

Underbart är kort – utom bankens avgifter

Än en gång försöker handelns representanter samla ihop sig i kampen mot bankernas avgifter för inlösen av korttransaktioner. Och återigen blir svaret det samma - kortavgiften är en del i en större affärsuppgörelse och något bankerna tänker förhandla med respektive butik eller kedja.

Frågan är om diskussionerna kring handelns kortavgifter någonsin leder till ett resultat som alla inblandade känner sig nöjda med. Avgiftsnivån ska väl snarast ses som en konsekvens av rådande styrkeförhållanden mellan parterna, där få aktörer på banksidan har ett övertag mot många och splittrade aktörer i detaljhandelsledet (även om vi ser en snabb strukturomvandling i riktning mot större, starkare och mer sammanhållna aktörer). Och handelns enda reella motvåpen, att skapa egna slagkraftiga kortlösningar, har åtminstone tillfälligt gått i stå efter bakslagen för detaljhandelsbankerna.

Men konflikten rymmer också ett mer destruktivt inslag. Pressar bankerna upp handelns kortavgifter för mycket kan det slå tillbaks mot dem själva – handeln kommer att propagera för en återgång till kontanter och checkar. Och det är en utveckling med bara förlorare som ingen vill ha.

Kanske vore det bättre om diskussionerna i stället fokuserades kring hur framtidens betalningslösningar inom handeln egentligen ska se ut. För även om avgiftsfrågan förmodligen är en evig tvistefråga så borde det finnas en hel del andra gemensamma agendor mellan banker och handeln.

Systemfel i avgiftsmodellen? Svenska banker har länge prioriterat bankkortet framför kreditkortet. Då bankkortet oftast bygger på små men fasta avgifter för butikerna slår detta hårt vid småköp. Kreditkortet däremot har höga procentuella avgifter för butikerna vilket är förödande för den marginalpressade kapitalvaruhandeln. Detta är tvärt emot situationen i USA, där handeln klagat över höga avgifter på bankkortet men mera sällan på kreditkortet. Man frågar sig osökt varför det råder en omvänd situation på olika marknader för identiska produkter?

Därför borde parterna inrikta sig på att diskutera fram en ny och mer neutral avgiftsmodell som stimulerar till en generellt ökad kortanvändning inom handeln. Det torde också finnas outnyttjade synergier att ta fram vid ett närmare samarbete mellan bankerna och detaljhandeln, t ex att bankernas kort kan bli bärare för de bonusprogram som är en viktig del i detaljhandelns marknadsföring.

Detaljhandelns egna kortlösningar. Handeln sitter alltid på möjligheten att styra över kundernas betalningar mot egna kortlösningar genom att vidareutveckla sina befintliga bonuskort. Detta skulle ge både sänka hanteringskostnader och möjlighet att utveckla marknadsföring och relationerna med kunderna ytterligare.

Men då krävs det kraftfullare satsningar och mer nytänkande kortprodukter och kanske även samarbeten mellan olika kedjor och branscher. Och bankerna kan mycket väl få en del av kakan genom att agera partners och underleverantörer till handelns egna kortlösningar.

Nya tekniska lösningar. Det som kashkortet blev ett fiasko främst beroende på att produkten inte hade några konkreta mervärden vare sig för kunderna eller handeln (detta trots att teknologin i sig rymmer stora möjligheter på t ex marknadsföringsområdet). Och de nya betalningsteknologier som utvecklas internationellt, t ex radiobaserade lösningar, kan bara förverkligas om banker och handeln förmår samarbeta och hitta gemensamma synergier.

Så vad som efterlyses är en ny och mer konstruktiv debatt kring handelns korthantering som har sin grund i hur betalströmmarna kan effektiviseras, utvecklas och bli en mer integrerad del av framtidens detaljhandelserbjudande.

Ander Kron och Magnus Berthling är konsulter på Pharos Executive Partners och är specialiserade på affärsutveckling inom bank- och betaltjänster respektive detaljhandelssektorn.

Pharos Executive Partners är ett svenskt konsultbolag specialiserad på strategi och strukturfrågor inom bla handel och den finansiella sektorn.