas, vilket i förlängningen drabbar handlare, konsumenter och ekonomin som helhet..

Direktivet bygger på tre olika EU-lagstiftningar som av Kommissionen lanserades som ett sammanhållet paket och alla tre behandlas i Sverige i den s.k. betaltjänstutredningen (SOU 2016:53). De tre delarna är:

1. EU-förordningen om interchange fee regulation, dvs. tak på kortavgifter
2. Betalkontodirektivet om rätten till betalkonto med grundläggande funktioner och
3. PSD2 eller det andra betaltjänstdirektivet.

Det nya förslaget fokuserar på frågor om geografiskt tillämplbart område, nya aktörer som kan etablera sig i branschen, konsumentskydd, undantagsregler

⁷⁶ Med undantag av sådana fysiska eller juridiska personer som har undantagits från tillståndsplikt enligt nationella bestämmelser som genomför Europaparlamentets och rådets direktiv 2007/64/EG om betaltjänster på den inre marknaden och om ändring av direktiven 97/7/EG, 2002/65/EG, 2005/60/EG och 2006/48/EG samt upphävande av direktiv 97/5/EG

tydliggörs, frågan om betalkonton behandlas, tilläggsavgifter (s.k. "surcharging") möjliggörs, roller och ansvar när flera leverantörer ska samverka behandlas, avgiftstak för kortbetalningar införs, samt även frågor om tvister och tekniska standards behandlas (se tabell 9).

Tabell 9 Förslag till nytt betaltjänstdirektiv

Europeiska kommissionen lämnade den 24 juli 2013 förslag till ett reviderat direktiv om betaltjänster på den inre marknaden och om ändring av direktiven 2002/65/EG, 2013/36/EG och 2009/110/EG samt upphävande av direktiv 2007/64/EG, kallat betaltjänstdirektivet. Förslaget till direktiv innebär dels att en stor del av reglerna i 2007 års betaltjänstdirektiv överförs mer eller mindre oförändrade till det nya direktivet, dels att det införs nya regler eller regler som är mer utförliga än motsvarande regler i 2007 års direktiv. Den föreslagna regleringen innehåller bl.a. följande förändringar.

- Tillämpningsområdet utökas i fråga om geografiskt område och valutor.
- Bestämmelser om tredjepartsbetaltjänstleverantörer införs.
- Skyddskraven för betalningsinstitut effektiviseras och harmoniseras ytterligare.
- En webbportal inrättas vid Europeiska bankmyndigheten (EBA⁷⁷).
- Taket för när medlemsstaterna ska kunna medge undantag för små aktörer sänks.
- Bestämmelserna om betalningsinstitutens tillgång till betalkonto och tillträde till betalningssystem justeras för att säkerställa lika behandling av olika kategorier av auktoriserade betaltjänstleverantörer.
- Användningen av tilläggsavgifter harmoniseras ytterligare och anpassas till bl.a. förordningen om förmedlingsavgifter.
- Bestämmelserna om ansvarsfördelningen mellan inblandade leverantörer vid icke auktoriserade betalningstransaktioner anpassas så att även tredjepartsbetaltjänstleverantörer omfattas.
- Tillämpningsområdet för tvistlösning utanför domstol utökas.
- EBA ges uppdraget att på ett antal områden ta fram riktlinjer eller tekniska standarder för tillsyn

Källa: Kommittedirektiv 2015:39⁷⁸

De mest centrala delarna i det nya betaltjänstdirektivet och dess andra delar rör förmedlingsavgifter för korttransaktioner (multilateral interchange fees), nya typer av tjänster samt tillgång till betalkonton. När det gäller avgifter står det i direktivet att EU inför gemensamma regler för förmedlingsavgifter (eller mellanbanksavgifter) för kortbaserade betalningstransaktioner inom EU. Detta innebär främst tak på nivåer för förmedlingsavgifter men även bestämmelser om redovisning samt krav som ställs på kortsystem och betaltjänstleverantörer och omfattar samtliga kortbetalningar som görs inom EU. En viktig punkt i dessa bestämmelser särskiljer dock kortbetalningar baserade på s.k. fyrpartssystem där

⁷⁷ European Banking Authority (<http://www.eba.europa.eu/>)

⁷⁸ <http://www.regeringen.se/contentassets/bf7738f260f248e4b44b4268dd44db45/betaltningsfor-medlingsavgifter-och-grundlaggande-betalkonton-dir.-201539>

kortutgivare och kortinlösare kan vara olika företag från kortbetalningar baserade på s.k. trepartssystem där kortutgivare och kortinlösare är samma företag. I normalfallet är t.ex. VISA och Mastercard baserade på fyrpartssystem medan t.ex. American Express är ett trepartssystem. Företagskort och s.k. trepartssystem undantas från bestämmelserna om taknivåer för förmedlingsavgifter, vilket i praktiken innebär att dessa kortbetalningar kan bli dyrare än s.k. fyrpartsbaserade kortbetalningar. Å andra sidan diskuteras även möjligheten att tillåta för handlare att ta ut extra avgifter till konsumenter som betalar med trepartsbaserade kort (s.k. surcharging). I realiteten kommer de flesta kredit- och debetkort som innehas av konsumenter att omfattas av bestämmelserna om taknivåer. Betaltjänstdirektivet har bestämmelser som avser sanktioner, klagomålshantering och tvistlösning.

I presentationen av regleringspaketet skriver EU att: *”Förordningen om förmedlingsavgifter kommer, tillsammans med det nya betaltjänstdirektivet, att införa maximinivåer för förmedlingsavgifter för transaktioner med konsumenters betal- och kreditkort, och förbjuda tilläggsavgifter för sådana korttyper. Tilläggsavgifter är sådana extraavgifter som vissa handlare lägger på för kortbetalningar, och de förekommer till exempel ofta när man köper flygbiljetter. Om förmedlingsavgifterna begränsas för konsumenternas kort kommer återförsäljarnas transaktionskostnader för kortköp att minska avsevärt, och tilläggsavgifter kommer inte längre att vara motiverade. Under en övergångsperiod på 22 månader ska tak för förmedlingsavgifter för betal- och kreditkort gälla för gränsöverskridande transaktioner, d.v.s. när en konsument använder sitt kort i utlandet eller om en handlare använder en bank i ett annat land. Därefter kommer detta tak även att gälla för inhemska transaktioner. Taket är fastställt till 0,2 % av transaktionsvärdet för betalkort och 0,3 % för kreditkort. Dessa maximandelar har redan accepterats av konkurrensmyndigheterna för ett antal transaktioner med kort märkta MasterCard, Visa och Cartes Bancaires. För kort som inte omfattas av detta tak (främst kommersiella kort utställda till företag och trepartssystem som American Express eller Diners) kommer handlarna att kunna ta ut tilläggsavgifter, eller vägra att acceptera dem. På så sätt kan kostnaderna för dessa dyra kort läggas direkt på dem som drar nytta av dem, i stället för att läggas på alla konsumenter. Förmedlingsavgifter ingår i återförsäljarnas kostnader för att ta emot kortbetalningar, och betalas i slutändan av konsumenterna, i form av högre detaljhandelspriser. Konsumenterna ser dem inte, men de förorsakar totals miljarder euro i förluster för återförsäljare och, i sista ledet, kunderna varje år. Förmedlingsavgifternas storlek varierar kraftigt mellan medlemsländerna, vilket visar att de inte har någon uppenbar motivering, och de skapar betydande hinder mellan ländernas betalmarknader. Om man sätter ett tak för förmedlingsavgifterna minskar handlarnas och konsumenternas kostnader och samtidigt skapas en EU-omfattande marknad för betaltjänster. Det kan också främja innovation och ge dem som tillhandahåller betaltjänster större möjligheter att erbjuda nya tjänster”.*

Direktivet inför nya typer av tjänster som kallas betalningsinitieringstjänster, vilket är tjänster mellan handlaren och köparens bank. Målet är att dessa typer av tjänster ska göra det lättare för en aktör att skapa nya betalningstjänster som kan

konkurrera med kortbetalningar och med bankernas tjänster. Utgångspunkten är att detta möjliggör billiga och effektiva elektroniska betalningar som inte måste vara baserade på debet- eller kreditkort. Denna tjänst skulle kunna komma i form av att en handlare och konsument skapar ett avtal där handlaren kan dra pengar direkt från konsumentens bankkonto baserat på konsumentens inköp samt att banken då måste beakta detta avtal och ge handlaren – under vissa förutsättningar – rätten att dra dessa medel från kontot. Det skulle även kunna vara så att det är en tredjepart som levererar denna tjänst. Ett exempel på ett sådant företag är det svenska företaget Trustly⁷⁹ som levererar tjänster där en konsument kan använda sitt bankkonto för betalningar exempelvis inom e-handel genom att ansluta sig till denna tjänst. Detta gör att banken i princip endast blir en tillhandahållare av bankkontot och att företaget – i detta fall Trustly – drar betalningen direkt från konsumentens bankkonto. En annan ny tjänst kan vara s.k. kontoinformationstjänster som bygger på att en tredje aktör – med konsumentens godkännande kan erhålla information om kontot vilket kan vara intressant vid betalningar, kreditkontroll, m.m. Det andra betaltjänstdirektivet syftar med andra ord bl.a. till att ta bort den fördel som banker har i och med att de tillhandahåller och driver de bankkonton till vilka andra tjänster – kontanter, kortbetalningar, gireringar och mobila betalningar – är kopplade. I den nya situationen ska andra än banker därmed kunna bygga tjänster som har en direkt koppling till ett bankkonto om de har kundens medgivande. Banker ska då inte kunna neka denna tillgång. Andra möjligheter som detta skulle kunna leda till är att aktörer försöker bygga tjänster som liknar t.ex. en kortbetalning utan att använda det system som VISA och Mastercard erbjuder eller att de kan skapa internationella betalningstjänster med realtidsavveckling utan att gå via traditionella system. Sådana lösningar kräver givetvis att aktörerna har de nödvändiga licenserna och tillstånden samt att de har kompetens och system för att kunna sälja och leverera detta. Direktivets syfte är att genom denna åtgärd stimulera ökad konkurrens, lägre avgifter och bättre tjänster för betalare och betalningsmottagare.

Målet med dessa nya typer av tjänster och aktörer är att konkurrensen inom branschen ska hårdna samt leda till bättre och billigare tjänster. En kritisk fråga för dessa typer av tjänster för risk- och ansvarsfördelningen. Dessa lösningar bygger på fler aktörer och därmed en risk att ansvarsfördelningen vid problem kopplat till betalningar blir svårare att fastställa. Betaltjänstdirektivet syftar till att lösa detta potentiella problem och har därför bestämt att denna typ av tjänstleverantörer ska omfattas av samma höga reglerings- och övervakningsstandard som alla andra betalningsinstitut. Dessutom kommer banker och andra leverantörer av betaltjänster vara tvungna att öka säkerheten vid online-transaktioner genom att införa en mer sträng kundautentisering för betalningar.

⁷⁹ www.trustly.com

6.3.3 Betalkonton

En annan del av förändringar i reglering rör betalkonton genom det s.k. betalkontodirektivet⁸⁰, genom vilket det införs ett starkare skydd av konsumenters rättigheter i samband med tillgång till och användning av betalkonton. Direktivets behandling av betalkonton grundar sig i tidigare reglering av denna fråga. I juli 2014 antog Europaparlamentet och Europeiska unionens råd ett direktiv⁸¹ om jämförbarhet för avgifter som avser betalkonto, byte av betalkonto och tillgång till betalkonto med grundläggande funktioner. Detta direktiv syftar till att ge bättre insyn i och jämförbarhet för de avgifter som tas ut för konsumenters betalkonton och de betaltjänster som är kopplade till sådana konton. Men det innehåller också regler som ska underlätta byte mellan betalkonton hos olika kreditinstitut, vilket kan jämföras med reglering av nummerportabilitet som skett inom telekomsektorn. Där var logiken att personer som vill byta operatör men behålla sitt mobilnummer inte ska tveka att byta operatör om de inte kan behålla sitt mobilnummer. På samma sätt har diskussionen om betalkonton förts. Om en privatperson har fördelar av att behålla sitt bankkontonummer – som t.ex. autogirobetalningar eller andra stående betalningar kopplat till kontonumret – ska hen inte tvingas stanna kvar hos sin nuvarande bank p.g.a. detta. Om konsumenten vill byta bank ska hen ha lätt att genomföra ett sådant byte.

Enligt direktivet ska dessutom alla konsumenter som är lagligen bosatta inom Europeiska unionen ges tillgång till betalkonto med grundläggande funktioner. Förutom tjänster som krävs för att öppna, inneha och avsluta kontot ska de grundläggande funktionerna omfatta insättning av medel, uttag av kontanter över disk eller i uttagsautomater samt utförande av betalningstransaktioner i form av autogireringar, betalningar med debetkort och betalningar, inbegripet stående överföringar, via terminaler, över disk och via internetbank. Dessa konton och tjänster ska erbjudas kostnadsfritt eller till en rimlig avgift. Därutöver innehåller direktivet bl.a. bestämmelser om rätt till alternativ tvistlösning samt om sanktioner och tillsyn. Ett ytterligare syfte med direktivet är sålunda att konsumenter inte bara ska se möjligheten att flytta från en inhemsk bank till en annan utan dessutom – på ett enkelt sätt – kunna flytta till en utländsk bank. Detta är ju också centralt för det ökande antal européer som flyttar inom EU och börjar arbeta i ett annat EU-land.

I underlaget till en utveckling av betalkontohanteringen föreslås: *”att rätten till betalkonto till vilka grundläggande funktioner kan knytas ska gälla för konsumenter som är lagligen bosatta inom EES-området. Denna rätt ska i enlighet med betalkontodirektivet*

⁸⁰ Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/92/EU av den 23 juli 2014 om jämförbarhet för avgifter som avser betalkonto, byte av betalkonto och tillgång till betalkonto med grundläggande funktioner.

⁸¹ 2014/92/EU Betalkontodirektivet

omfatta konsumenter som saknar fast adress, asylsökande samt konsumenter som inte har beviljats uppehållstillstånd men som av rättsliga eller faktiska skäl inte kan utvisas. En ansökan om betalkonto ska avslås om det finns hinder enligt penningtvättsreglerna, exempelvis om kreditinstitutet inte kunnat identifiera kunden på ett tillförlitligt sätt. Ett litet utrymme ska också finnas för avslag på grund av särskilda skäl, vilket tar sikte på risken för missbruk av betalkontot. Däremot ska konsumentens ekonomiska omständigheter eller kredithistoria aldrig utgöra skäl för avslag”⁸². Frågan om även företag skulle kunna omfattas av dessa bestämmelser diskuteras med utredning anser att detta även medför nackdelar – som t.ex. försvårande av att hantera regler kring penningtvätt och finansiering av terrorism – så att fördelarna av att lättare kunna byta bank inte nödvändigtvis överväger dessa nackdelar. De fastslår att reglerna kring betalkonton endast bör omfatta konsumenter.

Utredningen påpekar samtidigt att det i Sverige redan finns en väl fungerande rutin för bankbyte. Den omfattar i första hand medlemmarna i Svenska bankföreningen, men även en del banker som står utanför föreningen använder sig av samma rutin. Den befintliga bankbytesrutinen anses fylla den funktion som betalkontodirektiv avser att säkerställa. Svenska banker bör därför fortsätta använda befintliga bankbytesrutiner men utredningen föreslår dessutom att alla banker ska vara skyldiga att ha en rutin för bankbyte.

Betalkontodirektivet innehåller även bestämmelser som syftar till att underlätta för konsumenterna att jämföra avgifter för betalkonton och tjänster som kan knytas till sådana konton. Dessa regler ska enligt direktivet införas i nationell rätt om kreditinstitutens skyldighet att lämna standardiserad information till konsumenter. Finansinspektionen ska driva den webbplats med jämförelse av avgifter som konsumenterna enligt betalkontodirektivet ska ha tillgång till. Syftet är givetvis att underlätta för konsumenter att vara krävande kunder och även kunna byta bank i de fall bankerna är för dyra och/eller inte levererar tillräckligt bra service.

Betalkontodirektivet ska vara genomfört i nationell rätt senast den 18 september 2016. De föreslagna författningsändringarna, som huvudsakligen består i att ett nytt kapitel förs in lagen (2010:751) om betaltjänster, ska träda i kraft när direktivet är genomfört i nationell rätt.

6.3.4 Konsumentskydd

För att säkerställa att de nya reglerna och möjligheterna inte leder till en försämrad situation för konsumenter har de nya direktiven också haft fokus på konsumentskydd. Konsumentskyddet stärks med målet att bättre skydda dessa mot bedrägerier, potentiellt missbruk och betalincidenter, vilket kan vara

⁸² Delrapport 2 från 2015 års betaltjänstutredning (Fi 2015:02) Stockholm 2016

omtvistade eller felaktigt utförda betalningar. Dessa risker förväntas öka då det framöver kan vara fler aktörer - banker, betaltjänstleverantörer, leverantörer av betaltjänst initiering och/eller kontoinformationstjänster, telekomoperatörer och kanske handlare – direkt kopplade den enskilda betaltjänsten, vilket i sin tur kan skapa svårigheter att säkerställa risker och ansvar vid en betalning som på något sätt blir felaktig. Det kan rimligtvis svårt att bedöma vilket ansvar respektive leverantör ska ta under olika händelseförlopp? Nya aktörer och konkurrens är bra för marknaden men kan samtidigt skapa dessa potentiella problem. Detta har föranlett målet att stärka konsumentskyddet. Konsumenterna ska enligt direktivet slippa stå för mer än mycket begränsade förluster, vilket vid t.ex. obehöriga kortbetalningar förslagsvis ska handla om maximalt 50 Euro vilket är en sänkning från dagens 150 Euro. Genom detta förslag är målet att konsumenternas rättigheter ska utvidgas när de gör betalningar och penningöverföringar till länder utanför Europa eller betalar i en valuta som inte ingår i EU.

6.3.5 Kontanthering

I utredningen⁸³ om rätten till betalkonton pekas också ut att tillgången till kontantheringstjänster är ett växande problem. Både användningen av kontanter och bankernas hantering av kontanter minskar i snabb takt. Avvecklingen av kontantheringen medför samtidigt problem för vissa grupper och i vissa begränsade geografiska områden. Till följd av bl.a. teknisk utveckling och utbyggd IT-infrastruktur bedöms dock behovet av kontanter minska på sikt även för dessa grupper och i dessa områden. Utredningen lyfter frågan om hur detta kan hanteras och framför allt om det behövs lagstiftningsåtgärder för att möjliggöra insättning och uttag av kontanter på betalkonto. Men den sammanlagda bedömningen är dock att de lagstiftningsåtgärder som skulle kunna komma i fråga för att tillgodose det kvarvarande behovet av kontanter inte står i proportion till problemens omfattning. Kontantheringsproblemen kan uppenbarligen inte lösas genom lagstiftning.

Slutsatserna kring en minskad kontanthering stöds också av de rapporter kring tillgång till grundläggande betaltjänster som Länsstyrelserna årligen genomför. Deras senaste rapport⁸⁴ påpekar att trots att Riksdagen fastställt att alla i samhället ska ha tillgång till grundläggande betaltjänster till rimliga priser så är detta de facto inte uppfyllt. Länsstyrelserna pekar på att det finns många i samhället som har ett upplevt problem med att sköta sina betaltjänster på ett säkert sätt och till rimliga kostnader. Rapporten hävdar att dessa problem påverkar utvecklingen av föreningsliv, tillväxten för företagare på landsbygden och i skärgårdar samt den enskilde individens vardag.

⁸³ Delrapport 2 från 2015 års betaltjänstutredning (Fi 2015:02) Stockholm 2016

⁸⁴ Länsstyrelsens rapporter – Bevakning av grundläggande betalningstjänster 2015

Länsstyrelserna sammanfattar själva sin rapport med att peka på flera kritiska faktorer. Först, den digitala utvecklingen går oerhört fort vilket både skapar möjligheter och utmaningar. Detta tenderar att skapa eller t.o.m. öka gapet mellan de som kan hantera tekniken och de som av olika anledningar inte kan det. Vissa grupper i samhället gynnas - de som redan är ekonomiskt starka, har relevant kunskap, samt en stabil bredbandsuppkoppling och mobilnätstäckning – medan andra grupper hämmas. Deras rapport pekar på att grupper ställs utanför den digitala utvecklingen bl.a. pga. kapacitetsbrist i telekomnäten vilket skapar betaltjänstproblem i glest befolkade områden och skärgårdar. Detta – i sin tur - drabbar företag och föreningar ekonomiskt och påverkar tillväxten negativt. Den andra faktorn är att den bank som tidigare varit mest hängiven till att behålla kontanthanteringstjänster – Handelsbanken – under hösten 2015 meddelade att de slutar med kontantrelaterade tjänster på 95 kontor i Sverige. Detta innebar att mängden kontantlösa bankkontor ökar kraftigt och att majoriteten av svenska bankkontor inte erbjuder kontanthanteringstjänster. Statistik från Svenska Bankföreningen visar att det under 2014 fanns totalt sett 1774 bankkontor i Sverige varav 896 stycken, dvs. 50,5 procent av dessa, var kontantlösa⁸⁵. Under 2013 var 48,5 procent av bankkontoren kontantlösa. Den tredje faktorn rör kommunernas ansvar för individer. I slutändan är det kommunerna som har ansvaret för att enskilda individer får sina behov av service och omsorg tillgodosedda, vilket även omfattar betaltjänster. Enligt Länsstyrelserna bör detta arbete förbättras och utvecklas. En fjärde faktor rör de som inte är integrerade i samhället eller t.o.m. är i Sverige under korta perioder, nämligen hanteringen av betaltjänster för flyktingar. Exempelvis är tillgängligheten till service såsom betaltjänster bristfällig på många av de orter som flyktingar anländer till. Dessutom kan det finnas starka traditioner att använda kontanter inom dessa grupper vilket förstärker problematiken. Rapporten pekar på vikten av både uttagsmöjligheter (av kontanter) på rimliga avstånd samt att behovet av gode män för flyktingar tillgodoses på ett bättre sätt. Ytterligare en faktor rör utbytet av sedlar och mynt i Sverige. Många konsumenter och företagare saknar kunskap om när gamla sedlar slutar fungera och när nya lanseras vilket skapar ytterligare problem kring kontanthanteringen. Samtidigt slutar banker att erbjuda tjänster för detta vilket förstärker problematiken.

Länsstyrelserna avslutar sin rapport med att påpeka att det finns ett ökat intresse för betaltjänstfrågor i samhället och bland politiker vilket de ser som en positiv utveckling eftersom det kommer finnas ett behov av stöd från staten för dessa frågor även framöver. Detta kan röra både särskilda lösningar för vissa grupper och områden och mer innovativ utveckling av nya tjänster som ersätter kontanter.

Riksbanken uppmärksammar också problemen som uppstår vid en vikande tillgång till kontanthanteringstjänster efterfrågar fördjupade utredningar om ett

⁸⁵ Se: <http://www.swedishbankers.se/Documents/Bank-och-finansstatistik/>. Bankföreningen rapporterar inte denna siffra för 2016.

eventuellt avskaffande av kontanters status som lagligt betalningsmedel (Segendorf & Wilbe, 2014). I praktiken betyder denna status att den som betalar har rätt att betala med kontanter om inget annat har avtalats. Men det blir allt oftare så att näringsidkare inte längre vill acceptera kontanter som betalning. I Riksbankslagen⁸⁶ anges att kontanter har rättslig status som lagligt betalningsmedel men Riksbankens kommentar visar att det är möjligt att diskutera denna lagstiftning. Samtidigt anser allmänheten att det är en slags "mänsklig rättighet" att använda kontanter⁸⁷ trots att de inte använder kontanter. Riksbankens kommentar diskuterar denna diskrepans i synen på kontanter i relation till att handlare i allt lägre utsträckning accepterar kontanter, och föreslår en fördjupad utredning om kontanters ställning som lagligt betalningsmedel.

Under senare år har det i Sverige växt fram grupper som aktivt tar ställning för att Sverige ska behålla kontanterna i samhället. En av dessa grupper är det s.k. Kontantupproret⁸⁸ som leds av Björn Eriksson med koppling till bevaknings- och värdetransportbranschen. Kontantupproret har i en skrivelse till Riksbanken påpekat vikten av kontanter i svenska samhället: *"Vår uppfattning är att Riksbanken och Kontantupproret tycks ha en samsyn i många frågor. Vi tycks dela verklighetsbeskrivningen om hur människor blir lidande av bankernas forcerade nedmontering av kontantsystemet. Vi uppfattar det också som att Riksbanken delar vår syn att det är problematiskt att bankväsendet har fått obegränsat inflytande över kontanthantering och att de berörda bankerna kan fortsätta att pressa fram sina positioner utan motstånd⁸⁹".* Även Pensionärernas Riksorganisation (PRO) har tagit aktiv ställning i frågan om kontanter och lanserat en namninsamling för de som vill behålla kontanterna⁹⁰.

6.3.6 Single Euro Payments Area (SEPA)

Utvecklingen av marknaderna för betalningstjänster inom EU har påverkats kraftigt av SEPA – Single Euro Payments Area – som är ett verktyg för att skapa en integrerad EU-marknad inom detta område⁹¹. SEPA är ett initiativ av EU:s regeringar, Kommissionen, Europaparlamentet och Europas Central Bank (ECB) med syfte att integrera de tidigare nationella marknaderna för betalningstjänster inom EU. I februari 2012 antogs regleringen⁹² som ska verka för att SEPA realiserar (Regulation (EU) No 260/2012) som fastställer teknologiska och

⁸⁶ Riksbankslagen - Lagen (1988:1385) om Sveriges riksbank i dess lydelse den 1 juli 2012

⁸⁷ Se diskussionen i kapitel 9.

⁸⁸ <http://www.kontantupproret.se/>

⁸⁹ <http://www.kontantupproret.se/wp-content/uploads/2014/11/Skrivelse-till-Riksbanksfullma%CC%88ktige-fra%CC%8An-Kontantupproret-dec-2015.pdf>

⁹⁰ <http://www.pro.se/pension/Nyhetsarkiv/Kontanter-behovs/>

⁹¹ <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/about-sepa/sepa-vision-and-goals/>

⁹² Se <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/about-sepa/sepa-legal-and-regulatory-framework/>

affärsmässiga krav för betalningar – gireringar och autogiro - i Euro. Detta kompletterar den tidigare regleringen (Regulation (EC) No 924/2009, the SEPA Regulation).

Startpunkten för SEPA skedde enligt Bankföreningen redan 1990 då EU-kommissionen lanserade en rapport kallad "Making Payments in the Internal Market" som beskrev visionen om en enhetlig betalningsmarknad. Tanken är att alla Euro-betalningar för länder inom eurozonen ska vara anpassade till SEPA senast 1 augusti 2014. För länder utanför eurozonen är slutdatum satt till oktober 2016. Detta datum innebär att bankerna efter dessa datum är förhindrade att ta emot och processa en betalning som inte uppfyller formatkraven. SEPA omfattar alla 28 EU-medlemsländerna samt Island, Norge, Liechtenstein, Monaco och Schweiz men endast betalningar som görs i Euro. Målet är att gemensamma rutiner och standarder för bankerna främjar utvecklingen av en inre marknad för betaltjänster.

Initiativet omfattar Euro-baserade betalningar och gäller sålunda inte betalningar i svenska kronor men svenska banker har trots anammat ambitionerna för SEPA och ställt sig bakom detta initiativ. I Sverige har Bankföreningen tagit på sig rollen att samordna arbetet med att integrera SEPA på den svenska marknaden⁹³. Detta sker genom att Bankföreningen representerar svenska intressen genom sitt medlemskap i European Payments Council (EPC)⁹⁴ och även genom kontakter med svenska myndigheter och politiska organ som exempelvis Finansdepartementet. Bankföreningens mål är att SEPA-arbetet inte ska leda till en försämring för svenska kunder jämfört med tidigare villkor och förutsättningar. I praktiken sker detta genom att Bankföreningen leder en svensk styrgrupp bestående av representanter för svenska banker. Dessutom deltar PNCA (Pan-Nordic Card Association⁹⁵) som observatörer.

⁹³

http://www.swedishbankers.se/Sidor/1_Viktiga%20fr%C3%A5gor/7_SEPA%20och%20PSD/Bankf%C3%B6reningens-roll.aspx

⁹⁴ <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/>

⁹⁵ PAN-Nordic Card Association är en organisation som arbetar med frågor kopplade till kortbetalningar i Norden. Organisationen har sex banker (Nordea Bank, Swedbank, Danske Bank, Svenska Handelsbanken, SEB och Santander Consumer Bank) och bankföreningar (Visa Sweden, Europay Sweden, Foreningen Visa Danmark, Bankenes Standardiseringskontor (Norge) och Federation of Finnish Financial Services) som medlemmar <http://www.pan-nordic.org/PanNordicCard/Home.aspx>

Tabell 10 SEPA:s tre viktigaste områden enligt Bankföreningen**SEPA's tre viktiga områden**

Arbetet med att skapa ett gemensamt betalningsområde har främst fokuserat på att utveckla SEPA's betaltjänster. Det innebär att bankerna har anpassat sina konto-, betal- och korttjänster. På sikt kan man som kund ha ett konto i euro för alla sina euro-betalningar – oavsett var man bor eller arbetar. Arbetet består av i huvudsak två delar: SEPA girering och SEPA autogiro.

De nya betaltjänsterna som bankerna erbjuder sina kunder baseras på nya regler, praxis och standarder för eurobetalningar. European Payments Council (EPC) utformar regelböcker, ramverk och standarder för betalningar i euro, inom vilka bankerna kan utveckla betaltjänster.

SEPA girering

Med de nya tjänsterna för girering är det lika enkelt att betala fakturor i euro till ett annat land inom Europa som i det egna landet. (SEPA Credit Transfers). Idag är banker i 33 länder anslutna till SEPA Credit Transfers för betalningar i euro.

SEPA autogiro

Tjänsten innebär att man kan ge företag i andra länder inom Europa behörighet att debitera sitt konto i hemlandet (SEPA Direct Debit). Betalning genom SEPA's autogirotjänst görs då i euro. Samtliga autogirotjänster som erbjuds i euro ska följa regelboken för SEPA Direct Debit. Autogirotjänster i andra valutor berörs ej.

Kortbetalning

När det gäller kortbetalningar innebär SEPA ökad säkerhet. Kort som ges ut inom SEPA-området ska ha ett särskilt chip, så kallade EMV-chip, samt en tillhörande PIN-kod för säker identifiering. Butiksterminaler och uttagsautomater har också anpassats för att kunna läsa (hantera) chiptekniken. I Sverige har gamla nationella uttagskort ersatts med de idag vanligaste betalkorten - Visa och Mastercard. De är försedda med chip och PIN och de kan - sedan tidigare - användas över hela världen.

Källa: Bankföreningen⁹⁶

SEPA utvecklas ständigt genom att öka sitt omfattningsområde och inbegriper diskussioner om kortbetalningar (se ovan), realtidsbetalningar, mobila betalningar samt kontanter. Arbetet med SEPA för kontanter (SEPA for Cash) har pågått länge och har bl.a. varit grunden för ECBs studier om samhällsekonomiska kostnader för betalningar (European Central Bank, 2012) samt ett arbete att förbättra effektiviteten för kontanthantering i samhället⁹⁷.

Under 2016 ordnas seminarier kring realtidsbetalningar inom SEPA Instant Payments⁹⁸. När det gäller mobila betalningar⁹⁹ finns ett pågående arbete om hur eko-systemet för dessa typer av tjänster kan och bör utvecklas. Ett hinder för utvecklingen av mobila betaltjänster inom EU har ansetts vara att det inte finns ett

⁹⁶

http://www.swedishbankers.se/Sidor/1_Viktiga%20fr%C3%A5gor/7_SEPA%20och%20PSD/SEPA-s-tre-viktiga-omr%C3%A5den.aspx

⁹⁷ <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/sepa-for-cash/>

⁹⁸ <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/sepa-instant-payments/sct-inst-consultation/>

⁹⁹ <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/sepa-for-mobile/sepa-for-mobile/>

grundläggande affärssystem som möjliggör intressanta affärsmöjligheter för både etablerade och nya leverantörer samtidigt som dessa tjänster är attraktiva för både handlare och konsumenter. EPC har studerat olika initiativ till att skapa mobila betalningstjänster och finner att det finns ett antal utmaningar men att dessa samtidigt ser annorlunda ut vid betalningar i butik (proximity payments) respektive distansbetalningar (remote payments). Rapporten påpekar att arbetet med att skapa en infrastruktur och affärssystem för inter-operabla lösningar för mobila betalningstjänster måste fortsätta.

6.3.7 Euro Retail Payments Board (ERPB)

En organisation som arbetar för utvecklingen av mobila betaltjänster inom EU - Euro Retail Payments Board (ERPB)¹⁰⁰ – har i en rapport¹⁰¹ slagit fast att det finns fyra grundläggande förklaringar till den relativt långsamma framväxten av pan-europeiska mobila betaltjänster för person-till-person betalningar. Dessa fyra är:

1. Det finns inget starkt "business case" då efterfrågan av P2P betalningar över landsgränser är begränsad men att detta kan ändras om det växer fram mobila tjänster för P2B betalningar över landsgränserna
2. Allt för fragmenterade marknader och tjänster
3. Utmaningar kopplat till dataskydd och säkerhet är stora
4. Olikheter i de krav som reglering ställer på olika typer av aktörer

För att hantera dessa utmaningar har gruppen bakom rapporten formulerat förslag till principer som bör ställas på nya mobila betaltjänster. Först, nya tjänster bör i första hand bygga vidare på befintlig infrastruktur, som t.ex. SEPA och IBAN. Sedan bör det även utvecklas harmoniserade krav på format för information och data både för lokala såväl som internationella betalningar kopplat till dessa tjänster. De redovisar även exempel på hur detta skulle kunna se ut. Deras diskussioner och förslag sammanfattas i tabell 11 nedan.

¹⁰⁰ <https://www.ecb.europa.eu/paym/retpaym/euro/html/index.en.html>

¹⁰¹ 3rd_erp_b_meeting_item5_report_recommendations_P2P_mobile_payments

Tabell 11 Analys och förslag från Euro Retail Payments Board¹⁰²

	Fråga / utmaning	Rekommendation	Ansvar
1	Det finns en fragmentering av befintliga betaltjänstleverantörer för mobila betalningstjänster nationellt, lokalt eller mellan banker. Förekomsten av 50 lokala lösningar utgör ett fundament att bygga vidare på snarare än att konkurrera med. Nya lösningar bör sträva att samarbeta med dessa lösningar snarare än att skapa konkurrerande alternativ.	Konsensus och samarbete mellan existerande lokala lösningar bör utvecklas genom att organisera ett forum med existerande EU-baserade mobila betaltjänstlösningar med syfte att arbeta för pan-Europeisk interoperabilitet. Detta forum bör speciellt samarbeta för att utveckla regelverk och standards (ramverk) för att anslutning och användning av pan-Europeiska mobila betaltjänstlösningar. Dessutom bör det skapas en styrning (governance structure) med ansvar för bl.a. definitioner, publiceringar och upprätthållande av detta ramverk).	Forum för existerande P2P tjänstleverantörer – "Forum"
2	För interoperabilitet är det nödvändigt att säkerställa ett harmoniskt sätt att tillåta utväxling av P2P103 data om mobila betalningar (t.ex. proxy + IBAN) mellan tjänster för att möjliggöra för användare att	Att utveckla en SPL104 tjänst som tillåter data om mobila betalningar (P2P; t.ex. proxy + IBAN) att utväxlas mellan leverantörer av mobila betaltjänster på en pan-Europeisk nivå. Denna SPL tjänst beskrivs i WGs ¹⁰⁵ rapport.	"Forum"
3	Olika tekniska möjligheter för en SPL tjänst kan möjliggöra olika affärsmodeller. Ett beslut om den önskade tekniska lösningen behöver göras av branschexperter eftersom detta kommer få stort inflytande på hur tjänsten kan finansieras och prissättas. Osäkerhet kan bli ett	En total kommersiell översikt av de alternative metoderna för att utse en eller flera leverantörer av SPL-tjänsten behöver göras.	"Forum"
4	Effekten av nuvarande och framtida datasäkerhetsregler kommer ha en stor inverkan på hur den föreslagna SPL-	En komplett översikt av lagar och regler borde utföras.	"Forum"

Källa: Euro Retail Payments Board (ERPB). Report and Recommendations from the ERPB Working Group on Person-to-Person Mobile Payments. ERPB Meeting 29 June 2015 (3rd_erp_b_meeting_item5_report_recommendations_P2P_mobile_payment; sidor 3-5).

Euro Retail Payments Board – som är överordnat ett annat organ kallat European Payment Council (EPC; se nedan) - verkar för att underlätta processen att realisera elektroniska och mobila betalningstjänster genom att skapa standards samt påverka viktiga aktörer i denna utveckling.

¹⁰² Översatt från original på engelska

¹⁰³ P2P är person-to-person

¹⁰⁴ Standardized Proxy Lookup (SPL) kan t.ex. vara standards för hur ett telefonnummer och mobilabonnemang kopplas till ett bankkonto eller ett kort. Det beskrivs mer utförligt i kapitel 6 i rapporten från ERPB.

¹⁰⁵ Working Group

6.3.8 European Payments Council (EPC)

EPC¹⁰⁶ representerar betaltjänstleverantörer (PSPs) och har som mål att stöda och stärka integrering av de europeiska marknaderna för betalningar och utvecklingen av SEPA. EPC strävar efter att bidra till att skapa säkra, pålitliga, effektiva, enkla och affärsmässigt hållbara betaltjänster som möter marknadens behov och att stimulera innovation och konkurrens inom EU. De vill realisera pan-europeiska system för betaltjänster kopplat bl.a. till kontanter, kort och mobila betalningar. EPC är en icke-vinstdrivande organisation. De verkar för att underlätta processen att realisera elektroniska och mobila betalningstjänster genom att standards samt påverka viktiga aktörer i denna utveckling.

¹⁰⁶ <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/about-epc/the-european-payments-council/>

Tabell 12 Slutsatser från EPCs white paper om mobila betalningstjänster¹⁰⁷

Syfte med EPC

Syftet med EPC är att stöda och stimulera integrerade europeiska marknader för betalningar och stärka denna utveckling – framför allt genom SEPA. Mobiltelefoner har nått full marknadstäckning med kraftfulla tjänstenivåer som gör dessa till en idealisk kanal för att stimulera användning av betaltjänster kopplade till SEPA. Denna nya upplaga av "the white paper" ger en översikt av mobila betalningar kopplade till:

- Mobile proximity payments
- Mobile remote payments.

Mobiltelefoner används främst för initiering av betalningar medan EPC främjar användning av SEPA instrument för de underliggande betalningarna per se.

Analys och fokus

Efter att ha analyserat flertalet betaltypen för både "proximity" och "remote" mobila betalningar har de följande bedömts som vara en del av EPCs fokusområden för mobila betalningar:

- Mobile Contactless SEPA Card Payments;
- Mobile Proximity SEPA Credit Transfers
- Mobile Remote SEPA Card Payments;
- Mobile Remote SEPA Credit Transfers.

Mobile Proximity Payments

For mobile contactless SEPA card payments, the choice between an SE or an HCE approach has a major impact on the service model and the roles of the different stakeholders. For other mobile proximity payments, the lack of standardisation in the usage of the various proximity technologies is resulting in a very fragmented approach throughout Europe. A comprehensive and more detailed analysis of the challenges for mobile proximity payments may be found in the ERPB report. The EPC has been significantly involved in this ERPB work.

Mobile Remote Payments

Tre primära utmaningar har identifierats:

- Enkelhet för initiering av transaktioner och identifiering av mottagare vid betalning startad av betalaren;
- Pålitlighet kring faktisk överföring av medel för mottagaren eller handlaren;
- Omedelbara (eller mycket snabba) betalningar.

Medan dessa utmaningar inte är unika för mobile kanaler så är ändå detta en nyckelfaktor för att om "remote" SEPA betalinstrument ska bli framgångsrika. Med en specifikation av SEPA Instant Credit Transfer Scheme kommer EPC leverera ett viktigt bidrag för att kunna hantera dessa utmaningar.

Nästa Steg

Förutom att arbeta med relevanta intressenter i ekosystemet för mobila tjänster kommer EPC även arbeta med relevanta branschorganisationer för att bidra till utvecklingen av *EPC492-09 v4 7 5 White Paper Mobile Payments - edition 2016_final* för öppna specifikationer för interoperabilitet inom mobila betalningar som ska kunna användas inom betaltjänstsektorn samt av andra intresserade parter.

Källa: <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/sepa-for-mobile/public-consultation-on-epc-white-paper-on-mobile-payments/>

¹⁰⁷ Översatt från engelska

6.4 Synen på konkurrens kopplat till de nya regelverken

Det är uppenbart att betaltjänstdirektiven – både det första och det andra – syftar till att skapa en inre marknad för betaltjänster och därigenom öka konkurrensen över landsgränserna, sänka kostnader och priser samt öka mängden av legala, finansiella institut som kan verka på dessa marknader. Konkurrensverket har tidigt ställt sig positiva till denna utveckling men har varnat för att konsekvenserna på konkurrensen från direktiven inte är entydiga. Konkurrensverket skrev redan 2008¹⁰⁸ att: *”Konkurrensverket ställer sig positivt till formuleringarna i förslaget till lag om betaltjänster som handlar om att generella betalningssystem ska tillämpa objektiva, icke-diskriminerande och proportionella tillträdesregler. Detta eftersom sådana tillträdesregler kan leda till en ökad konkurrens på betaltjänstmarknaden och i förlängningen bättre villkor för konsumenterna. Till följd av de stora och viktiga undantagen som görs i lagen (8 kap. 3 § i förslaget till lag om betaltjänster) finns det dock en risk att förslaget om tillträdesregler i praktiken inte får någon större effekt. I och med att lagförslaget reglerar vilka generella betalningssystem som inte behöver använda sig av objektiva, icke-diskriminerande och proportionella tillträdesregler, kan det i sämsta fall till och med få en negativ effekt på konkurrensen. Konkurrensverket beklagar detta och anser att frågan bör beaktas inom ramen för det fortsatta beredningsarbetet. Konkurrensverket vill betona vikten av att konsekvenserna av lagstiftningen noga följs upp ur ett konkurrensperspektiv”*.

Det är tydligt att det finns en inneboende paradox kring konkurrens inom industrier som t.ex. betalningssystemet. Å ena sidan leder fler aktörer till högre konkurrens och lägre priser men å andra sidan kan fler aktörer göra det svårare att skapa interoperabilitet i de system som byggs upp.

Det ska även sägas att de finns ytterligare reglering som har ett inflytande över utvecklingen av systemen för betaltjänster men de som presenterats ovan är de som är mest centrala för denna utveckling¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Genomförande av betaltjänstdirektivet 2007/64/EG. Rapport med författningsförslag. Fi2008/2596

¹⁰⁹ Andra regleringar och direktiv är kopplade till t ex datasäkerhet, geoblockering och digitalisering inom EU.

7 Handlares syn på betaltjänster i Sverige

En av den viktigaste aktörsgruppen i betalsystemet är de som ska ta emot betalningar vilket primärt inbegriper handlare, kollektivtrafik, statlig verksamhet, parkering, hotell, restauranger, nöjesverksamhet, sjukvård, tandvård m.fl. som erbjuder olika varor och tjänster till konsumenter. Det är oftast denna grupp som betalar leverantörerna av betaltjänster så att handlare kan fokusera på sin kärnverksamhet, dvs. att sälja varor och tjänster. Detta innebär att handlarna även måste välja betaltjänster som attraherar de kundgrupper handlarna fokuserar på och som därmed bidrar till att handlarna kan öka sin försäljning på bästa sätt. Handlarnas val av betaltjänster är sålunda inte bara en fråga om att välja säkra, effektiva och billiga tjänster utan de måste även möjliggöra goda förutsättningar för ökad försäljning. Om handlarens kunder endast vill betala med kontanter så kommer handlaren erbjuda denna betallosning. Om kunderna endast vill betala med kort så erbjuds denna lösning, osv. Eftersom handlarnas kunder dessutom oftast utgör en någorlunda heterogen grupp så har handlaren ofta en fördel om de kan erbjuda flera, alternativa betallosningar. Om en kund attraheras av kontanter och en annan av kort så erbjuder handlaren båda alternativen. Detta ger dessutom handlaren en bättre förhandlingssituation gentemot leverantören eftersom det finns alternativa betaltjänster att välja mellan. Med detta sagt är det samtidigt viktigt att se att handlaren sannolikt inte vill ha för många, alternativa betallosningar eftersom varje lösning – kontanter, kort, faktura eller mobila tjänster – kräver sin egen investering i form av infrastruktur och utbildning. För många alternativa lösningar blir helt enkelt för dyrt.

En studie av handlares syn på betaltjänster (Insight Intelligence, 2014b)¹¹⁰ visar hur handlare anser att kontanter är ett viktigt betalsätt men att det tappar betydelse för handlarnas verksamhet. Av de tillfrågade svarade 84 procent att faktura är ett möjligt betalsätt, 79 procent att kontanter är ett möjligt betalsätt, 62 procent att kort är ett möjligt betalsätt och 5 procent att betalappar för mobiler kontanter är ett möjligt betalsätt. Handlarna var dock tydliga med vad de föredrar där 45 procent föredrar kortbetalningar, 35 procent föredrar faktura, 12 procent föredrar kontanter medan ingen föredrog andra betalsätt som t.ex. betalappar. Hela 54 procent av handlarna uppgav att användningen av kontanter i deras verksamhet hade minskat under det senaste året, 37 procent av handlarna uppgav att de inte sett någon förändring för användningen av kontanter under det senaste året och endast 5 procent av handlarna uppgav att användningen av kontanter i deras verksamhet hade ökat under det senaste året. Det blev tydligt att

¹¹⁰ I samarbete med företaget Insight Intelligence och andra intressenter genomfördes 2015 en studie av handlares syn på betaltjänster. Målet var att ta fram ett representativt underlag för alla Sveriges handlare vilket erhållits genom att opinionsföretaget SIFO genomfört telefonintervjuer med 1 000 svenska handlare vid olika tillfällen.

kontantanvändningen minskar även när man frågar handlare. Studien visade även hur bankernas minskade utbud av tjänster för kontanthantering påverkar handlarnas vilja att hantera kontanter. Svårigheter och kostnader för att hantera kontanter i handeln minskar naturligt nog handlarnas intresse att erbjuda kontanter som betalsätt.

Motiven bakom vilken betaltjänst handlare föredrar varierar beroende på vilken typ av verksamhet som drivs men sammantaget svarar de att valet styrs av hur väl tjänsten är anpassad till verksamhetens karaktär (49 %), hur säker den känns (48 %), samt hur tjänsten underlättar administration som t.ex. bokföring (35 %). Intressant nog angav endast 17 procent att de valde betaltjänst av kostnadsskäl, dvs. hur billig den var. På en annan fråga svarade 32 procent att kortbetalningar var mest kostnadseffektivt, 27 procent att faktura var mest kostnadseffektivt, 21 procent att kontanter var mest kostnadseffektivt och 2 procent att betalappar för mobiler var mest kostnadseffektivt. Det är uppenbart att kort och faktura anses vara mest kostnadseffektiva – även om kostnadsskäl inte är den viktigaste faktorn vid val av betaltjänst – och att kontanter är kostnadseffektiva i vissa verksamheter – framför allt små handlare inom serviceverksamhet – medan betalappar inte anses vara kostnadseffektiva inom någon bransch.

På frågan om hur betaltjänster påverkar merförsäljning – vilket bör vara en central fråga för varje handlare - var svaren väldigt tydliga. Av handlarna ansåg 37 procent att kort är den tjänst som bäst driver merförsäljning, 14 procent att faktura är den tjänst som bäst driver merförsäljning, 13 procent att kontanter är den tjänst som bäst driver merförsäljning och 1 procent att betalappar är den tjänst som bäst driver merförsäljning. Intressant och lite förvånande svarade hela 33 procent att de inte visste hur en betaltjänst påverkar merförsäljningen.

Sammantaget leder svaren från handlare till slutsatserna att kortbetalning och faktura är de mest attraktiva tjänsterna och framför allt kort eftersom den är mest kostnadseffektiv. Detta beror i sin tur på att valet beror till största del på hur väl betaltjänsten passar för verksamhetens karaktär och hur väl den underlättar administrationen av betalningar. Kontanter är allt mindre attraktiva för handlare även om det finns vissa typer av handlare – t.ex. små handlare inom serviceverksamhet – som anser att kontanter är den mest kostnadseffektiva betaltjänsten. Betalappar används men fortfarande i mycket liten omfattning. Här kan vi se en möjlighet till en snabbare utveckling i och med att Swish lanserades som tjänst för betalningar mellan konsumenter och handlare under 2015. Detta bygger dock på att handlare kommer att se Swish som ett alternativ som är mer attraktivt än t.ex. kontanter eller kort i vissa betalningssituationer. Huruvida detta kommer att ske är fortfarande oklart.

Handlarnas syn på utvecklingen av mobila betaltjänster präglas ofta av att det går för långsamt för de större handlarna – de som vill bygga nya plattformar för betalningar och kundrelationsarbete via mobiltelefoner – och för snabbt för de

små – de som fortfarande har en stor del av sin försäljning i kontanter och som behöver kontanthanteringstjänster. Dessutom vill handlare generellt sätt att avgifterna för olika betalningstjänster sjunker¹¹¹.

¹¹¹ Se även Apanasevic et al, 2016.

8 Konsumenters syn på betaltjänster i Sverige

En annan av den viktigaste aktörgruppen i betalsystemet är de som ska ta betala vilket primärt inbegriper konsumenter som vill köpa olika varor och tjänster av handlare samt skicka pengar till andra konsumenter. Det är paradoxalt nog oftast inte denna grupp som betalar leverantörerna av betaltjänster – åtminstone i form av direkta transaktionsavgifter. De betalar eventuellt en årlig avgift för att ha tillgång till tjänster men ingen transaktionsavgift. Detta innebär att konsumenter inte alltid väljer betaltjänster utifrån dess avgifter eller kostnader utan snarare utifrån andra kriterier som enkelhet, snabbhet, status och interoperabilitet, dvs. mängden betalningsmottagare som accepterar en given betaltjänst. Andra centrala faktorer som avgör konsumenternas val är vanor och förtroende eller trygghet. När det gäller betaltjänster är konsumenter oftast mindre förändringsbenägna än när det gäller andra typer av tjänster och därmed inte lika positiva till nya, innovativa betaltjänster. Det är också viktigt att se att konsumenter inte vill ha för många, alternativa betallosningar eftersom varje lösning – kontanter, kort, faktura eller mobila tjänster – kräver sin egen investering i form av avtal och lärande. För många alternativa lösningar blir helt enkelt inte attraktivt för konsumenten.

8.1 Studier av konsumenters syn på betalningar

I samarbete med företaget Insight Intelligence och andra intressenter genomfördes ett antal konsumentundersökningar¹¹² som speglar konsumenters syn på betaltjänster. Målet har varit att ta fram ett representativt underlag för alla Sveriges konsumenter vilket erhållits genom att opinionsföretaget SIFO genomfört telefonintervjuer med 1 000 svenska konsumenter vid olika tillfällen.

8.1.1 SIFO-undersökning i augusti 2013

Den första undersökningen genomfördes i augusti 2013¹¹³ och visade att kortbetalningar dominerar bland konsumenterna där 83 procent sa att de använder kort minst en gång per vecka och 79 procent sa att de har högt förtroende för kortbetalningar. Samtidigt var det tydligt att kontanter fortfarande hade ett relativt starkt stöd bland konsumenterna. Exempelvis svarade 89 procent att de hade kontanter på sig vid intervjutillfället, två av tre att de ansåg kontanter som en "mänsklig rättighet", nio av tio att de har högt förtroende för kontanter och 64 procent svarade att de använder kontanter minst en gång per vecka. Den tredje mest använda tjänsten var kontoöverföringar via sin Internetbank där 18 procent

¹¹² Insight Intelligence (2015; 2014a; 2014b; 2013).

¹¹³ Intervjuerna har genomförts av Sifo genom deras slumpmässigt rekryterade telefonpanel bland 1000 svenskar i åldern 15 år och äldre under augusti 2013.

sa att de använder denna tjänst minst en gång per vecka. Utöver dessa tre tjänster användes olika digitala betaltjänster – som exempelvis PayPal – av fem procent minst en gång per vecka. Digitala betaltjänster och mobila betaltjänster var med andra ord inte flitigt använda i augusti 2013.

Det var också tydligt att konsumenterna kände att det fanns flera situationer där det inte fanns alternativ till kontanter. Sammantaget sade hälften av respondenterna att dessa situationer fanns och de mest omnämnda var tillfälliga marknader (t.ex. torghandel, loppis) där 25 procent inte såg alternativ till kontanter, när betalkortshantering saknas (15 procent), i mindre butiker och kiosker (14 procent) och i kollektivtrafiken¹¹⁴ (9 procent). Det var tydligt att många inte såg alternativ till kontanter i vissa situationer.

Studien frågade även om respondenterna kände till respektive använde nya, innovativa tjänster och svaren på denna fråga bekräftade att konsumenterna inte hade börjat använda de nya tjänsterna i augusti 2013. De mest kända tjänsterna var då PayPal där 36 procent sa att de kände till tjänsten och 20 procent sa att de använder den, WyWallet där 32 procent kände till tjänster och 5 procent sa att de använder den samt Swish där 30 procent kände till tjänsten och 6 procent sa att de använder den. Övriga tjänster visade låga siffror. De största hindren för att börja använda dessa nya tjänster var en allmän tveksamhet (27 procent), att man inte var tillräckligt insatt (16 procent), att man inte hade behov (15 procent) samt att man inte hade förtroende för den nya tekniken (14 procent). Det är uppenbart att konsumenterna inte var speciellt intresserade av och kunniga om de nya digitala betaltjänsterna i augusti 2013.

Det var också tydligt – och inte särskilt förvånande – att betalsituationen styr vilka betaltjänster som konsumenterna föredrar. Kortbetalningar användes exempelvis vid e-handel, betala parkering och för kollektivtrafiken, restauranger och andra nöjen. Kontanter användes främst vid betalningar till vänner, vid dörrförsäljning och torghandel eller andra marknader. Kontoöverföringar via Internetbanken användes främst för att betala räkningar såsom exempelvis hyran.

Denna studie – i augusti 2013 – kan sammanfattas som att kortbetalningar dominerar inom konsumenters massbetalningar, att kontanter har en stark ställning även om det fanns allt fler situationer där kontanter blir svårare att använda. I september 2013 presenterade exempelvis Sveriges Länsstyrelser underlag som visar att Sveriges bankomättighet hade sjunkit till den lägsta nivån på nio år. Trenden ansågs vara en utveckling mot ett samhälle där kontanter blir mer begränsat som alternativ i olika betalsituationer men där människors emotionella koppling, trygghetskänsla och vana att kunna betala med kontanter finns kvar.

¹¹⁴ Detta resultat var paradoxalt eftersom vissa kollektivtrafiksystem (bl a i Stockholm) förbjöd kontanter redan 2008.

8.1.2 SIFO-undersökning sommaren 2014

Undersökningen 2014 visade återigen att kortbetalningar dominerar bland konsumenterna där 88 procent sa att de använder kort minst en gång per vecka medan det var en tydlig minskning av kontantanvändningen. Under 2013 svarade 64 procent att de använder kontanter minst en gång per vecka medan motsvarande siffra 2014 var 52 procent! Förtroendet för kontanter var dock fortfarande mycket högt. Återigen var kontoöverföring via Internetbank det tredje mest använda betalsättet (19 procent använde detta minst en gång per vecka). De nya betalsätten användes fortfarande inte i stor utsträckning det men förtroendet för dessa hade ökat markant. Endast tre procent svarade att de använde betalappar för smartphones (t.ex. Wywallet, Swish, SEQR, etc.) minst en gång per vecka. Samtidigt sade 21 procent att de hade högt förtroende för dessa tjänster vilket ska jämföras med 12 procent under 2013.

Studien 2014 frågade om respondenterna kände till respektive använde nya, innovativa tjänster och till skillnad från studien 2013 så sa respondenterna denna gång att de faktiskt både kände till och använde nya tjänster. De mest kända tjänsterna var Klarna där 32 procent sa att de kände till tjänsten och 44 procent sa att de använder den, PayPal där 43 procent kände till tjänsten och 29 procent sa att de använder den, Swish där 52 procent kände till tjänsten och 19 procent sa att de använder den samt Wywallet där 42 procent kände till tjänsten med endast 7 procent sa att de använder den. Övriga tjänster visade låga siffror. För dessa tjänster fanns det även tydliga åldersrelaterade mönster. De var framför allt användare i gruppen 30-49 år som använde Klarna och PayPal medan det framför var de yngsta – gruppen 16-29 år – som använde Swish. De största hindren för att börja använda dessa nya tjänster var att man inte ser en nytta eller värde (47 procent), att det känns otryggt (28 procent), att det är för krångligt (15 procent) samt att det finns en brist på standardisering, dvs. standardiserade tjänster, (11 procent). Det var tydligt att konsumenternas intresse för nya betaltjänster ökade markant under perioden augusti 2013 till sommaren 2014.

När det gäller vilka aktörer som konsumenter föredrar ska stå bakom en betaltjänst så stod bankerna i särklass. Hela 72 procent föredrog att en bank står bakom tjänsten medan 14 procent sa att det inte spelar någon roll vilken aktör som står bakom en tjänst. Hela 13 procent kunde eller ville inte svara på denna fråga. Hela 76 procent sa att de inte skulle tänka sig att helt avsluta sin relation med de traditionella bankerna och istället lägga alla konton hos alternativa leverantörer som teleoperatörer eller andra teknik-/IT-företag. Endast nio procent svarade ja på denna fråga. Sammantaget visar det dock att bankerna – trots mycket kritik i media för deras minskande kontanthantering, höga bonusar, höga räntor och annat – under 2014 hade ett stort förtroende när det gäller vem som ska leverera en betaltjänst.

Studien visade även föga förvånande att det finns stora åldersrelaterade skillnader i valet av betaltjänster där de äldre tenderar att föredra kontanter och kort medan de yngre snabbare tar till sig nya tjänster. Sammantaget visade resultaten att kortbetalningar dominerade även 2014 men att kontantbetalningar visade tecken på att minska samtidigt som t.ex. Swish-betalningar tenderade att öka. Generellt visades även ett växande förtroende bland konsumenterna för de nya betaltjänsterna samt ett gediget förtroende för bankerna när det gäller val av leverantör av en betaltjänst.

8.1.3 SIFO-undersökning i augusti 2015

Den tredje undersökningen genomfördes i augusti 2015¹¹⁵ och visade att kortbetalningar fortsätter att dominera bland konsumenterna där 94 procent sa att de använder kort minst en gång per vecka vilket var en markant ökning jämfört med 2014 då siffran var 88 procent. Samtidigt sa 86 procent sa att de har högt förtroende för kortbetalningar vilket även det var en ökning. Användningen av kontanter fortsatte att minska då endast 40 procent sa att de använde kontanter minst en gång per vecka vilket var en tydlig minskning jämfört med 2014 då siffran var 52 procent. Samtidigt var det tydligt att kontanter fortfarande har högt ett förtroende bland konsumenterna då 88 procent sa att de hade ett högt förtroende för kontanter, vilket faktiskt var högre än för kortbetalningar. Den tredje mest använda tjänsten var fortfarande kontoöverföringar via sin Internetbank där 9 procent sa att de använder denna tjänst minst en gång per vecka vilket var en minskning från 18 procent året innan. Det ska samtidigt noteras att det blev uppenbart att betalningar via en app i telefonen hade etablerat sig. I augusti 2015 sa sju procent att de använde dessa tjänster minst en gång per vecka vilket ska jämföras med fem procent året innan. Samtidigt hade de med högt förtroende för dessa tjänster ökat från 21 procent 2014 till 37 procent 2015.

Digitala betaltjänster och mobila betaltjänster var fortfarande inte bland de mest frekvent använda men de hade etablerat sig på allvar och framför för betalningar mellan vänner där hela 43 procent sa att de föredrar att använda en betalapp vid dessa betalningar. När man studerar hur utvecklingen för Swish tog fart under denna period blev det tydligt att Swish etablerat sig som en stark tjänst på denna marknad. Det var också Swish som de svarande angav som den i särklass mest använda mobila betaltjänsten, vilket är i samklang med statistik från bankerna om den faktiska användningen av Swish (tabell 10). Tillväxten för Swish vad gäller person-till-person betalningar verkar dock ha mattats av något, vilket kan vara en indikation på en viss mättnad för denna tjänst. Totala värdet av transaktioner ökar men ökningen av antalet användare verkar ha mattats vilket är ganska naturligt givet den snabba utvecklingen under perioden 2014-2016. En annan möjligt

¹¹⁵ Intervjuerna har genomförts av Sifo genom deras slumpmässigt rekryterade telefonpanel bland 1000 svenskar i åldern 15 år och äldre under augusti 2013.

tolkning är att om Swish ska växa ytterligare måste tjänsten bli attraktiv för de i samhället som normalt sett har en mer skeptisk attityd till innovativa betaltjänster. I traditionella studier av hur innovation sprider sig på konsumentmarknader kallas sena användare av nya tjänster för "late majority" medan de mest sena kallas för "laggards" (Rogers, 2010). En möjlig tolkning av siffrorna för hur Swish växer kan vara att denna tjänst nu måste övertyga de som är mest negativa till nya tjänster.

Tabell 13 Användningen av Swish i Sverige

	26 september, 2014	12 maj, 2015	7 mars, 2016	27 juni, 2016	26 september, 2016
Antal användare	1,6 miljoner	2,6 miljoner	4,2 miljoner	4,5 miljoner	4,7 miljoner
Nya användare senaste månaden	130 000	222 000	116 000	116 000	163 000
Värde på transaktioner månaden innan	1,1 mrd SEK	2,6 mrd SEK	5,8 mrd SEK	7,5 mrd SEK	8,2 mrd SEK

Källa: www.getswish.se

Betalapparna kan också sägas ha blivit tydliga substitut till kontanterna enligt svaren i denna studie. Vid frågor om hur olika betaltjänster används vid olika betalsituationer kunde man se hur de situationer – tillfälliga marknader/ torghandel, brist på korthantering, i mindre butiker och inom kollektivtrafiken – som under 2014 ansågs ha få substitut till kontanter nu visade en annan bild. Under 2015 hade kortbetalningar vid tillfälliga marknader blivit mer använt vilket troligen handlar om att Izettles tjänster i dessa situationer blivit ett alternativ till kontanter. Även betalning med kort vid parkering och vid mindre köp i butik (<100 kronor) hade blivit vanligare och verkar ha ersatt kontanter. Det som var mest positivt med utvecklingen av den mobila betalmarknaden var att tillgängligheten ökade, dvs. att kunna betala var man vill, när man vill) vilket hälften av de svarande ansåg. Även snabbheten, dvs. att överföringen sker i realtid, vilket kan sägas vara Swishs adelsmärke (Arvidsson, 2015).

Denna studie – i augusti 2015 – kan sammanfattas som att kortbetalningar dominerar inom konsumenters massbetalningar, att kontanter har ett starkt förtroende men användningen av kontanter minskar eftersom mobila betaltjänster etablerat sig som ett substitut till kontanter. Trenden mot ett samhälle där kontanter används allt mer sällan bekräftades i studien 2015.

I en uppföljande studie 2016 bekräftades dessa resultat ytterligare (se tabell 14).

Tabell 14 Sammanfattning av enkätstudier med konsumenter

	2013	2014	2015	2016
Använd minst en gång per vecka	Kontanter: 64% Kort: 83% Internet ¹¹⁶ : 18% Mobilappar: 5%	Kontanter: 52% Kort: 88% Internet: 19% Mobilappar: 3%	Kontanter: 40% Kort: 94% Internet: 9% Mobilappar: 7%	Kontanter: 38% Kort: 95% Internet: 7% Mobilappar: 16%
Andel av svar-anden med högt för-troende för tjänsten	Kontanter: 89% Kort: 79% Internet: 75% Mobilappar: 12%	Kontanter: 90% Kort: 83% Internet: 91% Mobilappar: 21%	Kontanter: 88% Kort: 86% Internet: 84% Mobilappar: 37%	Kontanter: 87% Kort: 89% Faktura ¹¹⁷ : 63% Internet: na Mobilappar: 55%

Källa: Insight Intelligence rapporter

¹¹⁶ Fulla beteckningen var "Internetbank". Detta gäller alla beteckningar "Internet" i tabellen.

¹¹⁷ Fulla beteckningen var "Fakturatjänster".

9 Diskussion av resultat och åtgärder

Utvecklingen på den svenska betalmarknaden kännetecknas av att det förekommer snabba förändringar inom en rad olika områden samtidigt vilket skapar en speciell sorts situation som forskning om förändring och dynamik kallar för turbulens (Emery & Trist, 1965; Selsky et al., 2007). Samtidiga och drastiska förändringar inom både den externa kontexten för en bransch – t.ex. förändringar av politiska, teknologiska och samhällsmässiga faktorer – och inom själva branschen som sådan – t.ex. ny konkurrens, nya tjänster, branschglidningar och nya typer av efterfrågan från kunder – kan leda till en situation där helheten av förändringar och dess inbördes påverkan av varandra är svår att överblicka och att hantera för enskilda aktörer såväl som myndigheter. Detta tillstånd kännetecknar dagens betalssystem i Sverige (Arvidsson, 2014¹¹⁸). I denna situation blir det svårt för enskilda aktörer – t.ex. banker, telekomoperatörer, kortföretag eller nya aktörer från social media – att skapa och erbjuda tjänster som marknaden och kunderna snabbt tar till sig. När vi studerar framväxten av mobila betalningstjänster blir detta ett tydligt faktum. I Sverige har flera tjänster, som t.ex. Swedbanks BART och Telia Mobile Wallet, lanserats men haft svårt att etablera sig på marknaden och lagts ner. Även utanför Sverige ser vi samma mönster.

I situationer som präglas av turbulens är det extra viktigt att skapa breda samarbeten för att utveckla systemet i rätt riktning. Arvidsson (2014) pekar på att kritiska aktörer bör samverka för att skapa förståelse för hur ett nytt betalssystem – utan kontanter – skulle kunna se ut samt vad detta leder till för utmaningar för myndigheter, företag och konsument. Artikeln påpekar att det finns ett behov att de för betalssystemet mest kritiska offentliga såväl som privata aktörer samverkar för att ta fram en gemensam förståelse för hur framtida betalssystem skulle kunna se ut om det ska gå att realisera en omställning till ett till fullo elektroniskt system för massbetalningar. Denna framtidsbild – som inom forskningen kallas för "idealiserad design" (Ackoff, 1974; Normann, 2001) – kan då fungera som ett verktyg för olika aktörer – utifrån deras egenintressen – initialt förstå utmaningar och möjligheter och sedan kunna fatta beslut och genomföra investeringar som leder betalssystemet mot de egenskaper som den ideala framtidsbilden har identifierat. Det är sålunda inte tänkt att de inblandade aktörer gemensamt ska kunna beskriva en framtidsbild utifrån sina egenintressen. Processen syftar till att identifiera grundläggande krav som ett väl fungerande betalssystem måste nå upp till givet de förändringar som ny teknologi, nya beteenden, ny reglering, ny konkurrens, nya strategier, nya myndighetskrav, nya samhällsvärderingar, osv. leder fram till. Med denna bild kan sålunda företag fatta strategiska beslut och myndigheter initiera politiska satsningar för att nå sina egna mål. Arvidsson (2015) visar och förklarar hur ett system – i detta fall det

¹¹⁸ För en längre förklaring av detta se Arvidsson (2014).

svenska betalsystemet – riskerar hamna i ett stadie av turbulens där det blir svårt för företag att realisera innovationer samt svårt för myndigheter att upprätthålla systemets grundläggande funktionalitet och stimulera innovativ förändring.

En fråga som är central i denna utveckling rör kontanternas ställning i betalsystemet. I en rapport från 2013 (Arvidsson, 2013) analyseras utvecklingen av kontantanvändningen i Sverige och där dras slutsatsen att kontanter kan komma att försvinna men inte före 2030. Om Sverige ska helt kontantlöst krävs politiska beslut och en förändring av Riksbankslagen som säger att kontanter är lagliga betalningsmedel, vilket inte överhuvudtaget diskuteras av svenska politiker. Rapporten skriver samtidigt att Sverige kan komma att bli kontantfritt, dvs. att kontanter inte längre fyller en viktig funktion för svenska massbetalningar. Systemet har då hamnat i ett läge där kontanter fortfarande används av vissa grupper och i vissa situationer men att denna användning är mycket marginell och inte viktig för ekonomin som helhet.

Tabell 15 Summering av rapporten Det Kontantlösa Samhället**Det kontantlösa samhället - sammanfattning (Arvidsson, 2013)**

Sverige mycket väl kan komma att bli kontantlöst men sannolikt inte före år 2030. Det finns grupper i samhället som fortfarande använder kontanter även om de transaktioner som görs med kontanter är relativt få och inte omfattar stora belopp. Till viss del kommer frågan avgöras av den demografiska utvecklingen eftersom kontantanvändningen är högre bland äldre och de har också format sina vanor under lång tid så de har troligen svårare att ändra detta beteende. Det förtroende som vissa har för kontanter kommer andra betaltjänster som t.ex. mobila betalningar ha svårt att bygga upp. Dessutom är Riksbankens lansering av nya sedlar en indikation att kontanter kommer att finnas kvar en tid framöver.

Frågan är om det finns en "tipping point" bortom vilken kostnaderna för kontantanvändningen blir så pass höga i relation till nyttan att viljan för att helt avskaffa kontanter blir ett centralt mål? I denna "tipping point" har kostnaderna för kontanthantering blivit så höga att ingen – staten, banker, handeln eller konsumenter - är beredd att betala denna kostnad och därför söker sig till andra betalmedel. I denna situation har även förtroendet kontanternas funktion minskat drastiskt. Implicit innebär detta att betalsystemet även har nått en situation där avgifterna för varje enskild betaltjänst förutsätts kunna bära sina egna kostnader, dvs. det finns ingen subventionering av kontanthantering från avgifter på andra typer av betaltjänster.

Resultaten pekar på att regeringen och dess myndigheter respektive konsumenter har störst potential att bestämma hur utvecklingen av kontanthantering kommer att se ut men frågan är om dessa kommer att använda denna makt på ett entydigt sätt.

Regeringen har hittills förhållit sig ganska passiv i denna fråga. Konsumenter är splittrade i denna fråga. Detta leder till slutsatsen att det troligen är den tredje gruppen – banker – som har störst potential att sätta agendan för förändringar av kontanthantering.

Analysen av vinnare respektive förlorare ger ett sammantaget resultat att handeln och kortföretag troligen kommer att bli vinnare i ett kontantlöst samhälle. Detta kräver dock att infrastrukturen för kortbetalningar utgör grunden för de typer av betalningar som ersätter kontanta betalningar men samtidigt att avgifterna för dessa typer av betalningar är låga. Handeln kan bli vinnare i termer av att den nya betalsätten kompletteras med andra tjänster som möjliggör merförsäljning. De stora förlorarna skulle bli den svarta/grå sektorn samt de som idag bygger sin affär på kontanthantering.

Sammanfattningsvis så kommer studien fram till att det finns fördelar med ett kontantlöst samhälle men att det samtidigt finns de som får det sämre om kontanterna försvinner. När det gäller de primära intressenterna i denna studie – banker och handeln – så är övertygelsen stor att fördelarna med ett kontantlöst samhälle överväger nackdelarna. Det är framför allt små handlare som riskerar att möta stora nackdelar om kontanterna försvinner men givet att konkurrensen mellan leverantörer av betaltjänster ökar och avgifterna följaktligen sänks så kommer även små handlare kunna se fördelar.

Idag kan man konstatera att minskningen av kontanter i Sverige efter det att rapporten om ett kontantlöst samhälle skrevs har gått mycket snabbt. Den stora anledningen till detta är att bankerna i slutet av 2012 lanserade tjänsten Swish som blev ett direkt substitut till kontanter. Tjänsten har samma funktionalitet som kontanter i den meningen att värde som ligger till grund för transaktionen på samma sätt som vid en kontant betalning överförs från betalaren till betalningsmottagaren i realtid. När en sedel lämnas till en annan person för en betalning har mottagaren fått värde i samma stund som sedeln ligger i dennes hand, vilket är exakt vad som händer vid en Swish-betalning. Pengar flyttas från betalarens bankkonto till mottagarens bankkonto i realtid. Denna funktion har gjort att Swish har ersatt kontanter i många av de situationer där kontanter tidigare var det mest använda betalsättet. Efter en trög början har användningen av Swish tagit fart och blivit ett mycket populärt betalsätt.

Det finns en lång tradition av samarbete mellan svenska banker med målet att skapa väl fungerande infrastruktur och tjänster som kan erbjudas av många banker till alla konsumenter samtidigt som bankerna ska konkurrera om att sälja dessa tjänster till potentiella kunder. Denna typ av samarbeten för infrastruktur och konkurrens när det gäller att sälja tjänster har vi sett inom t.ex. utveckling av giro-system för transaktioner, utvecklingen av uttagsautomater för kontanter, utveckling av system för löneutbetalningar samt utvecklingen av tjänster för telefon- och Internetbanker. Ofta har detta samarbete även inkluderat offentliga aktörer som Riksbanken vilket gjort detta samarbete omfattande och även gjort att reglering och utveckling av tjänster kunnat stöda varandra. Grunden för vikten av denna typ av samarbete ligger i betydelsen av att realisera nätverksexternaliteter¹¹⁹ och därmed skapa interoperabilitet för de tjänster som utvecklas. Swish är ytterligare ett exempel på sådant samarbete (Arvidsson, 2015). Vikten av denna typ av samarbeten för infrastruktur leder naturligt nog också till en diskussion om detta även leder till en låg grad av konkurrens mellan banker när de ska sälja tjänster baserat på en gemensam infrastruktur. Denna problematik ses även vid analys av konkurrenshämmande samarbeten från exempelvis Konkurrensverket.

¹¹⁹ Dvs. att nyttan för alla att vara med i ett nätverk – t ex ett telefoni- eller betalningsnät – ökar när det totala antalet användare ökar.

10 Slutsatser

Denna rapport har som syfte att analysera utvecklingen av elektroniska betalningstjänster i Sverige med grund i kritiska förändringsfaktorer och aktörer. Dessutom finns ett syfte att analysera hur dessa faktorer kan komma att påverka utvecklingen av tjänster kopplat till betalsituationer och användare. Studien är avgränsad till Sverige samt mobila, elektroniska betalningstjänster inom massbetalningar.

Rapporten kommer fram till att detta system befinner i ett stadie av snabb förändring som visar sig genom: ett större antal och mer diversifierade leverantörer av tjänster; en tydlig minskning av vissa traditionella tjänster – kontanter – och en snabb tillväxt av nya, elektroniska och mobila tjänster – främst Swish; en snabbt föränderlig reglering och lagstiftning som syftar till att öka konkurrensen och stimulera nya tjänster samt aktörer – t.ex. Betaltjänstdirektiven 1 och 2 samt Betalkontodirektivet; det svenska sedelutbytet – i kombination med framväxten av det tidigare nämnda kontantsubstitutet Swish – verkar ha bidragit till en mycket snabb minskning av kontantanvändningen i Sverige; en ökad e-handel bidrar till en ökande efterfrågan av nya, mobila betalningstjänster; samt dessutom finns en mängd andra faktorer som bidrar till en fragmentering av marknaderna.

När det gäller strukturen på systemet så pekar rapporten ut tre viktiga lager av struktur som är kritiska för betalsystemet. Det första är den grundläggande strukturen för processhantering och avveckling, det andra är infrastruktur som syftar till att skapa förutsättningar för effektiva och säkra betalningar och det tredje är tjänster och applikationer samt fundament för standardisering och säkerhet. Rapporten behandlar främst det tredje lagret men en viktig slutsats i rapporten är att det inte går att analysera en tjänst utan att förstå dess kopplingar till övriga lager. En mobil betalningstjänst grundad i kortsystemet (andra lagret) är vitt skilt från en mobil betalningstjänst grundad direkt i konton (andra lagret). Detta gör det mer komplicerat att analysera konkurrens och system men är samtidigt en förutsättning om vi ska kunna förstå denna utveckling.

Rapporten konkluderar att det är det tredje lagret som styr den allmänna diskussionen kring innovation och konkurrens för betalningstjänster. Men i praktiken ser vi att mobila betaltjänster kan byggas på infrastrukturen för kort eller på infrastrukturen för konton, samt att mobila betaltjänster kan konkurrera ut kontanter. Synen på konkurrens inom betalsystemet bör sålunda diskuteras utifrån insikter att: betalsituationen har stort inflytande på vilka tjänster konsumenter föredrar; olika konsumentgrupper – kopplat till geografi, demografi, innovationsintresse, m.m. – föredrar olika tjänster; samt att värdet på betalningen (beloppet) har viss påverkan på val av tjänst.

Dessutom ser vi att olika synsätt på konkurrens i det tredje lagret kan leda till olika slutsatser. Vid ett produktbaserat synsätt – med grund i kortsystemet – bör traditionella kortbetalningar, kontaktlösa kortbetalningar och mobila betalningar baserat på kortsystemet ses som konkurrerande tjänster. Mobila betalningstjänster baserat på konton – Swish och Wallet-tjänster med grund i konton – är då konkurrerande med varandra. Men om man istället anammar ett värde- och efterfrågeperspektiv bör det vara konsumentens perspektiv som styr hur man ska förstå konkurrens. Om konsumenten väljer mellan t.ex. kontanter, kort eller Swish vid en betalning till en handlare i en butik så är det dessa tjänster som konkurrerar med varandra. Denna problematik kring förståelse av konkurrens utifrån olika synsätt utgör en viktig diskussion i denna rapport.

En annan och välkänd problematik kring konkurrens är att det – oftast – krävs samarbete mellan konkurrenter för att bygga infrastruktur. Denna typ av samarbeten för infrastruktur har vi i Sverige historiskt sett inom t.ex. utveckling av giro-system för transaktioner, utvecklingen av uttagsautomater för kontanter, utveckling av system för löneutbetalningar samt utvecklingen av tjänster för telefon- och Internetbanker. Ofta har detta samarbete inkluderat offentliga aktörer som exempelvis Riksbanken vilket även gjort att reglering och utveckling av tjänster kunnat stöda varandra. Grunden för denna typ av samarbete ligger i betydelsen av att realisera nätverksexternaliteter och att skapa interoperabilitet för de tjänster som utvecklas. Samarbeten för infrastruktur leder naturligt nog också till en diskussion om detta även hämmar konkurrensen i systemet. Denna diskussion är viktig i ett litet land som Sverige där samverkan mellan stora aktörer kan göra det mycket svårt för nya utmanare att etablera sig och konkurrera med de som dominerar systemet. Samarbeten är kritiska för att bygga upp en infrastruktur och därför bör tillåtas under en period men de blir skadliga för systemets effektivitet och kostnadsnivåer om de bibehålls under en lång tid genom att minska det totala utbudet av tjänster och produkter som handlare och konsumenter kan välja mellan.

Rapporten belyser att det idag är svårt för banker att bygga hållbara affärsmodeller för kontanttjänster även om andra aktörer som levererar bevakning och transport av kontanter samt utrustning för kontanthantering kan göra detta. En annan slutsats är att nya tjänster – som exempelvis Swish – leder till en disruptiv förändring av marknaderna genom att skapa nya konkurrensdimensioner som avveckling av transaktioner i realtid. I dagsläget är det endast kontanter och Swish som erbjuder denna möjlighet vilket gör dem till konkurrerande lösningar när detta efterfrågas.

EU driver på för att skapa en integrerad marknad för betalningstjänster och även om nationella gränser fortfarande har stor inverkan på hur tjänster säljs och levereras så är trenden mot allt högre grad av internationalisering. När det gäller regleringar så leder dessa till en mängd potentiella förändringar. De öppnar upp för utmanare att på ett relativt enkelt sätt erhålla de tillstånd som krävs för att

leverera betalningstjänster samt kompletterande tjänster, de sätter tryck på minskade avgifter inom kortsystemet och de stärker processen mot ett integrerat system för betalningstjänster inom EU. I detta sammanhang ska man samtidigt poängtera att majoriteten av alla betalningar en konsument gör sker nära sin egen bostad och arbetsplats, vilket betyder att internationell konkurrens inte nödvändigtvis förändrar handlares och konsumenters beslut vid val av betalningstjänst. Lokalt tillhandahållna och specialiserade tjänster för betalningar vid fysiska möten kan vara attraktiva även framöver. Dessutom är fortfarande en del reglering och standards nationella. När det gäller t.ex. e-handel är det mer troligt att de internationella lösningarna växer sig allt starkare.

En möjlig baksida av alla regleringar är att aktörer som omfattas av regleringarna måste lägga stor vikt på att förstå och hantera dessa regelverk vilket kan hämma deras innovationskapacitet. I slutändan kommer förhoppningsvis de nya regleringarna nå sina syften, dvs. att stimulera ny konkurrens, nya tjänster och nya aktörer. Sammantaget finns det stor potential för ökad konkurrens vilket innebär att tjänster som är starka idag kan förlora marknadsandelar samtidigt som behov av interoperabilitet skapar utmaningar för nya tjänster att etablera sig.

11 Referenser

11.1 Litteratur

2014/92/EU Betalkontodirektivet

3rd_erpb_meeting_item5_report_recommendations_P2P_mobile_payments

Akerberg, Daniel A., and Gautam Gowrisankaran. "Quantifying equilibrium network externalities in the ACH banking industry." *The RAND journal of economics* 37.3 (2006): 738-761. Ackoff, R. (1974), *Redesigning the Future*, Wiley, New York, NY.

Apanasevic, T., Markendahl, J. & N., Arvidsson. 2016. [Stakeholders' expectations of mobile payment in retail: lessons from Sweden](#). *International Journal of Bank Marketing*, 34(1): 37-61.

Arvidsson, N. & Mannervik, U. 2009. The Innovation Platform – Enabling Balance Between Growth and Renewal. Vinnova (VR 2009:25).

Arvidsson, N. (2013). *Det kontantlösa samhället – rapport från ett forskningsprojekt*. Kungliga Tekniska Högskolan. Trita IEO-R 2013:01.

Arvidsson, N. (2014). A study of turbulence in the Swedish payment system – is there a way forward? *Foresight*, 16(5).

Arvidsson, N. 2009. Framtidens Betalsystem – En studie av förnyelse av det svenska betalsystemet. Rapport SR 09, CEFIN KTH.

Arvidsson, N. 2013. Consumer attitudes on mobile payment services – results from a proof of concept test. *International Journal of Bank Marketing*, 32(2).

Arvidsson, N. 2015. Emergence of an ICT-based disruptive mobile payment service. In *Small and Beautiful – The ICT success of Finland & Sweden*. Eds. E. Giertz, A. Rickne and P. Rouvinen. VINNOVA Analysis, VA 2015:06 (Ch. 15, pp. 200-208).

Baldwin, Carliss Y., and C. Jason Woodard. "The architecture of platforms: A unified view." *Harvard Business School Finance Working Paper* 09-034 (2008).

Baldwin, Carliss Young, and Kim B. Clark. *Design rules: The power of modularity*. Vol. 1. MIT press, 2000.

Bedre-Defolie, Ö. & L., Gratz, 2015. Economics of payment cards. Working Paper Series in Law and Economics. Working paper 2015:1. Konkurrensverket.

Beijnen, C. & Bolt, W. 2009. Size matters: Economies of scale in European payment processing. *Journal of Banking and Finance*, 33:203-210.

Bengtsson, M. & S. Kock, S. (2000). Coopetition in business networks – to cooperate and compete simultaneously. *Industrial Marketing Management*, 29(5), 411-426

Bergman, B., Guiborg, G. & Segendorf, B. 2007. The Costs of Paying – Private and Social Costs of Cash and Card. Sveriges Riksbank, Working Paper Series, No. 212.

Bolt, Wilko, and David Humphrey. "Payment scale economies from individual bank data." *Economics Letters* 105.3 (2009): 293-295.

Bourreau, Marc, and Marianne Verdier. "Private cards and the bypass of payment systems by merchants." *Journal of Banking & Finance* 34.8 (2010): 1798-1807.

Brandenburger, A. M., & Nalebuff, B. J. (1996). *Co-opetition*, Doubleday, New York.

Bryssel den 2.12.2003 KOM(2003) 718 slutlig, MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL RÅDET OCH EUROPAPARLAMENTET om en ny rättslig ram för betalningar på den inre marknaden (Samrådsdokument)

Buck, B. & J.K. Hollingsworth. 2000. An API for runtime code patching. *The International Journal of High Performance Computing Applications*, Volume 14, No. 4, Winter 2000, pp. 317-329

Coccorese, P. (2004) Banking competition and macroeconomic conditions: a disaggregate analysis, *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, Volume 14, Issue 3, July, Pages 203-219,

Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2015). A critical review of mobile payment research. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 265-284.

Danmarks Nationalbank, 2011. Omkostninger ved betalinger i Danmark. Copenhagen, Danmark.

Delrapport 2 från 2015 års betaltjänstutredning (Fi 2015:02) Stockholm 2016

Dosi, Giovanni. "Technological paradigms and technological trajectories: a suggested interpretation of the determinants and directions of technical change." *Research policy* 11.3 (1982): 147-162.

EACHA Interoperability Framework V6.0, 9 May 2012 FINAL
http://www.eacha.org/downloads/EACHA_Framework_6_0.pdf

ECB, 2008. Single Euro Payments Area. November 2008.
www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/singleeuropaymentsarea200811en.pdf

Economides, N. (1996). The economics of networks. *International Journal of Industrial Organization*, 14(6), 673-699.

Emery, F. and Trist, E. (1965), "The causal texture of organizational environments", *Human Relations*, Vol. 18 No. 1, pp. 21-32.

Europaparlamentets och rådets direktiv 2007/64/EG om betaltjänster på den inre marknaden och om ändring av direktiven 97/7/EG, 2002/65/EG, 2005/60/EG och 2006/48/EG samt upphävande av direktiv 97/5/EG,

Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/92/EU av den 23 juli 2014 om jämförbarhet för avgifter som avser betalkonto, byte av betalkonto och tillgång till betalkonto med grundläggande funktioner.

European Central Bank. 2012. The Social and Private Costs of Retail Payment Instruments. A European Perspective. Occasional Paper Series, No 137, September, 2012.

European Commission (EC Decision of July 24 2002 VISA II: OJ L 318, 22.11.2002; Case COMP/34.579 Europay Eurocard-MasterCard).

Fama, E. F., & Laffer, A. B.. (1972). The Number of Firms and Competition. *The American Economic Review*, 62(4), 670–674

Farrell, Joseph, and Garth Saloner. "Standardization, compatibility, and innovation." *The RAND Journal of Economics* (1985): 70-83.

Garcia-Swartz, Daniel D., Robert W. Hahn, and Anne Layne-Farrar. "The move toward a cashless society: calculating the costs and benefits." *Review of network economics* 5.2 (2006).

Geels, F.W. 2004. From sectoral systems of innovation to socio-technical systems. Insights about dynamics and change from sociology and institutional theory, *Research Policy* 33 (2004) 897–920

Geels, F.W. 2002. "Technological transitions as evolutionary reconfiguration processes: a multi-level perspective and a case-study." *Research policy* 31.8 (2002): 1257-1274.

Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.W. (2003), "Trust and TAM in online shopping: an integrated model", *MIS Quarterly*, Vol. 27 No. 1, pp. 51-90.

Genomförande av betaltjänstdirektivet 2007/64/EG. Rapport med författningsförslag Fi2008/2596

Giertz, E., Rickne, A. & P., Rouvinen (eds.). 2015. Small and Beautiful –The ICT success of Finland & Sweden. VINNOVA Analysis, VA 2015:06.

Gowrisankaran, G. and J. Stavins (2004). Network externalities and technology adoption: lessons from electronic payments. *RAND Journal of Economics* 35 (2), 260–276.

Guiborg, G. & Segendorff, B. 2007. A note on the price- and cost structure of retail payment services in the Swedish banking sector 2002. *Journal of Banking and Finance*, 31:2817-2827.

Hagiu, A. and Wright, J. (2011) 'Multi-sided platforms', *Harvard Business School Working Paper*. pp.12-24.

Hagiu, A. and Wright, J. (2015) 'Multi-sided platforms', *International Journal of Industrial Organization*, Vol 43, pp.162-174.

Hayashi, Fumiko, and Elizabeth Klee. "Technology adoption and consumer payments: evidence from survey data." *Review of Network Economics* 2.2 (2003).

Humphrey, D., Willeson, M., Bergendahl, G. & Lindblom, T. 2006. Benefits from a changing payment technology in European banking. *Journal of Banking and Finance*, 30(6): 1631-1652. Håkansson, H. & Johanson, J., 1992. A model of industrial networks. In: London: Routledge, pp. 28-34.

Humphrey, David B., Moshe Kim, and Bent Vale. "Realizing the gains from electronic payments: costs, pricing, and payment choice." *Journal of Money, credit and Banking* (2001): 216-234.

Håkansson, H. & Snehota, I., 1989. No business is an island, the network concept of business strategy. *Scandinavian Journal of Management*, 5(3), pp. 187-200.

Håkansson, H. & Snehota, I., 1995. *Developing Relationships in Business Networks*. 1st ed. London: Routledge.

Insight Intelligence. 2013. Det kontantlösa samhället. Insight Intelligence m fl.

Insight Intelligence. 2014a. Sverige betalar. Insight Intelligence m fl.

Insight Intelligence. 2014b. En kontant affär. Insight Intelligence m fl.

Insight Intelligence. 2015. Sverige betalar. Insight Intelligence m fl.

Bikker, J.A: & K., Haaf. 2002. Competition, concentration and their relationship: An empirical analysis of the banking industry, *Journal of Banking & Finance*, Volume 26, Issue 11, November 2002, Pages 2191-2214.

Katz, Michael L., and Carl Shapiro. "Network externalities, competition, and compatibility." *The American economic review* 75.3 (1985): 424-440.

Kauffman, R.J., McAndrews, J., and Wang, Y.-M. (2000), "Opening the "black box" network externalities in network adoption", *Information Systems Research*, Vol. 11 No. 1, pp. 61-82.

Kauffman, Robert J., and Bin Wang. "Bid together, buy together: On the efficacy of group-buying business models in Internet-based selling." *Handbook of Electronic Commerce in Business and Society* (2002): 99-137.

Kedia, S. (2006). Estimating product market competition: Methodology and application, *Journal of Banking & Finance*, Volume 30, Issue 3, March, Pages 875-894,

KOMMISSIONENS TILLKÄNNAGNANDE om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning (97/C 372/03)

Lagen (2004:297) om bank- och finansieringsrörelse

Lagen (2010:751) om betaltjänster

Lagen 1988:1385 om Sveriges riksbank.

Lagstiftning om kassaregister (SKVFS 2009:2; SKVFS 2014:9; SKVFS 2014:15)

- Levitt, T. (1960), Marketing myopia , *Harvard Business Review*, Vol. 38 No. 4, pp. 45-56.
- Litt, C.J. 1986. Theories of Transitional Object Attachment: An Overview. *International Journal of Behavioral Development*, September, 9:383-399.
- Länsstyrelserna. 2015. Länsstyrelsens rapporter – Bevakning av grundläggande betalningstjänster 2015. Länsstyrelsernas årsrapport 2015. Christina Rehnberg och Monica Rönnlund.
- Mahgoub, Y. & N. Arvidsson. Work in progress. *Mobile Payment Platforms as Two-sided Markets: the case of Swish*.
- Maixé-Altés, J.C. (2014). ICT the Nordic Way and European Retail Banking. In C. Gram, P. Rasmussen and S.D. Ostergaard (Eds.) *History of Nordic Computing*, 4th IFIP WG 9.7 Conference, HINCA, Copenhagen, Denmark, August 13-15, 2014. Springer.
- Malerba, F., 2002. Sectoral systems of innovation and production. *Research Policy* 31, 247-264.
- Mallat, N. 2007. Exploring consumer adoption of mobile payments – A qualitative study. *Journal of Strategic Information Systems*, 16:413-432.
- March, J.G., 1991. Exploration and Exploitation in Organizational Learning. *Organization Science* 2(1): Special issue: Organizational Learning: Papers in Honor of (and by) James G. March, 71-87.
- Milne, Alistair. "What is in it for us? Network effects and bank payment innovation." *Journal of Banking & Finance* 30.6 (2006): 1613-1630.
- Mokyr, Joel. "Punctuated equilibria and technological progress." *The American Economic Review* 80.2 (1990): 350-354.
- Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne (NACE)
- Normann, R. & Ramírez, R., 1993. From value chain to value constellation: designing interactive strategy. *Harvard Business Review*, July/August , 71(4), pp. 65-77.
- Normann, R. (2001), *Reframing Business – When the Map Changes the Landscape*, Wiley, Chichester.
- Parker, Geoffrey G., and Marshall W. Van Alstyne. "Two-sided network effects: A theory of information product design." *Management science* 51.10 (2005): 1494-1504.
- Penningtvättslagen, 2009. Lagen (2009:62) om åtgärder mot penningtvätt
- Plouffe, Christopher R., Mark Vandenbosch, and John Hulland. "Intermediating technologies and multi-group adoption: A comparison of consumer and merchant adoption intentions toward a new electronic payment system." *Journal of Product Innovation Management* 18.2 (2001): 65-81.

Porter, M.E. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.

PSD (Payment Service Directive), 2007. Directive 2007/64/EC of the European Parliament and of the Council on payment services in the internal market.

PSD II. Förslag till EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV om betaltjänster på den inre marknaden och om ändring av direktiven 2002/65/EG, 2013/36/EG och 2009/110/EG samt upphävande av direktiv 2007/64/EG. Bryssel den 24.7.2013 COM (2013) 547 final 2013/0264 (COD)

Regulation (EC) No 924/2009, the SEPA Regulation

Regulation (EU) No 260/2012

Rip, Arie, and René Kemp. *Technological change*. Battelle Press, 1998.

Rogers, E.M. 2010. *Diffusion of Innovations*, 4th Edition. Simon and Schuster

Schmalensee, Richard. "Payment systems and interchange fees." *The Journal of Industrial Economics* 50.2 (2002): 103-122.

Scholnick, Barry, et al. "The economics of credit cards, debit cards and ATMs: A survey and some new evidence." *Journal of Banking & Finance* 32.8 (2008): 1468-1483.

Schot, J.W., 1998. The usefulness of evolutionary models for explaining innovation: the case of The Netherlands in the nineteenth century. *History of Technology* 14, 173–200

Schumpeter, J.A., 1934 (English Ed.). *The Theory of Economic Development*. Harvard Economic Studies, Vol. XLVI, Harvard University Press, Cambridge, M.A.

Segendorf, B. & A., Wilbe 2014. Har kontanter någon framtid som lagligt betalningsmedel? Ekonomiska kommentarer, Nr. 9, 2014.

Segendorf, B. & Jansson, T. 2012. The Cost of Consumer Payments in Sweden. Sveriges Riksbank, Working Paper Series, 262, June.

Segendorf, B. & T., Jansson. 2012. Cards or cash. How should we pay? Sveriges riksbank Economic Review 2012:3

Selsky, J., Goes, J. and Baburoglu, O. (2007), "Contrasting perspectives of strategy making: applications in 'hyper' environments", *Organization Studies*, Vol. 28 No. 1, pp. 71-94.

Shampine, Allan. "Another look at payment instrument economics." *Review of Network Economics* 6.4 (2007).

Shy, Oz, and Juha Tarkka. "The market for electronic cash cards." *Journal of Money, Credit, and Banking* 34.2 (2002): 299-314.

SOU, 2016:53. Betaltjänster, förmedlingsavgifter och grundläggande betalkonton.

- Standard för svensk näringsgrensindelning 2007 (SNI, 2007)
- Suominen, M. (1994). Measuring Competition in Banking: A Two-Product Model. *The Scandinavian Journal of Economics*, 96(1), 95–110.
- Svensk kontanthantering. (2014) SOU 2014:61. Betänkande av Kontanthanteringsutredningen. Stockholm 2014.
- Svenska Bankföreningen, 2012. Bank- och finansstatistik 2011, September.
- Sveriges Riksbank (2013), *Den Svenska Massbetalningsmarknaden – Riksbankens utredning av massbetalningsmarknaden i Sverige*, Riksbanksstudier, Sveriges Riksbank, Stockholm.
- Sveriges Riksbank, 2011. Rapport om kontanthantering. December, Dnr 2011-817-ADM. Stockholm.
- Sveriges Riksbank, 2012. Den Svenska Finansmarknaden. Stockholm.
- Sveriges Riksbank, 2015. Den svenska finansmarknaden 2015.
- Sveriges Riksbank. (2014). *Den Svenska Finansmarknaden*. Stockholm. And the version in English called: The Swedish Financial Market 2014. www.riksbank.se
- Sveriges Riksbank. (2015). Website, Svenska folkets betalningsvanor (The use of payment services by Swedes), <http://www.riksbank.se/sv/Statistik/Betalningsvanor/>
- Sveriges Riksbank.(2013). *Den Svenska Massbetalningsmarknaden – Riksbankens utredning av massbetalningsmarknaden i Sverige*. Riksbanksstudier, juni, 2013.
- Ten Raa, Thijs, and Victoria Shestalova. "Empirical evidence on payment media costs and switch points." *Journal of Banking & Finance* 28.1 (2004): 203-213.
- Van Hove, L. (1999), "Electronic money and the network externalities theory: lessons for real life", *Netnomics*, Vol. 1 No. 2, pp. 137-171.
- Willesson, M. (2007). *Payment Efficiency and Payment Pricing – Four Essays*. Doctoral Dissertation, Gothenburg University, BAS Publishing.

11.2 Internetkällor

- <http://www.riksbank.se/sv/Sedlar--mynt/Kontanthantering/>
- <https://www.bankgirot.se/om-bankgirot/vara-betalsystem/bankgirosystemet/>
- <http://www.danskebank.se/sv-se/Om-banken/Press/Pressmeddelanden/2014/Pages/Danske-Bank-forst-ut-med-kontaktlost-kort.aspx>
- <https://www.icabanken.se/kundservice/kontaktlosa-betalningar/>
- <http://www.nordea.se/privat/vardagstjanster/kort/Kontaktlosa-kort.html>

<http://www.pan-nordic.org/PanNordicCard/Acquiring--Issuing/Contactless-Payments.aspx>

<http://www.mastercard.com/se/consumer/MasterPass/#>

<https://www.visaeurope.com/newsroom/news/v-me-by-visa-launches-across-europe>

<http://www.europarl.europa.eu/committees/en/econ/subject-files.html?jsessionid=44403DD30227047501A5F1BF6D5DC896.node2?id=20121112CDT55410>

<http://www.scb.se/sv /Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Finansmarknad/Amnesovergripande-statistik/Finansmarknadsstatistik/Aktuell-Pong/37270/282807/>

http://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2010751-om-betaltjanster_sfs-2010-751

<http://www.regeringen.se/contentassets/bf7738f260f248e4b44b4268dd44db45/betal-tjanster-formedlingsavgifter-och-grundlaggande-betalkonton-dir.-201539>

www.trustly.com

<http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/about-sepa/sepa-vision-and-goals/>

<http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/about-sepa/sepa-legal-and-regulatory-framework/>

http://www.swedishbankers.se/Sidor/1_Viktiga%20fr%C3%A5gor/7_SEPA%20och%20PSD/Bankf%C3%B6reningens-roll.aspx

<http://www.europeanpaymentscouncil.eu/>

<http://www.pan-nordic.org/PanNordicCard/Home.aspx>

http://www.swedishbankers.se/Sidor/1_Viktiga%20fr%C3%A5gor/7_SEPA%20och%20PSD/SEPAs-tre-viktiga-omr%C3%A5den.aspx

<http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/sepa-for-cash/>

<http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/sepa-instant-payments/sct-inst-consultation/>

<http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/sepa-for-mobile/sepa-for-mobile/>

<https://www.ecb.europa.eu/paym/retpaym/euro/html/index.en.html>

<https://www.bankgirot.se/om-bankgirot/press-och-aktuellt/nyheter/populara-appar/>

<http://www.riksbank.se/sv/Press-och-publicerat/Pressmeddelanden/2010/Riksbanken-fornyar-sedel--och-myntserien/>

www.seamless.se

www.mcdonalds.se

<http://www.regeringen.se/contentassets/bf7738f260f248e4b44b4268dd44db45/betal-tjanster-formedlingsavgifter-och-grundlaggande-betalkonton-dir.-201539>

<http://www.regeringen.se/artiklar/2015/05/en-fungerande-kontanhantering/>

https://digitaliseringskommissionen.se/wp-content/uploads/2015/11/SOU-2015_91_till-webb.pdf

<http://www.europeanpaymentscouncil.eu/index.cfm/about-epc/the-european-payments-council/>

http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_34579

http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_39398

<https://www.getswish.se/>

http://ec.europa.eu/competition/sectors/financial_services/enforcement_en.html

http://www.ecb.europa.eu/paym/retpaym/shared/pdf/2nd_eprb_meeting_item6.pdf??b70bbb40c47214b15692369b71765d2b

12 Bilagor

12.1 Bilaga 1. Översikt av SNI 2007

Avdelning	Huvudgrupp	Benämning
A		Jordbruk, skogsbruk och fiske
	01	Jordbruk och jakt samt service i anslutning härtill
	02	Skogsbruk
	03	Fiske och vattenbruk
B		Utvinning av mineral
	05	Kolutvinning
	06	Utvinning av råpetroleum och naturgas
	07	Utvinning av metallmalmer
	08	Annan utvinning av mineral
	09	Service till utvinning
C		Tillverkning
	10	Livsmedelsframställning
	11	Framställning av drycker
	12	Tobaksvarutillverkning
	13	Textilvarutillverkning
	14	Tillverkning av kläder
	15	Tillverkning av läder, läder- och skinnvaror m.m.
	16	Tillverkning av trä och varor av trä, kork, rotting o.d. utom möbler
	17	Pappers- och pappersvarutillverkning
	18	Grafisk produktion och reproduktion av inspelningar
	19	Tillverkning av stenkolsprodukter och raffinerade
	20	Tillverkning av kemikalier och kemiska produkter
	21	Tillverkning av farmaceutiska basprodukter och läkemedel
	22	Tillverkning av gummi- och plastvaror
	23	Tillverkning av andra icke-metalliska mineraliska produkter
	24	Stål- och metallframställning
	25	Tillverkning av metallvaror utom maskiner och apparater
	26	Tillverkning av datorer, elektronikvaror och optik
	27	Tillverkning av elapparatur
	28	Tillverkning av övriga maskiner
	29	Tillverkning av motorfordon, släpfordon och påhängsvagnar
	30	Tillverkning av andra transportmedel
	31	Tillverkning av möbler
	32	Annan tillverkning
	33	Reparation och installation av maskiner och apparater
D		Försörjning av el, gas, värme och kyla
	35	Försörjning av el, gas, värme och kyla

Avdelning	Huvudgrup	Benämning
E		Vattenförsörjning; avloppsrening, avfallshantering och sanering
	36	Vattenförsörjning
	37	Avloppsrening
	38	Avfallshantering; återvinning
	39	Sanering, efterbehandling av jord och vatten samt annan verksamhet för föroreningsbekämpning
F		Byggverksamhet
	41	Byggande av hus
	42	Anläggningsarbeten
	43	Specialiserad bygg- och anläggningsverksamhet
G		Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar
	45	Handel samt reparation av motorfordon och motorcyklar
	46	Parti- och provisionshandel utom med motorfordon
	47	Detaljhandel utom med motorfordon och motorcyklar
H		Transport och magasinering
	49	Landtransport; transport i rörsystem
	50	Sjötransport
	51	Lufttransport
	52	Magasinering och stödtjänster till transport
	53	Post- och kurirverksamhet
I		Hotell- och restaurangverksamhet
	55	Hotell- och logiverksamhet
	56	Restaurang-, catering- och barverksamhet
J		Informations- och kommunikationsverksamhet
	58	Förlagsverksamhet
	59	Film-, video- och tv-programverksamhet, ljudinspelningar och fonogramutgivning
	60	Planering och sändning av program
	61	Telekommunikation
	62	Dataprogrammering, datakonsultverksamhet o.d.
	63	Informationstjänster
K		Finans- och försäkringsverksamhet
	64	Finansiella tjänster utom försäkring och pensionsfondsverksamhet
	65	Försäkring, återförsäkring och pensionsfondsverksamhet utom obligatorisk socialförsäkring
	66	Stödtjänster till finansiella tjänster och försäkring
L		Fastighetsverksamhet
	68	Fastighetsverksamhet
M		Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik
	69	Juridisk och ekonomisk konsultverksamhet
	70	Verksamheter som utövas av huvudkontor; konsulttjänster till
	71	Arkitekt- och teknisk konsultverksamhet; teknisk provning och
	72	Vetenskaplig forskning och utveckling
	73	Reklam och marknadsundersökning
	74	Annan verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik
	75	Veterinärverksamhet

Avdelning	Huvudgrup	Benämning	
N		Uthyrning, fastighetservice, resetjänster och andra stödtjänster	
	77	Uthyrning och leasing	
	78	Arbetsförmedling, bemanning och andra personalrelaterade	
	79	Resebyrå- och researrangörsverksamhet och andra resetjänster och relaterade tjänster	
	80	Säkerhets- och bevakningsverksamhet	
	81	Fastighetservice samt skötsel och underhåll av grönytor	
	82	Kontorstjänster och andra företagstjänster	
O		Offentlig förvaltning och försvar; obligatorisk socialförsäkring	
	84	Offentlig förvaltning och försvar; obligatorisk socialförsäkring	
P		Utbildning	
	85	Utbildning	
Q		Vård och omsorg; sociala tjänster	
		86	Hälso- och sjukvård
		87	Vård och omsorg med boende
		88	Öppna sociala insatser
R		Kultur, nöje och fritid	
		90	Konstnärlig och kulturell verksamhet samt
		91	Biblioteks-, arkiv- och museiverksamhet m.m.
		92	Spel- och vadhållningsverksamhet
	93	Sport-, fritids- och nöjesverksamhet	
S		Annan serviceverksamhet	
		94	Intressebevakning; religiös verksamhet
		95	Reparation av datorer, hushållsartiklar och personliga artiklar
	96	Andra konsumenttjänster	
T		Förvärvsarbete i hushåll; hushållens produktion av diverse varor tjänster för eget bruk	
		97	Förvärvsarbete i hushåll
		98	Hushållens produktion av diverse varor och tjänster för eget bruk
U		Verksamhet vid internationella organisationer, utländska o.d.	
		99	Verksamhet vid internationella organisationer, utländska

12.2 Bilaga 2. Viktiga företag inom betalningstjänster i Sverige¹²⁰

Firma	Instituttyp	Tillståndstyp	Bokslut	Omsättning (MSEK) ¹²¹	Antal anställda	Resultat efter finansiella poster (MSEK)	Balansomslutning (MSEK)
Svenska Handelsbanken AB	Bankaktiebolag	Okтроj och stadfästelse av bolagsordning	2015-12-31	40 336	11 819	20 475	2 522 133
Swedbank AB	Bankaktiebolag	Okтроj och stadfästelse av bolagsordning	2015-12-31	37 624	6 171	20 371	2 148 855
Skandinaviska Enskilda Banken AB	Bankaktiebolag	Okтроj och stadfästelse av bolagsordning	2015-12-31	44 148	16 599	20 865	2 495 964
ICA Banken AB	Bankaktiebolag	Okтроj och stadfästelse av bolagsordning	2015-12-31	939,6	338	375,6	14 307
Resurs Bank AB	Bankaktiebolag	Okтроj och stadfästelse av bolagsordning	2015-21-31	2 223	556	833	24 478
Skandiabanken AB (publ)	Bankaktiebolag	Okтроj och stadfästelse av bolagsordning	2015-12-31	1 567	475	97	56 762
Danske Bank A/S, Danmark	Utländsk banks filial i Sverige	Utgivning av elektroniska pengar; Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel	2012-12-31	8545	1286	3,9	680,9
Länsförsäkringar Bank AB (publ)	Bankaktiebolag	Okтроj och stadfästelse av bolagsordning	2014-12-31	2453,6	380	935	232180,2

¹²⁰ Källor: företagens årsredovisningar och Finansinspektions företagsregister.

¹²¹ För banker gäller summa av rörelseintäkter, dvs. räntenetto, provisionsnetto samt övriga intäkter.

Bilaga 2. Viktiga företag inom betalningstjänster i Sverige (fortsättning)

Firma	Instituttyp	Tillståndstyp	Bokslut	Omsättning (MSEK)	Antal anställda (snitt)	Resultat efter finansiella poster (MSEK)	Balansomslutning (MSEK)
Forex Bank AB	Bankaktiebolag	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning	2014-12-31	1358	1205	308	7124
Nordea Bank AB	Bankaktiebolag	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning	2015-12-31	10 140 (MEUR)	29 815	4 704 (MEUR)	646 868 (MEUR)
Marginalen Bank AB	Bankaktiebolag	Tillstånd att bedriva bankrörelse	2014-12-31	624,4	357	59,8	17,1
Ikano Bank AB (publ)	Bankaktiebolag	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning	2014-12-31	4077,9	709	447	26 185,6
Bankgirocentralen BGC AB	Bankgirocentralen BGC AB	Tillstånd som clearingorganisation	2015-12-31	789	230	65,8	425,6
MedMera Bank AB	Bankaktiebolag	Tillstånd att bedriva bankrörelse	2014-12-31	266,5	35	47,1	2807,4
SBAB Bank AB (publ)	Bankaktiebolag	Tillstånd att bedriva bankrörelse	2015-12-31	2 341	429	1 492	374 552
Telenor Sverige AB	Sv. reg. utgivare	Elpengar	2014-12-31	12168	1874	1853	14087
DIBS Payment Services AB	Sv. e-pengainstitut	Metod för betalningsvolym; Elpengar	2014-12-31	180,1	33	20,5	142,8
SEB Kort Bank AB	Bankaktiebolag	Tillstånd att bedriva bankrörelse	2014-12-31	5237	340	4005	15272
Paynova AB	Betalningsinstitut	Metod för betalningsvolym; Penningöverföring	2014-12-31	26,4	14	-14,5	18,2
Hi3G Access AB	Registr. betaltjänstleverantör	Genomföra betalningstransaktioner som systemoperatör	2014-12-31	6,7	1308	0,9	19,7
Collector Bank AB	Bankaktiebolag	Tillstånd att bedriva bankrörelse	2014-12-31	620,5	136	239,6	6552

Bilaga 2. Viktiga företag inom betalningstjänster i Sverige (fortsättning)

Firma	Instituttyp	Tillståndstyp	Bokslut	Omsättning (MSEK)	Antal anställda (snitt)	Resultat efter finansiella poster (MSEK)	Balansomslutning (MSEK)
Money Exchange Skandinavien AB	Registr. betaltjänstleverantör	Penningöverföring; Valutaväxling	2014-12-31	9,6	8	2,8	26275
Easycash Svenska AB	Registr. betaltjänstleverantör	Penningöverföring	2014-12-31	0,2	0	-0,1	0,1
Payson AB	Betalningsinstitut	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner	2014-12-31	28	16	374	91,5
Marginalen Financial Services AB	Registr. betaltjänstleverantör	Genomföra betaltransaktioner	2015-12-31	3,1	6	-1,3	3,0
Svea Exchange AB	Betalningsinstitut	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Metod för betalningsvolym; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring	2015-12-31	107,2	188	-48,3	163
Payer Financial Services AB	Registr. betaltjänstleverantör	Genomföra betaltransaktioner; Genomföra betalningstransaktioner som systemoperatör	2014-12-31	6 316	9	-2,6	11 430
Trustly Group AB	Betalningsinstitut	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlösa transaktionsbelopp; Penningöverföring	2014-12-31	101,5	56	35,9	167
iZettle AB	Sv. e-pengainstitut	Metod för betalningsvolym; Elpengar	2014-12-31	190 436	167	-197 184	378 210

Bilaga 2. Viktiga företag inom betalningstjänster i Sverige (fortsättning)

Firma	Instituttyp	Tillståndstyp	Bokslut	Omsättning (MSEK)	Antal anställda (snitt)	Resultat efter finansiella poster (MSEK)	Balansomslutning (MSEK)
Trygga Pengar i Mobilen Sverige AB	Registr. betaltjänstleverantör	Penningöverföring	2015-08-31	0	1	-0,8	0,2
Kivra AB	Registr. betaltjänstleverantör	Penningöverföring	2014-12-31	4,7	22	-16,5	58,9
Betalo AB	Betalningsinstitut	Metod för betalningsvolym; Penningöverföring	2015-08-31	7,4	3	-1,3	13
4T Sverige AB	Sv. e-pengainstitut	Metod för betalningsvolym; Elpengar	2015-12-31	24,7	7	-15,7	60,5
Billhop AB	Registr. betaltjänstleverantör	Penningöverföring	2015-06-30	1,7	3	-6,7	7,7
Seamless Remittance AB	Betalningsinstitut	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Utfärda betalningsinstrument; Inlösa transaktionsbelopp; Penningöverföring	2014-12-31	0,2	3	-5,6	12
24Money Payments AB (Publ)	Sv. e-pengainstitut	Annan finansiell verksamhet; Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Metod för betalningsvolym; Insättning/uttag betalkonto; Genomföra betaltransaktioner; Utfärda betalningsinstrument; Inlösa transaktionsbelopp; Penningöverföring; Genomföra betalningstransaktioner som systemoperatör; Elpengar; Valutaväxling	2014-12-31	35 872	17	-4 707	28 628

Bilaga 2. Viktiga företag inom betalningstjänster i Sverige (fortsättning)

Firma	Instituttyp	Tillståndstyp	Bokslut	Omsättning (MSEK)	Antal anställda (snitt)	Resultat efter finansiella poster (MSEK)	Balansomslutning (MSEK)
Kortaccept Nordic AB	Betalningsinstitut	Metod för betalningsvolym; Inlösa transaktionsbelopp	Bolaget registrerades 2015-05-29				
Getswish AB	<i>Finns ej i Finansinspektionens företagsregister</i>		2015-12-31	21,6	0	-1,6	91,5
Visa Sweden Förening ek. för.	<i>Finns ej i Finansinspektionens företagsregister</i>		2013-12-31	0	0	0	0,02
Payair Technologies AB	<i>Finns ej i Finansinspektionens företagsregister</i>		2015-06-30	3,5	17	-17	41 369
Payex Holding AB	<i>Finns ej i Finansinspektionens företagsregister</i>		2015-12-31	751,5	496	105,5	2 146

12.3 Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Registr. betaltjänstleverantör	Juba Express Money Transfer	BEG6; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Penningöverföring
Bankaktiebolag	Svenska Handelsbanken AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Swedbank AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Skandinaviska Enskilda Banken AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Ölands Bank AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Sparbanken Skåne AB (publ)	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Bergslagens Sparbank AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Utländsk banks filial	Toyota Kreditbank GmbH Tyskland,	VS4; VS7A	Betalningsförmedling; Penningmarknadsinstrument (checkar, växlar, depåbevis m.m)
Bankaktiebolag	Sparbanken Skaraborg AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Varbergs Sparbank AB (publ)	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Sparbanken Lidköping AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Vimmerby Sparbank AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	ICA Banken AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Resurs Bank Aktiebolag	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Tjustbygdens Sparbank Bankaktiebolag	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Skandiabanken Aktiebolag (publ)	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Utländsk banks filial	Crédit Agricole Corporate and Investment	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Utländsk banks filial	Danske Bank A/S, Danmark, Sverige Filial	VS15; VS4; VS5	Utgivning av elektroniska pengar; Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Bankaktiebolag	Swedbank Sjuhärad AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Länsförsäkringar Bank Aktiebolag (publ)	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Utländsk banks filial	Catella Bank Filial	VS15; VS4; VS5	Utgivning av elektroniska pengar; Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Bankaktiebolag	Sparbanken Rekarne AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Utländsk banks filial	Deutsche Bank AG bankfilial Stockholm	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Utländsk banks filial	Northern Trust Global Services Ltd (UK)	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Bankaktiebolag	Nordnet Bank AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Forex Bank Aktiebolag	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Nordea Bank AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Bankaktiebolag	Carnegie Investment Bank AB	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Utländsk banks filial	DNB Bank ASA, filial Sverige	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Utländsk banks filial	The Royal Bank of Scotland plc	VS7A	Penningmarknadsinstrument (checkar, växlar, depåbevis m.m)
Utländsk banks filial	Santander Consumer Bank AS Norge,	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Utländsk banks filial	BNP Paribas Fortis SA/NV, Bankfilial Sve	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Utländsk banks filial	Renault Finance Nordic bankfilial till	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Bankaktiebolag	Sparbanken Eken AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Bankaktiebolag	Sparbanken Göinge AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Utländsk banks filial	Standard Chartered Bank (United Kingdom)	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Utländsk banks filial	Ålandsbanken Abp(Finland),svensk filial	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Institutttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Bankaktiebolag	Marginalen Bank Bankaktiebolag	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Utländsk banks filial	Bank of China (Luxembourg) S.A. Stockholm	VS15; VS4; VS5	Utgivning av elektroniska pengar; Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Utländsk banks filial	PBB Deutsche Pfandbriefbank AG Stockholm	VS4	Betalningsförmedling
Bankaktiebolag	Ikano Bank AB (publ)	OKTR	Oktroj och stadfästelse av bolagsordning
Utländsk banks filial	Barclays Bank PLC filial Stockholm	VS15; VS4; VS5	Utgivning av elektroniska pengar; Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Utländsk banks filial	Lån & Spar Sverige, bankfilial	VS4	Betalningsförmedling
Utländsk banks filial	Citibank Europe plc, Sverige filial	VS4	Betalningsförmedling
Utländsk banks filial	EIKA KREDITTBANK AS FILIAL SVERIGE	VS4; VS5	Betalningsförmedling; Utställande av administration av betalningsmedel
Bankaktiebolag	OK-Q8 Bank AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Bankaktiebolag	Erik Penser Bankaktiebolag	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Bankgirocentralen BGC AB	Bankgirocentralen BGC AB	CL	Tillstånd som clearingorganisation
Bankaktiebolag	Volvofinans Bank AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Bankaktiebolag	MedMera Bank Aktiebolag	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Betalningsinstitut	ClearOn AB	BEG6; BEMB; BET1; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Metod för betalningsvolym; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Betalningsinstitut	Upplands Boservice Aktiebolag	BEMB; BET2	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner
Bankaktiebolag	TF Bank AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Bankaktiebolag	Amfa Bank AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Betalningsinstitut	Bambora AB	BEG3; BEG4; BEG5; BEMB; BET; BET4	Genomförande av betaltransaktioner; Genomförande av betaltransaktioner gm kreditutrymme; Utfärdande och/eller förvärvande av betalningsinstrument; Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlösa transaktionsbelopp
Bankaktiebolag	SBAB Bank AB (publ)	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Sv. reg. utgivare	Telenor Sverige AB	ELPE	Elpengar
Registr. betaltjänstleverantör	Föreningshuset Sedab AB	BET5	Penningöverföring
Bankaktiebolag	Landshypotek Bank Aktiebolag	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Sv. e-pengainstitut	DIBS Payment Services AB	BEMB; ELPE	Metod för betalningsvolym; Elpengar
Registr. betaltjänstleverantör	Svensk Företagskredit AB	AFIV; BET1; BET5	Annan finansiell verksamhet; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	I.M.T. Money Express AB (Monex)	BET5	Penningöverföring
Betalningsinstitut	Digital River World Payments AB	BEMB; BET2; BET4; BET5	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlösa transaktionsbelopp; Penningöverföring
Bankaktiebolag	Avanza Bank AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Bankaktiebolag	SEB Kort Bank AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Registr. betaltjänstleverantör	Direct2Internet Nordic AB	BET4	Inlösa transaktionsbelopp
Betalningsinstitut	Paynova AB	BEMB; BET5	Metod för betalningsvolym; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Hi3G Access AB	BET6	Genomföra betalningstransaktioner som systemoperatör
Bankaktiebolag	Collector Bank AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Registr. betaltjänstleverantör	Money Exchange Skandinavien Aktiebolag	BET5; VALV	Penningöverföring; Valutaväxling
Registr. betaltjänstleverantör	Easycash Svenska AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	RTH International Express AB	BEG6; BET1; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Betalningsinstitut	Payson AB	BEMB; BET2	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner
Bankaktiebolag	Nordax Bank AB (publ)	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Registr. betaltjänstleverantör	Change in Kungsgatan AB	BEG6; BET1	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Insättning/uttag betalkonto
Registr. betaltjänstleverantör	Syd Competence Service AB	BEG6; BET1; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Smart Refill i Helsingborg AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Marginalen Financial Services AB	BET2	Genomföra betaltransaktioner
Registr. betaltjänstleverantör	Dan Exchange i Sverige AB	BEG6; BET1; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Betalningsinstitut	Svea Exchange AB	BEG6; BEMB; BET1; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Metod för betalningsvolym; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Payer Financial Services AB	BET2; BET6	Genomföra betaltransaktioner; Genomföra betalningstransaktioner som systemoperatör
Betalningsinstitut	Trustly Group AB	BEMB; BET2; BET4; BET5	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlösa transaktionsbelopp; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Eurosam Express AB	BET1; BET5	Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Am Sweden Money Transfer AB	BET5	Penningöverföring

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Registr. betaltjänstleverantör	Worldexchange Stockholm AB	BET1; BET5	Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Tawakal Express Service AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Kapitalex AB	BEG6; BET1; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	SAHMIYE AB	BET5	Penningöverföring
Sv. e-pengainstitut	iZettle AB	BEMB; ELPE	Metod för betalningsvolym; Elpengar
Bankaktiebolag	Sparbanken Alingsås AB	BANK	Tillstånd att bedriva bankrörelse
Registr. betaltjänstleverantör	Trygga Pengar i Mobilen Sverige AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Merex International AB	BEG6; BET1; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	ChangeGroup Sweden AB	BET1	Insättning/uttag betalkonto
Registr. betaltjänstleverantör	Kivra AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Scandinavian T&E AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Skandsom Trading AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Money Transfer Sweden Wisam AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Swe Economic Star AB	BEG6; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Penningöverföring
Betalningsinstitut	Betalo AB	BEMB; BET5	Metod för betalningsvolym; Penningöverföring

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Sv. e-pengainstitut	4T Sverige AB	BEMB; ELPE	Metod för betalningsvolym; Elpengar
Registr. betaltjänstleverantör	Billhop AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Horyaal Enterprise AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	SwExchange AB	BET5	Penningöverföring
Betalningsinstitut	Seamless Remittance AB	BEMB; BET2; BET3; BET4; BET5	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Utfärda betalningsinstrument; Inlösa transaktionsbelopp; Penningöverföring
Sv. e-pengainstitut	24Money Payments AB (Publ)	AFIV; BEG6; BEMB; BET1; BET2; BET3; BET4; BET5; BET6; ELPE; VALV	Annan finansiell verksamhet; Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Metod för betalningsvolym; Insättning/uttag betalkonto; Genomföra betaltransaktioner; Utfärda betalningsinstrument; Inlösa transaktionsbelopp; Penningöverföring; Genomföra betalningstransaktioner som systemoperatör; Elpengar; Valutaväxling
Betalningsinstitut	Aman Finance AB	BEG6; BEMA; BET1; BET2; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Metod för fasta omkostnader; Insättning/uttag betalkonto; Genomföra betaltransaktioner; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	JubaEx Sweden AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	OSOB Express Money Transfer AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Parsint AB	BEG6; BET1; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Landex AB	BET1; BET5	Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Registr. betaltjänstleverantör	Sarafi Stockholm AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Moneyswop AB	AFIV; BET1; BET5	Annan finansiell verksamhet; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Lagdera AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Siraadley Service AB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	TransferGalaxy AB	BET5	Penningöverföring
Betalningsinstitut	Sparlån Sverige AB	BEMB; BET2	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner
Betalningsinstitut	Kortaccept Nordic AB	BEMB; BET4	Metod för betalningsvolym; Inlösa transaktionsbelopp
Registr. betaltjänstleverantör	ESSE Money Exchange AB	BET1; BET5	Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	IFTIN Online and Telecom Money Transfer	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Dahir Money Transfer	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Bagherzadeh Tabrizi, Ali Akbar	BET1; BET5	Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Adde Moneytransfer Services	BET1; BET5	Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Shantasom Global Money Transfer	BET5	Penningöverföring
Betalningsinstitut	HSB Stockholm ekonomisk förening	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Betalningsinstitut	HSB Södertälje Ekonomisk Förening	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Betalningsinstitut	HSB Södermanlands län ek.för.	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Betalningsinstitut	HSB Dalarna	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Betalningsinstitut	HSB Östergötland ekonomisk förening	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Registr. betaltjänstleverantör	Tecele, Goitom Yohannes	BET5	Penningöverföring
Betalningsinstitut	HSB Göta ekonomisk förening	BEMB; BET2	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner
Betalningsinstitut	HSB Sydost ekonomisk förening	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Registr. betaltjänstleverantör	RIHAM ONLINE	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Rüya, Elivin	BET1; BET5	Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Betalningsinstitut	HSB Nordvästra Skåne ek.för.	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Registr. betaltjänstleverantör	HSB Landskrona ekonomisk förening	BET2	Genomföra betaltransaktioner
Registr. betaltjänstleverantör	HSB Mölndal ekonomisk förening	BET2	Genomföra betaltransaktioner
Betalningsinstitut	HSB Göteborg ekonomisk förening	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Registr. betaltjänstleverantör	HSB Norra Bohuslän ekonomisk förening	BET2	Genomföra betaltransaktioner

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Betalningsinstitut	HSB Södertörn Ek.för.	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Betalningsinstitut	HSB Nordvästra Götaland ek.för.	BEMB; BET2	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner
Betalningsinstitut	HSB Mälardalen Ek.för.	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Registr. betaltjänstleverantör	Amal Express Ekonomisk förening	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Swedsom Sarif and Hawala Ekonomisk	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	HSB Karlskoga-Degerfors ek.för.	BET2	Genomföra betaltransaktioner
Betalningsinstitut	HSB Södra Norrland ekonomisk förening	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Registr. betaltjänstleverantör	St.Mary's Money Link	BET5	Penningöverföring
Betalningsinstitut	HSB Norr ek.för.	BEMB; BET2; INLÅ	Metod för betalningsvolym; Genomföra betaltransaktioner; Inlåning
Registr. betaltjänstleverantör	Hodo Globan Express	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Hashi, Ahmed Abdirashid	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	PARCA Handelsbolag	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Kaah Express HB	BET5	Penningöverföring

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.

Bilaga 3. Aktörer som erbjuder tjänster kopplat till betalningar (fortsättning)

Instituttyp	Firma	Tillståndstyp	Beskrivning
Registr. betaltjänstleverantör	Sthlm-Dahabsh (D SH) Kommanditbolag	BEG6; BET1; BET5	Gränsöverskridande verksamhet med penningöverföring; Insättning/uttag betalkonto; Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Taran Express Handelsbolag	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Amaana Express HB	BET5	Penningöverföring
Registr. betaltjänstleverantör	Amiin Capital Handelsbolag	BET5	Penningöverföring

Källa: Finansinspektionen. Företagsregistret.



Adress 103 85 Stockholm

Telefon 08-700 16 00

Fax 08-24 55 43

konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se