



ANFÖRANDE

DATUM: 2011-05-03
TALARE: Vice riksbankschef Lars Nyberg
PLATS: Cards and Cash Payments Forum, Stockholm

SVERIGES RIKSBANK
SE-103 37 Stockholm
(Brunkebergstorg 11)

Tel +46 8 787 00 00
Fax +46 8 21 05 31
registratorn@riksbank.se
www.riksbank.se

■ Kommer kort att ersätta kontanter?¹

Sedan senare hälften av 1800-talet har evolutionsläran blivit allmänt accepterad i samhället. Det anses självklart att bättre anpassade arter tränger undan dem som är sämre anpassade. Förändringar i miljön kan rentav leda till att vissa arter dör ut. Det finns inte längre några sabeltandade tigrar eller mammutar eftersom istiden är över. En ny art kan också på ett avgörande sätt vara överlägsen en annan art. Det är därför det inte finns några Neandertalmänniskor kvar. Samtidigt finns det andra förbluffande gamla arter kvar. Krokodildjuren har funnits i 85 miljoner år och havstofsstjärten kan, om jag är rätt underrättad, spåras upp till 400 miljoner år tillbaka.

En evolution, om än av lite annat slag, sker nu också på marknaden för betalningar. Vår omvärld förändras genom den snabba tekniska utvecklingen. Det uppstår nya sätt att betala. Bank- och kreditkort har blivit en naturlig del av vår vardag liksom internetbanken. I Sverige har checkar konkurrerats ut och används knappast alls. Antalet pappersbaserade gireringar minskar snabbt och också kontantanvändningen förefaller minska. Värdet av sedlar och mynt i cirkulation har fallit från 9,6% av BNP 1950 till 2,9% 2010. Så frågan är: Är kontanter att jämföra med Neandertalarna som dog ut eller mer lika krokodilerna som överlevt?

Varför är nu detta av intresse för Riksbanken? Ett första uppenbart svar är för att det är vi som ger ut sedlar och mynt. Ett annat, och mer komplicerat, svar är för att det är Riksbanken som har i uppdrag att *främja ett säkert och effektivt betalningsväsende*. Det kan låta lite högtravande, men det betyder bland annat att vi ska *främja utvecklingen av säkra och effektiva betalningar*. Därför har vi ett naturligt intresse för kort och kontanter. Vi är alltså intresserade av evolutionen på marknaden för betalningar och det är alltså därför jag står här idag.

Det jag tänker tala om idag är varför jag tror att kontanter kommer att fortsätta att spela en viktig roll i vårt betalningssystem under en överskådlig tid framöver (om än inte 85 miljoner år) och varför inte korten och den tekniska utvecklingen kommer att kunna ersätta dem fullt ut. Ironiskt nog ligger en del av förklaringen i den starka ställningen som bank- och kreditkort har på den svenska marknaden. Som alltid vill jag påpeka att det är min egen syn jag framför, och den delas inte nödvändigtvis av mina kollegor i Riksbankens direktion.

¹ Jag vill tacka Björn Segendorff som bidragit till detta anförande

■ Kort och kontanter i Sverige

Kort konkurrerar med kontanter när vi betalar direkt på försäljningsstället, t.ex. i en livsmedelsbutik, bensinstation, restaurang eller på en biograf. Det är kunden som väljer hur hon vill betala och eftersom vi inte längre använder checkar i Sverige står valet mellan kort och kontanter. En hög kortanvändning tenderar därför att gå hand i hand med en låg kontantanvändning, och vice versa.

I Sverige har användningen av kort ökat snabbt under de senaste åren. År 2009 genomförde den genomsnittlige svensken 182 kortbetalningar men gjorde endast knappa 30 kontantuttag. Det betyder att värdet av betalningarna med kort har femfaldigats och antalet betalningar med kort mer än sjufaldigats under de senaste 10 åren. Tyvärr finns inte motsvarande statistik för kontanter, men om vi utgår från att de kontanter som tas ut ur uttagsautomater används för inköp är värdet av alla kortbetalningar 3 gånger så stort som värdet av alla kontantbetalningar över disk. Ett annat sätt att mäta kontantanvändningen är att jämföra värdet av sedlar och mynt i cirkulation, det som brukar kallas M0, med BNP. Gör vi det ser vi att M0 mellan åren 2001 och 2010 har fallit från 3,8% till 2,9% av BNP. Cirka 2/3 av betalningarna i handeln görs med kort, men med viss reservation för att det är svårt att exakt mäta antalet kontantbetalningar i ekonomin.

Situationen i Danmark och Finland är ungefär densamma som i Sverige. För Sveriges del innebär det en stor upphämtning från i början av millenniet då vi använde kort endast hälften så mycket som övriga nordiska länder. I ett bredare internationellt perspektiv använder vi i Sverige kort i jämförelsevis hög utsträckning. Just kombinationen av låg kontantanvändning och hög kortanvändning är unik för ett mindre antal länder, däribland de nordiska länderna och Kanada.² Vissa länder, som t.ex. USA, har både en hög kort- och kontantanvändning, men då måste man också komma ihåg att en del av USA:s sedlar och mynt är i omlopp utanför USA. Detta gäller även eurozonen, men där är kortanvändningen betydligt lägre.

Varför används kontanter?

Varför väljer man att betala med kontanter? Det finns flera anledningar. För det första går det smidigt och snabbt att betala små belopp med kontanter. Att lämna över ett jämnt belopp för t.ex. en kvällstidning kan gå snabbare än att använda kort. En undersökning Riksbanken lät göra i höstas visade att 59% uppger att de för belopp under 100 kronor helst vill betala med kontanter. För belopp mellan 100 och 500 kronor uppger 22% att de föredrar kontanter. För det andra tycks kontanter inge en känsla av trygghet och vår undersökning visar att 65% känner sig mycket trygga med kontanter mot 35% för kort. Begreppet trygghet kan ha många olika innebörder, men känslan av ha hela transaktionen under kontroll är central. En korttransaktion kan kännas mindre konkret och mer svårförståelig. Det kan också vara svårt att uppskatta risken för att bli bedragen, exempelvis genom att kortet blir kopierat i smyg (skimming). Vi vet att äldre personer är betydligt mer benägna att använda kontanter och mindre benägna att använda kort än vad yngre personer är. Skillnaden är dessutom betydande. För det tredje finns det inte alltid lämpliga substitut till kontanter. Även om kort accepteras nästan överallt så är alternativen få när det gäller betalningar mellan privatpersoner, t.ex. på andrahandsmarknader såsom

² Jämförelsen baseras på kontantanvändning mätt som värdet på sedlar och mynt i omlopp (M0) i relation till BNP samt antalet kortbetalningar per person och år.

■ Blocket m.fl. Att göra en överföring mellan två bankkonton via internetbank på kvällen som betalning för en soffa är inte alltid ett smidigt alternativ till kontanter. Här fyllde checkarna en viktig funktion. För det fjärde är kontanter ett sätt att lagra ett värde och det är många gånger klokt att hålla sig med en viss likviditetsreserv i form av kontanter.

Trots allt det jag hittills berättat om kontantanvändningen i Sverige och internationellt så är det mycket som vi inte vet eller kan förklara. Riksbanken gjorde en studie 2007 där vi ville undersöka hur stor del av kontanterna i cirkulation som kunde förklaras utifrån vad vi vet om kontantanvändningen.³ Vi utgick från tillgänglig statistik på omsättningen i handeln, andrahandsmarknader, likviditetsbuffertar, förlorade eller förstörda sedlar och mynt och en mängd andra faktorer. Trots detta kunde vi inte förklara mer än ca 40% av värdet på de sedlar och mynt som finns i omlopp. Även om studien inte sträckte sig längre än till 2004 så vågar jag påstå att vi inte heller idag kan förklara vad en stor del av kontanterna används till. En del av förklaringen kan vara att allmänheten har mer pengar liggande hemma som buffert än vad vi tror. Tyvärr är det svårt att få bra statistik på sådant eftersom det kan uppfattas som riskfyllt och känsligt att säga hur mycket pengar man har hemma. En annan förklaring är att kontanter används inom den svarta sektorn, t.ex. för olika tjänster i hemmet såsom bygg- och städtjänster.

Det finns alltså en lång rad goda skäl som förklarar varför vi använder oss av kontanter och kommer att fortsätta göra det under en lång tid framöver. Bara av detta skäl kan det finnas en nedre gräns för hur lågt kontantanvändningen kan falla. Var denna nedre gräns kan tänkas hamna och hur snabbt vi kan tänkas nå dit kommer till stor del att bero på vilka andra betaltjänster som utvecklas. För betalningar från privatpersoner till företag finns det ett antal olika konkurrerande tjänster såsom kortbetalningar, mobila betalningar, internetöverföringar osv. För betalningar mellan privatpersoner är alternativen mycket färre. Trots den tekniska utvecklingen har det inte i detta sammanhang kommit fram någon fullgod ersättare till checkarna.

Vad krävs för att nya betaltjänster ska lyckas?

Det finns ett par fundamentala egenskaper hos betalningssystemet som påverkar möjligheterna att framgångsrikt lansera nya substitut till kontanter och andra existerande betaltjänster. En del av dessa egenskaper reser barriärer mot innovationer och kan på det sättet bidra till att skydda de redan etablerade betaltjänsterna. Om vi utgår från att nya betaltjänster på ett eller annat sätt kommer att bygga på att betalningar genomförs på elektronisk väg mellan konton i ett eller flera olika kontoförande institut så finns det åtminstone tre problem att övervinna för den betaltjänst som ska lyckas.

För det första är själva lanseringen av ett nytt betalsystem kostsam. Däremot är det i allmänhet inte mycket dyrare att producera ett stort antal betalningar än ett mindre antal eftersom man vinner vad som brukar kallas för skalfördelar eller stordriftsfördelar. Men för ett nytt system tar det ett tag innan man når dithän. Kostnaderna för att bygga, bemanna och underhålla ett sådant här tekniskt system är ganska höga, och det är först när systemet väl finns på plats som kostnaderna börjar sjunka. Då är kostnaden för att processa ytterligare en betalning nästan noll. Den genomsnittliga kostnaden för att genomföra en be-

³ Guibourg, Gabriela och Björn Segendorf (2007). The Use of Cash and the Size of the Shadow Economy in Sweden. Sveriges Riksbank Working Paper Series. Nr. 204.

■ talning minskar alltså med antalet betalningar. Det pris per transaktion som producenten kanta utan att gå med förlust blir därför lågt. Redan etablerade betaltjänster med stora volymer har därför en kostnadsfördel. Ju större volymer den redan etablerade tjänsten har, desto större är övertaget. Situationen för en ny tjänst är precis den motsatta. Man har, åtminstone initialt, ett litet antal betalningar att fördela de fasta kostnaderna över. Om man inte vill prissätta sig ur marknaden kommer man att gå med förlust fram till dess att tjänsten nått en tillräckligt hög volym. En ny betaltjänst har därför en betydande kostnadsnackdel jämfört med en etablerad tjänst.

För det andra måste ett nytt system slåss mot de så kallade nätverkseffekterna. Det klassiska exemplet på nätverkseffekter är telefoni. Att som första person ha en telefon ger inga fördelar. Är man två som har telefon kan man åtminstone ringa varandra vilket har ett värde. För varje ny telefoninnehavare som knyts till telenätet ökar också nyttan för de redan anslutna av att inneha en telefon eftersom antalet personer som kan nås nu har ökat. Det här resonemanget om telefoni kan lätt överföras till betaltjänster där alla vill kunna sända betalningar till och ta emot betalningar av alla andra, exempelvis en tjänst för betalningar, privatpersoner (P2P) emellan.

Resonemanget blir mer komplicerat när vi talar om betalningar från konsument till företag (P2B). Man brukar kalla betaltjänstemarknader med två distinkta betaltjänstkunder och enkelriktade betalningsflöden för tvåsidiga marknader. Marknaden för betalningar på inköpsstället (POS, Point-of-Sale) är en sådan tvåsidig marknad. Betalningen går där från privatkunden till företaget och inte tvärtom. För köpmännen är det bara attraktivt att delta på kortmarknaden om det finns tillräckligt många konsumenter med kort. Likaså är det bara attraktivt för konsumenterna att ha kort om dessa går att använda i tillräckligt många butiker. En ny betaltjänst på en tvåsidig marknad måste lösa det här "hönan-och-ägget-problemet", dvs. säkerställa att tillräckligt många konsumenter och köpmän kommer med. Om man lanserar en produkt som inte i grunden bygger på existerande betaltjänster så är detta ett reellt problem. Bankerna lyckades att lösa problemet för kortbetalningar, men betänk vilken lång tid det har tagit att komma upp i de volymer vi ser idag. Betänk också att bankerna inte lyckades lösa detta problem för e-pengaprodukten Cash Card som slutgiltigt lades ner för ett antal år sedan.

En naturlig konsekvens av nätverkseffekterna är att de som redan är anslutna till ett väl utbyggt nätverk, t.ex. för kortbetalningar, kommer att överväga om det är värt att ansluta sig till ett nytt nätverk som idag är mycket mindre, men som i framtiden eventuellt kan bli lika stort eller större än det befintliga nätverket. Man riskerar ju att inte kunna nå lika många betalningsavsändare eller mottagare i det nya nätverket. Då är det bättre för konsumenten eller handelsmannen att avvakta och kanske ansluta sig senare när en kritisk massa uppnåtts. Att lansera en tjänst som inte bygger på ett etablerat nätverk är därför mycket svårare och kostsammare än att bygga nya tjänster på etablerade nätverk.

För det tredje är det enklare och billigare för etablerade betalningsförmedlare att lansera nya produkter eftersom de har fördelen av att sitta på en upparbetad kundstock som redan köper deras tjänster. Denna kundstock kan man lätt nå genom den upparbetade relation man redan har. Kunderna har då också redan ett konto hos betalningsförmedlaren, vanligtvis en bank, som kan användas som utgångspunkt för nya betaltjänster.

De etablerade aktörerna har också en fördel av att kundrelationerna ger upphov till en viss inlåsnings effekt, dvs. det kan vara förknippat med vissa kostnader för kunden att byta tjänsteleverantör, t.ex. bank. Den nya bankens kontor kan ligga längre bort från bostaden, de juridiska villkoren kring betaltjänsterna vara olika, kundtjänsten vara långsammare, personalen inte så trevlig osv. Att få privatpersoner att byta bank har visat sig långt svårare än man trott. Den nya alternativa tjänsten måste med god marginal vara bättre än den befintliga betaltjänsten för att det ska vara attraktivt för kunden att byta. Detta påverkar innovatörens möjligheter att ta betalt och därmed minskar dennes incitament att lansera en ny tjänst.

Trots svårigheter av det slag jag just diskuterat finns det exempel på mycket lyckade lanseringar av innovativa betalsätt. Ett sådant exempel är introduktionen av M-PESA i Kenya 2007. M-PESA är en mobil betaltjänst som bygger på SMS och som har lanserats av den ledande mobiloperatören, Safaricom. En av poängerna i sammanhanget är att en stor del av befolkningen hade mobiltelefoner men inte bankkonto. Mobiloperatören hade alltså en stor upparbetad kundstock och därigenom en fördel. Genom att först lansera M-Pesa som en tjänst för betalningar mellan privatpersoner kunde man fokusera på att få en kundgrupp att ansluta sig. På så vis kunde man genast och fullt ut utnyttja de nätverkseffekter som fanns. När privatkunderna väl var anslutna och använde tjänsten var tiden mogen att också erbjuda den till köpmännen. På så vis kringgick man problemet med hönan och ägget. Slutligen hade man redan IT-plattformar och kommunikationsutrustning som en del av sin ordinarie affärsverksamhet. Man kunde alltså undvika stora investeringskostnader och utnyttja stordriftsfördelar genom att producera betaltjänsterna på den befintliga infrastrukturen. Inte heller konkurrerade man med någon annan egen produkt. Med en väl utarbetad affärsidé kunde man alltså kringgå alla de barriärer jag nämnt.

Kontantanvändningen i framtiden

Vad betyder nu allt det jag har pratat om idag för användningen av kort och kontanter i framtiden? Kommer korten att konkurreras ut av några nya produkter och kommer kontanterna gradvis att helt försvinna? Jag tror inte det.

Antag att någon vill lansera en ny betaltjänst för vardagsbetalningar och att denna tjänst inte bygger på någon existerande betaltjänst. Ska den inte enbart bli en nischprodukt kommer den att behöva konkurrera med korten. Men höga initiala kostnader kombinerat med kortens starka ställning – både i termer av låga kostnader stort nätverk och en pålitlig kundstock hos bankerna som är van att hantera kort – gör att det finns starka barriärer mot sådana genuint nya betaltjänster. Kom ihåg att M-Pesas framgång bygger på att endast en liten del av befolkningen hade bankkonton och att kort var ovanliga. Situationen i Sverige är helt annorlunda och för svenskt vidkommande tror jag inte att hotet mot kontanterna (eller korten) kommer från en genuint ny produkt.

Ett alternativ till att bygga en helt ny betaltjänst är att vidareutveckla en existerande tjänst. Det skulle kunna röra sig om ett nytt sätt att initiera kortbetalningar, exempelvis genom mobiltelefonen. På så sätt skulle den nya tjänsten gynnas av stordriftsfördelar och nätverkseffekter hos den befintliga tjänsten. De initiala investeringarna skulle också bli lägre eftersom infrastrukturen redan finns på plats. Barriärerna mot sådana betaltjänster är lägre än för genuint nya betaltjänster och det är troligt att en sådan utveckling främst skulle komma att drivas av de existerande aktörerna på betalmarknaden, möjligtvis i samarbete

■ med någon extern part såsom exempelvis en mobiloperatör. Swedbank och Payair bedriver för närvarande ett pilotförsök med mobiltelefoninitierade kortbetalningar i Uppsala. Sådana lösningar kan bidra till att minska kontantanvändningen i handeln om de upplevs som säkra och smidiga.

Kontanternas roll i betalningar från kund till företag minskar stadigt, men deras ställning som betalningsmedel i betalningar mellan privatpersoner är fortfarande stark. Trängs inte kontanterna ut från det här användningsområdet kommer de alltså att spela en viktig roll i vårt betalningssystem. Därför tror jag att den stora utmaningen mot kontanterna är om en ny betaltjänst skulle kunna användas för snabba och säkra betalningar mellan privatpersoner. Det finns intressanta projekt och produkter som kan hota kontanterna i det avseendet. Sverige ligger långt framme på det här området och de svenska bankerna arbetar på en intressant mobiltelefonbaserad tjänst för person-till-personbetalningar i realtid.⁴ Square är en annan intressant produkt, som dock endast är tillgänglig i USA, som tillåter kortbetalningar mellan privatpersoner genom att man ansluter en liten kortläsare till mobiltelefonen.⁵

Vilken väg den tekniska utvecklingen än tar kommer den nog att innebära att kontantanvändningen fortsätter att minska. Vi kommer att ha fler betaltjänster att välja på och konkurrensen kommer att öka. Hur långt kontantanvändningen kommer att pressas tillbaka beror på vilka alternativa betaltjänster som etableras. Samma barriärer som skyddar korten mot konkurrerande produkter kommer också i viss mån att skydda kontanterna. Men framför allt är kontanter enkla och smidiga som betalmedel, särskilt för små transaktioner. Det uppskattar konsumenterna, och konsumenternas vanor är inte så lätta att ändra har det visat sig. Det ska bli spännande att följa den utvecklingen. Evolutionen kommer obönhörligt att ha sin gång. Men kontanterna kommer att överleva, liksom krodilen, även om de successivt tvingas att se sin livsmiljö begränsas.

⁴ Pressmeddelande från Bankföreningen 2010-03-24

⁵ Squareup.com