



Betaltjänstmarknaden i Sverige

RAPPORT 2017:7

Betaltjänstmarknaden i Sverige

Konkurrensverkets rapportserie 2017:7

Konkurrensverket maj 2017
Utredare: Stefan Åkerblom
ISSN-nr 1401-8438
Elanders Sverige AB, 2017
Foto: Matton Images

Förord

Betaltjänstmarknaden är en viktig marknad eftersom den påverkar förutsättningarna för många andra marknader. Att betalningar kan utföras snabbt, effektivt och säkert är exempelvis viktiga förutsättningar för den växande e-handeln och delningsekonomin, som båda har varit särskilda fokusområden för Konkurrensverket under det senaste året.

Den svenska betaltjänstmarknaden är under snabb förändring. Det visar sig bland annat i form av många nya aktörer, förändrad reglering och minskad användning av kontanter. Dessutom är det en marknad som traditionellt kännetecknas av olika typer av samarbeten mellan olika aktörer, vilket innebär att det finns en tydlig konkurrensmässig aspekt som präglar marknaden.

Sammantaget har Konkurrensverket sett ett behov av att analysera betaltjänstmarknaden djupare. Detta har gjorts dels i form av en uppdragsforskningsrapport (*Framväxten av mobila, elektroniska betalningstjänster i Sverige – en studie av förändring inom betalsystemet* 2016:4), dels i form av den här rapporten som är avsedd att komplettera uppdragsforskningsrapporten. Uppdragsforskningsrapporten belyste betaltjänstmarknaden övergripande, samt hur dess karaktär har utvecklats över tid. Denna rapport fokuserar i större utsträckning på de aktörer som verkar på marknaden.

Stockholm maj 2017

Karin Lunning
Tf. generaldirektör

Innehåll

Sammanfattning	5
Summary	6
1 Inledning	7
1.1 Syfte	8
1.2 Definitioner	9
1.3 Avgränsningar	11
2 Tidigare rapporter	13
2.1 Uppdragsforskningsrapport 2016	13
2.2 Övriga rapporter	15
3 Utvecklingen av olika typer av betalningar	18
3.1 Betalningar i Sverige	18
3.2 Internationell utblick	26
4 Aktörer på betaltjänstmarknaden	29
4.1 Olika typer av aktörer	29
4.2 Antal aktörer	39
4.3 Aktörernas storlek	40
5 Regelverk och konkurrens	52
5.1 Det andra betaltjänstdirektivet	52
5.2 Konkurrensärenden i olika europeiska länder	56
6 Slutsatser	62
Referenser	67

Sammanfattning

Den svenska betaltjänstmarknaden är växande till följd av att konsumenterna handlar allt mer. Det gäller framför allt e-handel. Utvecklingen har medfört förändrade betalningsmönster och ökade möjligheter för de aktörer som verkar på betaltjänstmarknaden.

Syftet med den här rapporten är att komplettera den kartläggning som gjordes i Konkurrensverkets uppdragsforskningsrapport *Framväxten av mobila, elektroniska betalningstjänster i Sverige – en studie av förändring inom betalsystemet* (2016:4). Detta i form av ytterligare marknadsdata och fördjupade beskrivningar av framför allt marknadens aktörer.

Rapporten belyser att de större bankerna fortfarande har en stark ställning på den svenska betaltjänstmarknaden, även om många nya aktörer har växt fram och successivt tagit andelar under de senaste åren. Bankernas starka ställning beror i stor utsträckning på deras involvering i flera av betalkedjans olika led, bland annat genom samägda tjänster som till exempel Bank ID.

Även om den svenska betaltjänstmarknaden har förändrats relativt kraftigt de senaste åren kan den komma att förändras ytterligare framöver. Detta bland annat till följd av ikraftträdandet av det andra betaltjänstdirektivet, möjlig etablering av stora multinationella aktörer på den svenska marknaden, det pågående införandet av kontaktlösa kortbetalningar, förväntad ökning av mobila betalningar och blockkedjeteknologins framtida utveckling.

Konkurrensverket kommer att fortsätta bevaka den svenska betaltjänstmarknaden med särskilt fokus på de olika samarbeten som förekommer.

Summary

The Swedish payment service market is growing as consumers are buying more and more. This is especially the case for e-commerce. The development has resulted in changed payment patterns and increased opportunities for actors in the payment service market.

The purpose of this report is to supplement the Swedish Competition Authority's commissioned research report *The emergence of mobile, electronic payment services in Sweden - a study of change in the payment system* (2016: 4). This in the form of additional market data and in-depth descriptions, in particular of market players.

This report highlights the fact that the larger banks still have a strong position in the Swedish payment service market, although many new players have grown and gradually taken shares in recent years. The banks' strong position is largely due to their involvement in several levels of the payment chain, including through joint ventures such as Bank ID.

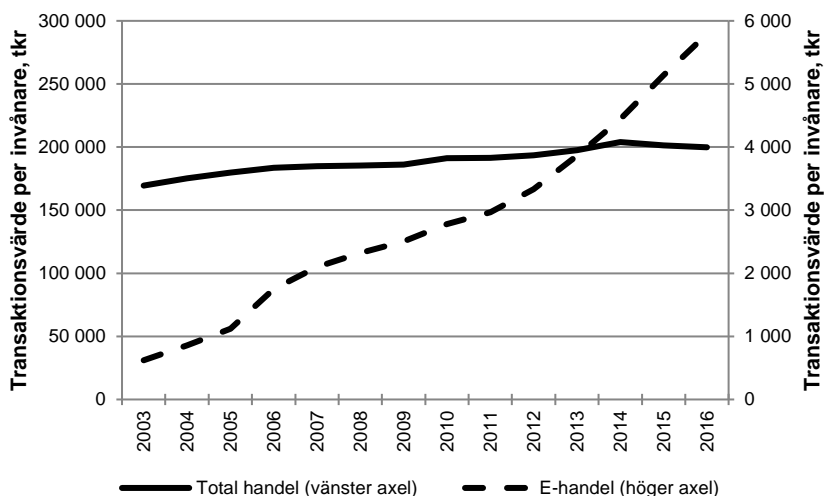
Although the Swedish payment service market has changed relatively rapidly in recent years, it may continue to change further. Some factors that may affect the development includes the second Payment Services Directive, the possibility of major multinational players establishing in the Swedish market, the ongoing introduction of contactless card payments, the expected increase in mobile payments and the future progress of block chain technology.

The Swedish Competition Authority will continue to monitor the Swedish payment service market with particular focus on the various collaborations that occur.

1 Inledning

Konsumenter i Sverige handlar allt mer. Sedan början av 2000-talet har transaktionsvärdet för den totala årsvisa svenska handeln per invånare successivt ökat. Mellan 2003 och 2016 har det genomsnittliga värdet stigit med drygt 20 procent i fasta priser. Det genomsnittliga årliga transaktionsvärdet inom e-handeln, som är en del av den totala handeln, har under samma period ökat med över 900 procent i fasta priser. Ökningen har emellertid skett från låga nivåer i början av perioden. Detta illustreras i *figur 1*.

Figur 1 Transaktionsvärde per invånare och år för den totala handeln respektive e-handeln, 2003–2016



Anm.: Omräknat till fasta priser (2016 års prisnivå). E-handel definieras som försäljning av varor via internet som levereras hem, till ett utlämningsställe eller hämtas i butik, lager eller utlämningslokal av konsument.

Källa: Euromonitor International, Postnord, Svensk Digital Handel & HUI Research (2017), SCB (Statistikdatabasen), egna bearbetningar.

E-handeln beräknas ha stått för drygt 3 procent av den totala handeln i Sverige under 2016. Om e-handeln istället relateras till den totala detaljhandeln så beräknas andelen ha uppgått till drygt 8 procent.¹

En ökad handel överlag kan innebära både fler och/eller större betalningstransaktioner, vilket bland annat ställer krav på säkerhet och effektivitet. Samtidigt innebär en ökad handel ökade möjligheter för de aktörer som verkar på betaltjänstmarknaden.

1.1 Syfte

Syftet med den här rapporten är att komplettera den kartläggning som gjordes av den svenska betaltjänstmarknaden i Konkurrensverkets uppdragsforskningsrapport *Framväxten av mobila, elektroniska betalningstjänster i Sverige – en studie av förändring inom betal-systemet* (2016:4). Detta i form av ytterligare marknadsdata och fördjupade beskrivningar. Det är bland annat av intresse att försöka klarlägga de olika aktörernas styrkeförhållanden, exempelvis de stora bankernas inflytande på marknaden.

Rapporten syftar också till att översiktligt belysa utvecklingen på den svenska betaltjänstmarknaden jämfört med hur det har sett ut i andra länder.

Rapporten är skriven inom ramen för Konkurrensverkets konkurrensfrämjande verksamhet.

¹ Postnord, Svensk Digital Handel & HUI Research (2017).

För en fördjupad beskrivning och genomgång av den svenska e-handelsmarknaden se även Konkurrensverkets rapport *Konkurrens och tillväxt på digitala marknader – Ett regeringsuppdrag om e-handel och delningsekonomi* (Rapport 2017:2).

1.2 Definitioner

En central definition för rapportens syfte är den som rör begreppet *betaltjänst*. I lagen (2010:751) om betaltjänster definieras betaltjänster som följande:²

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
 - a. autogiro
 - b. kontokort eller andra betalningsinstrument, eller
 - c. 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.

Därtill beaktas i rapporten att det andra betaltjänstdirektivet³ utvidgar begreppet betaltjänst till att även omfatta så kallade *betalnings-*

² 1 kap. 2 §.

³ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2366 av den 25 november 2015 om betaltjänster på den inre marknaden, om ändring av direktiven 2002/65/EG, 2009/110/EG och 2013/36/EU samt förordning (EU) nr 1093/2010 och om upphävande av direktiv 2007/64/EG.

initieringstjänster och *kontoinformationstjänster*.⁴ Dessa benämns sammantaget som *tredjepartsaktörer*.

Vidare definieras i lagen (2010:751) om betaltjänster *betaltjänstleverantörer* som följande tillhandahållare av betaltjänster:⁵

1. banker och kreditmarknadsföretag enligt lagen (2004:297) om bank- och finansieringsrörelse,
2. institut för elektroniska pengar och de företag som har undantagits från tillståndsplikt enligt lagen (2011:755) om elektroniska pengar,
3. betalningsinstitut och de fysiska eller juridiska personer som har undantagits från tillståndsplikt enligt 2 kap. 3 §,
4. statliga och kommunala myndigheter, när de inte ägnar sig åt myndighetsutövning,
5. utländska fysiska och juridiska personer samt myndigheter inom EES, motsvarande dem i 1–4 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,
6. Europeiska centralbanken (ECB) och nationella centralbanker i andra EES-länder, när de inte agerar i egenskap av monetär eller offentlig myndighet,
7. postgiroinstitut inom EES som enligt nationell lagstiftning har rätt att tillhandahålla betaltjänster, och
8. filialer till kreditinstitut från länder utanför EES.

⁴ Se även SOU 2016:53.

⁵ 1 kap. 3 §.

De aktörer som omsätter betaltjänster för motsvarande mer än 3 miljoner euro per månad måste ha tillstånd från Finansinspektionen för att få driva verksamheten och kallas i samma lagrum för *betalningsinstitut*. Den som omsätter ett lägre belopp kan ansöka om att undantas från tillståndsplikt och kallas för *registrerad betaltjänstleverantör*.

Vidare definieras i samma lagrum *betalningsinstrument* som ett kontokort eller något annat personligt instrument eller en personlig rutin som används för att initiera en betalningsorder och en *betalningstransaktion* som en insättning, ett uttag eller en överföring av medel som initieras av betalaren eller betalningsmottagaren, oberoende av eventuella underliggande förpliktelser mellan betalaren och betalningsmottagaren.⁶

1.3 Avgränsningar

Rapporten avgränsas till att behandla så kallade massbetalningar. Det är betalningar på relativt små belopp, som sker i ett stort antal och oftast görs mellan privatpersoner, företag och myndigheter. Det vill säga betalningar mellan icke-banker.⁷

De elektroniska betaltjänsterna, som illustreras i *tabell 1*, ägnas störst vikt i rapporten. Det är ofta tjänster där olika aktörer såsom banker, operatörer och tredjepartsaktörer behöver samarbeta eller utbyta information sinsemellan. Därmed finns en tydlig konkurrensaspekt eftersom marknadens funktionssätt kan beröra konkurrensmässiga begrepp som exempelvis horisontella och vertikala

⁶ 1 kap. 4 §.

⁷ Riksbanken (2016a).

samarbeten, nätverkseffekter, dominans, nödvändiga faciliteter, utestängning och så vidare.

Pappersbaserade betalningsmedel, som exempelvis kontanter, ägnas liten vikt i rapporten.

Tabell 1 Schematisk beskrivning av olika typer av massbetalningar

	Kontobaserade betalningar	Direktbetalningar
Elektroniska betalningar	Giro Autogiro Överföringar Bankkort Betalkort Kreditkort E-pengar Mobila betalningar	Förbetalda kort E-pengar
<i>Pappersbaserade betalningar</i>	<i>Blankettgiro</i> <i>Post-/bankväxel</i> <i>Check</i>	<i>Kontanter</i>

Källa: Riksbanken (2012).

2 Tidigare rapporter

2.1 Uppdragsforskningsrapport 2016

Konkurrensverket gav i november 2015 docent Niklas Arvidsson vid Kungliga tekniska högskolan (KTH) i Stockholm i uppdrag att, inom ramen för Konkurrensverkets uppdragsforskning, belysa hur betalsituationer respektive betalningens karaktär påverkar konsumenters respektive betalningsmottagares val av betalningstjänster. Detta arbete resulterade i rapporten *Framväxten av mobila, elektroniska betalningstjänster i Sverige – en studie av förändring inom betal-systemet* (Uppdragsforskningsrapport 2016:4).

I rapporten konstateras bland annat att den svenska betaltjänstmarknaden är under snabb förändring och att det visar sig i form av exempelvis fler specialiserade leverantörer av tjänster, minskad användning av traditionella tjänster som kontanter, snabb tillväxt av mobila tjänster, förändrad reglering för att öka konkurrensen i form av både nya tjänster och nya företag samt en ökad e-handel som bidrar till en ökad efterfrågan på nya betalningstjänster.

För att förstå hur betalsystemet förändras pekar studien ut tre viktiga delar i systemet. Den första delen är den grundläggande strukturen för processhantering och avveckling. Den andra delen är infrastruktur som syftar till att skapa förutsättningar för effektiva och säkra betalningar. Den tredje delen 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 kopplad till ett kort är väsentligt annorlunda än en mobil betaltjänst som är kopplad till ett

konto. Samtidigt kan handlare och konsumenter välja mellan exempelvis mobila betaltjänster och kontanter i en given situation så länge dessa tjänster är attraktiva i situationen. Det innebär enligt Arvidsson att det även kan finnas konkurrens mellan tjänster som har väsentliga olika grunder, vilket gör en analys av hur olika tjänster och företag konkurrerar med varandra mer komplicerad.

Konkurrenssituationen kan antingen analyseras utifrån ett produktbaserat perspektiv (utbudssidan) eller från ett konsumentperspektiv (efterfrågesidan). Enligt Arvidsson bör synen på konkurrens utgå från att betalningssituationen har stor inverkan på vilka betaltjänster konsumenter fördrar, att olika konsumentgrupper väljer olika tjänster samt att beloppets storlek vid en betalning påverkar valet av tjänst.

När det gäller de samarbeten som förekommer mellan leverantörerna på betaltjänstmarknaden (till exempel Bankgirot, Bankomat, system för löneutbetalningar, tjänster för telefon- och internetbanker samt Swish) menar Arvidsson att det kan vara motiverat att acceptera dessa med tanke på de positiva nätverkseffekter som dessa ger upphov till. Sådana samarbeten brukar normalt sett inte stimuleras i konkurrenssammanhang. Betaltjänster får nämligen ett större värde om det finns många betalare och många betalningsmottagare som använder samma tjänst. Å andra sidan menar Arvidsson att samarbeten kring infrastruktur på betaltjänstområdet kan göra det mycket svårt för nya företag att etablera sig och konkurrera med de etablerade företagen. Enligt Arvidsson är en slutsats som kan dras att samarbeten på betaltjänstområdet kan vara kritiska när ny infrastruktur behövs men att de hämmar konkurrensen och effektiviteten om de fortsätter under en längre tid.

Sammantaget bedöms 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.

2.2 Övriga rapporter

Den svenska betaltjänstmarknaden har också berörts i mer eller mindre utsträckning i exempelvis följande rapporter utgivna av Konkurrensverket:

Storbankskoncernernas olika verksamheter – en översiktlig beskrivning av olika delmarknader (Rapport 2016:2)

I rapporten konstaterades bland annat att betaltjänst- och kortprovisioner utgör förhållandevis små andelar av de fyra storbankskoncernernas intäkter. Under perioden 2001–2015 har dessa provisioner (netto) i genomsnitt pendlat mellan 6 och 8 procent av koncernernas totala rörelseintäkter.

Rapporten tog också upp de påtagliga strukturförändringar som skett inom området massbetalningar, vilket är något som innebär utmaningar för de existerande bankernas affärsmodeller. Bankerna som länge dominerat betalningsmarknaden möter nu konkurrens från nya aktörer som har växt fram inom olika delar av betalningskedjan. Vissa av dem konkurrerar direkt med bankernas verksamheter på området och andra kanske mer utgör ett komplement till, eller en utveckling av, befintliga betalningsstrukturer.

Konkurrensen på den finansiella tjänstemarknaden – inlåning, bolån och fonder (Rapport 2013:4)

I rapporten berörs betalningsområdet endast flyktigt. Det konstateras bland annat att den EU-gemensamma marknaden för betaltjänster i euro, Single Euro Payment Area (SEPA), öppnar nya möjligheter och troligen kommer att öka konkurrensen på området.

I rapporten belyses också olika typer av samarbeten som förekommer på bankmarknaden samt riskerna generellt med sådana typer av samarbeten ur konkurrenshänseende.

Mellanbanksavgifter i betalsystem – bra eller dåligt för konsumenterna? (Uppdragsforskningsrapport 2009:11)

I uppdragsforskningsrapporten dras slutsatsen att lägre så kallade mellanbanksavgifter⁸ i betalsystemen inte självklart ligger i konsumenternas intresse, men att det finns exempel på interventioner av myndigheter där en sänkning av mellanbanksavgifterna har varit till nytta för konsumenterna.

Slutsatsen vilar på tre huvudsakliga sakförhållanden. För det första finns det inget samband mellan den mellanbanksavgift som är optimal för konsumenterna och de kostnader som uppstår i driften av betalsystemen. Detta är något som skiljer ut betalsystemen från vissa andra nätverksmarknader där marginalprissättning kan motiveras utifrån samhällsekonomisk grund. För det andra så kan de mellanbanksavgifter som uppstår utan inblandning från myndig-

⁸ Mellanbanksavgift är en avgift som kan förekomma vid ett betalningstillfälle (exempelvis vid kort- eller girobetalningar). Ofta i form av att den mottagande partens bank betalar den betalande partens bank.

Mellanbanksavgifter används inte för att finansiera betalsystemet, utan intäkterna till betalsystemet kommer från betalare och betalningsmottagare. Mellanbanksavgifter är ofta ett sätt att finansiera kostnaderna på ena sidan av betalsystemet om den sidan inte har samma intäktsmöjligheter från användarna som den andra sidan har.

heterna vara såväl högre som lägre än den som är önskvärd för konsumenterna. En genomgång av avgiftsnivåerna inom Europa pekar också på en stor spridning, vilket tyder på att båda situationerna också uppstår i praktiken. För det tredje visar erfarenheterna att intervention kan ha positiva konsekvenser för konsumenterna. I två länder, Spanien och Australien, har dessa initiativ utvärderats närmare. Effekten har varit lägre serviceavgifter för betalningsmottagarna och ett ökat kortanvändande.

Tillträdesvillkor för betalssystem – skillnader för små och stora banker (Rapport 2006:1)

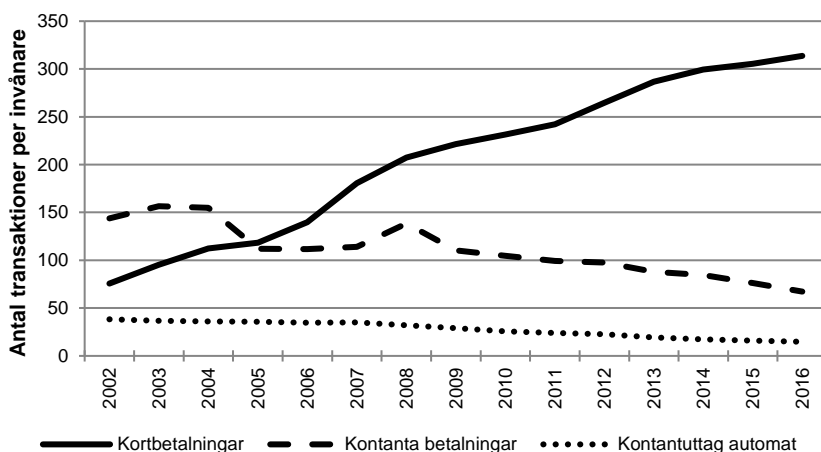
I rapporten, som togs fram på uppdrag av regeringen, framhöll Konkurrensverket betydelsen av att nyetablerade banker får tillträde till betalssystemen på rimliga villkor. I rapporten föreslogs bland annat att betalssystemens infrastruktur skulle renodlas. Dessutom föreslogs att regler skulle utvecklas för att säkerställa att villkoren för tillträde till betalssystemen är objektiva, proportionella och icke-diskriminerande.

3 Utvecklingen av olika typer av betalningar

3.1 Betalningar i Sverige

Som konstaterats i Konkurrensverket (2016) och flertalet andra rapporter de senaste åren har de kontanta betalningarna successivt minskat i Sverige. Detta illustreras även i *figur 2*.

Figur 2 **Antal årliga transaktioner inom den svenska handeln per invånare, 2002–2016**



Källa: Euromonitor International, egna beräkningar.

Som figuren visar var kontanta betalningar det vanligaste sättet att betala i början av 2000-talet, men sedan 2005 är det istället kortbetalningar som är vanligast förekommande.

En förklaring till kortbetalningarnas utveckling är att numera använder konsumenterna i allt högre utsträckning kort även för att betala lägre belopp inom den svenska handeln. Tidigare betalades

oftast lägre belopp kontant. Det genomsnittliga transaktionsvärdet för en kortbetalning var 322 kronor under 2015.

Även i förhållande till gireringar och autogiro så är kortbetalningar mer förekommande, sett till antalet transaktioner. År 2015 stod kortbetalningar för drygt 68 procent av det totala antalet transaktioner, gireringar för ungefär 26 procent och autogiro för ungefär 7 procent.

Sett till transaktionsvärdet så ser emellertid situationen annorlunda ut. Även om antalet gireringar och autogireringar är relativt få jämfört med antalet kortbetalningar så står de för 94 procent av det totala transaktionsvärdet för de kontobaserade betalningarna i Sverige. I monetära termer uppgick transaktionsvärdet för gireringar och autogireringar till 13 521 miljarder kronor under 2015, medan värdet för kortbetalningar uppgick till 916 miljarder kronor.⁹

Därutöver så växer mobil handel och mobila betalningar kraftigt. Mellan 2013 och 2016 har transaktionsvärdet för betalningar med mobiltelefon eller surfplatta ökat med drygt 88 procent,¹⁰ vilket innebär en årlig ökningstakt om drygt 23,5 procent, och uppgick under 2016 till drygt 40 miljarder kronor.¹¹

I en undersökning utförd 2016 av TNS Sifo på uppdrag av Insight Intelligence¹² uppger 16 procent av respondenterna att de använder betalapplikationer för smartphones (till exempel Swish, SEQR, Masterpass) ett par gånger i veckan eller oftare. Ytterligare

⁹ Riksbanken (2016a).

¹⁰ Beräknat i 2016 års prisnivå.

¹¹ Egna beräkningar baserat på data från Euromonitor International.

¹² Undersökningen utgörs av svar från 310 respondenter, vilka var slumpmässigt utvalda svenskar mellan 16 och 74 år.

37 procent använder sådana applikationer ett par gånger per månad.¹³ Motsvarande andelar från samma typ av undersökning 2014 var 3 procent respektive 11 procent.¹⁴

I samma undersökning (från 2016) uppger 4 procent av respondenterna att de använder fakturatjänster (till exempel Klarna, Qliro, SEQR) ett par gånger i veckan eller oftare. Ytterligare 35 procent använder dessa tjänster ett par gånger per månad.¹⁵ Motsvarande andelar från samma typ av undersökning 2015 var 2 procent respektive 28 procent.¹⁶

Sammantaget har de elektroniska betalningarna ökat betydligt i Sverige de senaste åren. Riksbanken (2016a) menar att några huvudsakliga förklaringar till denna utveckling är att:

- Sverige är ett glest befolkat land, vilket gör distributionskostnaderna för kontanter relativt höga
- bankerna har varit framgångsrika i samarbetet kring att utveckla elektroniska betalningar och annan finansiell infrastruktur, vilket till stor del kan hänföras till den svenska bankmarknadens koncentrationsgrad
- Sverige är ett teknikvänligt land där infrastruktur för internet och telekommunikation är väl utbyggd

¹³ Insight Intelligence (2016).

¹⁴ Insight Intelligence (2014).

¹⁵ Insight Intelligence (2016).

¹⁶ Insight Intelligence (2015).

- ökad e-handel och andra elektroniska tjänster, som nedladdning och streaming av musik och filmer, innebär en förändrad efterfrågan på betaltjänster
- förändrade lagar och regelverk (exempelvis Skatteverkets krav på att butiker som säljer varor mot kontanter eller kort ska ha godkända kassaregister – något som har gjort kontanter mindre attraktivt) har påverkat användningen av betaltjänster.

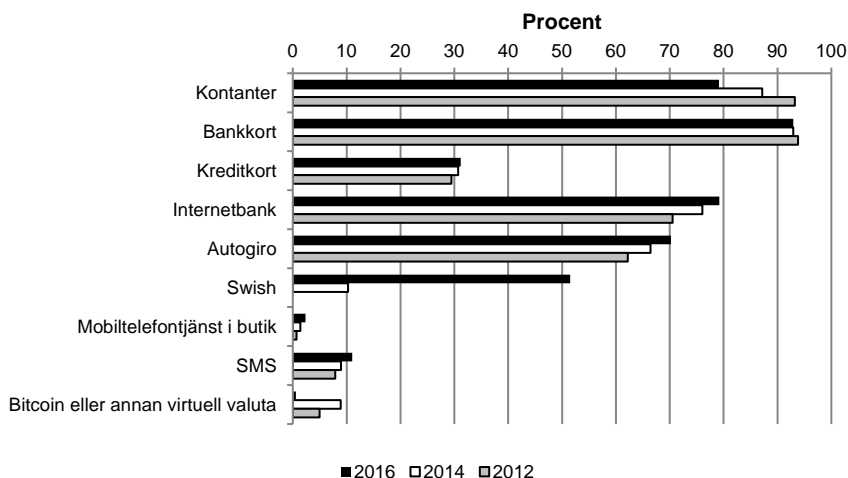
Bankkort, kontanter och internetbank vanligaste sätten att betala bland svenska folket

Riksbanken genomför vartannat år en enkätundersökning för att studera svenska folkets betalningsvanor. I den senaste undersökningen från oktober 2016 intervjuades cirka 2 000 slumpvis utvalda personer i åldrarna 16–85 år. Intervjufrågorna berör bland annat vilka betalsätt personerna har tillgång till, hur och när de använder dem samt i vilken utsträckning de upplever att kontantservicen motsvarar behoven. En slutsats av undersökningen är att i stort sett alla medborgare i Sverige, 97 procent, har tillgång till bankkort. 85 procent har tillgång till internetbank, 80 procent till autogiro och 61 procent till Swish.

Det är emellertid viktigt att ha i åtanke att det finns en skillnad i att ha tillgång till ett visst betalsätt och att faktiskt använda det. I *figur 3* redovisas vilka betalsätt som används av svenska folket. Utifrån figuren kan åter igen konstateras att kontanter som betalsätt har minskat relativt kraftigt sedan 2012, medan andelen kortbetalningar i stort sett inte förändrats. Att betala via internetbank och autogiro ökat relativt mycket, medan betalningar med Swish har ökat kraftigt. Noterbart i sammanhanget är att det fortfarande är

relativt få respondenter (drygt 2 procent) som uppger att de betalar med andra mobiltelefonitjänster än Swish i butik.

Figur 3 Betalsätt som används av svenska folket, 2016, 2014 och 2012



Anm.: Frågan som ställdes till respondenterna var "Vilka av följande betalsätt har du använt dig av (för privata bruk) under den senaste månaden?".

Kategorin "bankkort" avser kort som är anslutna till konton, medan "kreditkort" avser kort med månatlig faktura. Kategorin "mobiltelefonitjänst i butik" inkluderar inte Swish, eftersom den tjänsten är en egen kategori. Vidare avser kategorin "Internetbank" endast betalningar av fakturor/räkningar och inte överföringar.

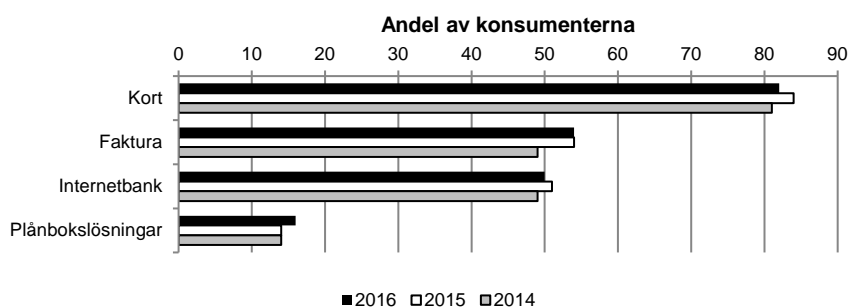
Källa: Riksbanken.

Riksbanken har också i sin enkätundersökning frågat respondenterna om de har handlat varor eller tjänster via internet, samt vilket betalsätt de då har använt. I 2016 års undersökning uppgav 74 procent att de hade handlat varor eller tjänster via internet. Det vanligaste betalsättet var bankkort eller kreditkort (inklusive så kallade digitala plånböcker som exempelvis Masterpass), vilket uppgavs av 81 procent av respondenterna. Därefter följde betalning

med faktura (71 procent) och direktbetalning via internetbank (57 procent). Vidare uppgav 17 procent att de betalat med Swish och 4 procent att de använt ett annat betalsätt än de nämnda.

DIBS (2016) kommer fram till liknande resultat i sin undersökning över vilka betalsätt som konsumenterna använder vid e-handel. Det vanligaste sättet att betala vid e-handel är med kort. Betalningar med faktura och plånbokslösningar (Paypal, Payson med flera) har dock ökat något de senaste åren. Se *figur 4*.

Figur 4 Konsumenternas användning av olika betalsätt vid e-handel, 2014–2016



Anm.: Resultatet bygger på undersökningar där intervjuer med drygt 2 000 internetanvändare i Sverige genomförts av Yougov. Intervjuerna har sedan kompletterats med data baserat på transaktioner hos webbutiker anslutna till DIBS.

Frågan som ställdes var: "Vilka betalsätt har du använt de senaste sex månaderna?".

Källa: DIBS (2016).

Enligt Postnord, Svensk Digital Handel och HUI Research (2017)¹⁷ är det viktigaste för konsumenten vid e-handelsbetalningar att kunna välja betalningsalternativ. Därefter kommer att kunna betala

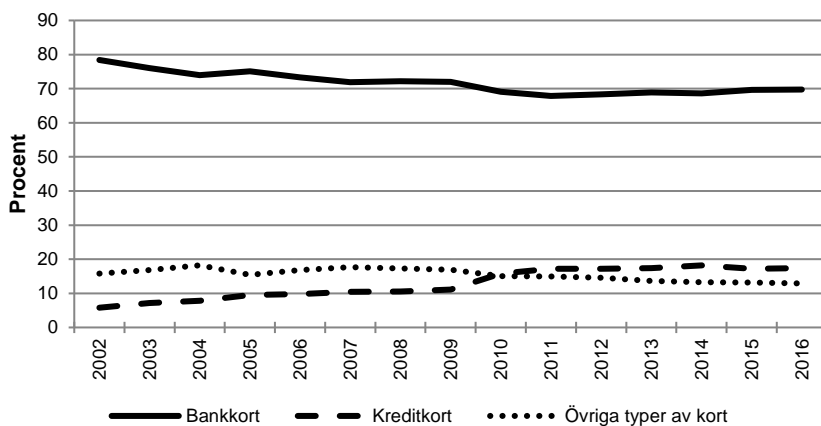
¹⁷ Postnord, Svensk Digital Handel & HUI Research publicerar årligen och kvartalsvis publikationen *e-barometern*. Underlaget till publikationen bygger på ett urval av cirka 1 500 företag med försäljning över internet och kompletteras med en konsumentundersökning riktad till ca 1 000 konsumenter.

med kontokort/kreditkort. Merparten av konsumenterna vill heller inte behöva registrera sig vid betalningstillfället. Ett registreringsmoment ökar andelen avbrutna köp.

Bankkortens andel av kortbetalningarna minskar något över tid till följd av ökad andel för kreditkorten

Under perioden 2002–2016 har bankkortens andel av det totala transaktionsvärdet för kortbetalningar inom handeln minskat något. Detta framför allt till följd av kreditkortens ökade andel. Övriga typer av korts andel har varit relativt konstant under perioden. Till denna kategori hör exempelvis betalkortet American Express och Diners Club. Andelarna illustreras i *figur 5*.

Figur 5 Olika typer av korts andelar av det totala transaktionsvärdet för kortbetalningar inom handeln, 2002–2016



Anm.: Beräknat i 2016 års prisnivå.

Källa: Euromonitor International, egna beräkningar.

Det återstår att se om det pågående införandet av kontaktlösa kortbetalningar (via NFC-teknik) i Sverige framöver kommer att förändra olika korttypers andelar av betalningarna. Det är också möjligt att kortbetalningarna sammantaget kommer att kunna ta ytterligare andelar av de kontanta betalningarna, eftersom de kontaktlösa betalningarna riktar sig mot mindre transaktionssummor.¹⁸

Mobila betalningar förväntas öka ytterligare under de kommande åren

Enligt Euromonitor International (2016) förväntas antalet betalningar som görs med kort inom den svenska handeln mattas av något framöver (under prognosperioden 2016–2021). Detta framför allt till följd av ökad konkurrens från mobila betalningar. Swish pekas särskilt ut som en lösning som har potential att utvecklas ytterligare vad gäller betalningar.

Vissa av de stora internationella mobila betalningsaktörerna som Apple Pay och Android Pay har än så länge inte lanserat sina betaltjänster på den svenska marknaden. Samsung Pay lanserades som betaversion på den svenska marknaden under våren 2017.

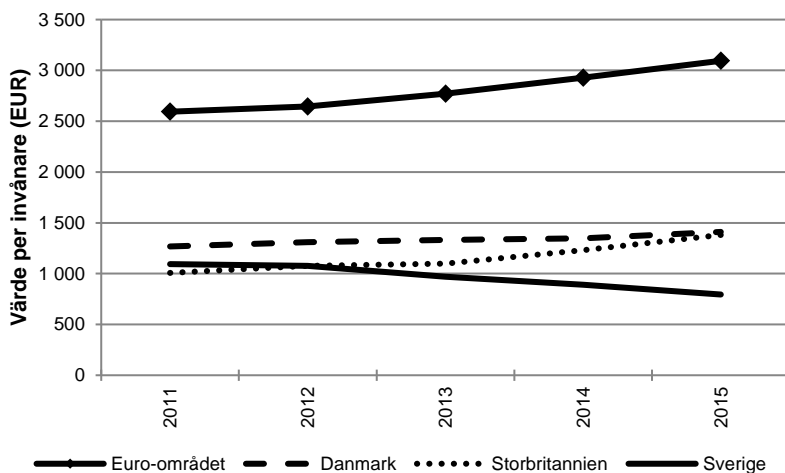
EY (2017) uppskattar att en majoritet av betalningarna i fysiska butiker kommer att ske mobilt inom de närmsta tio åren.

¹⁸ Se exempelvis Arvidsson (2016) för en fördjupad beskrivning av införandet av kontaktlösa kortbetalningar i Sverige.

3.2 Internationell utblick

Betalningsmönster och utvecklingen på den svenska betaltjänstmarknaden skiljer sig i viss utsträckning gentemot många andra länder. Ett exempel är mängden kontanter i omlopp (se *figur 6*). I detta avsnitt redogörs översiktligt för utvecklingen och trenderna globalt.

Figur 6 Kontanter i omlopp utanför monetära finansinstitut (MFI) i utvalda länder, 2011–2015



Källa: ECB (2016).

Kortbetalningar snabbast växande betalningsättet i världen

Globalt har kortbetalningar varit det snabbast växande betalningsättet sedan år 2010. Några bidragande förklaringar till detta är bland annat den ökade användningen av kontaktlösa kort i Storbritannien och de så kallade mogna APAC-länderna (Japan,

Australien, Sydkorea och Singapore), samt den starka e-handels-tillväxten i Kina och Indien. Därtill har förbättrad säkerhet vid kortbetalningar och en ökad användning av POS-system (Point of Sales) inom handeln i utvecklade länder, exempelvis USA, bidragit till ökade transaktionsvolymerna gällande kortbetalningar.

Totalt genomfördes cirka 387 miljarder icke-kontanta betalningar globalt under 2014, varav bankkort (debetkort) stod för drygt 46 procent av transaktionerna. Den genomsnittliga årliga öknings-takten av antalet icke-kontanta betalningar har under perioden 2010–2014 varit drygt 8 procent.¹⁹

Inom EU-området genomfördes cirka 103 miljarder icke-kontanta betalningar under nämnda år (2014), vilket således innebar en dryg fjärdedel av världens betalningar. Även i detta fall stod debetkort för omkring 46 procent av dessa transaktioner.²⁰

Till skillnad från den svenska marknaden så har mängden kontanter i omlopp (i förhållande till BNP) ökat något under perioden 2010–2014 i merparten av världens länder, exempelvis i stora ekonomier som USA och Euro-länderna samlat. Dock utgör kontanta betalningar successivt en allt mindre andel av de totala betalningarna i en majoritet av världens länder.

Mobila betalningar växer också successivt globalt. Exempelvis så har Indien och många afrikanska länder upplevt ett starkt antåg av mobila betalningar och digitala plånböcker.²¹

¹⁹ Capgemini & BNP Paribas (2016).

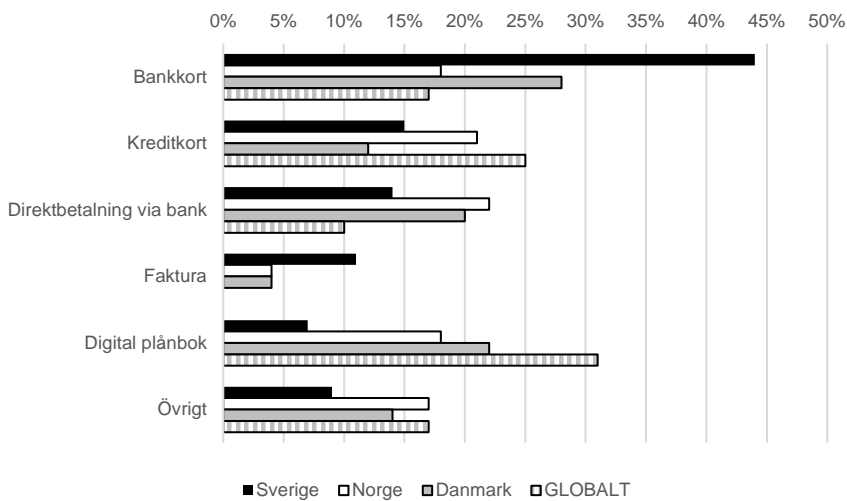
²⁰ ECB (2016).

²¹ Capgemini & BNP Paribas (2016).

Stora skillnader i betalningssätt vid e-handel mellan länder

När det gäller e-handelsbetalningar kan det konstateras att det finns stora skillnader mellan olika länder. Det räcker med att titta på några av de nordiska länderna. I Norge och Danmark är det inte lika vanligt som i Sverige att betala med bankkort vid e-handel. Däremot är både direktbetalningar via internetbank och digitala plånböcker vanligare betalningssätt. Globalt är digitala plånböcker det vanligaste betalningssättet. Därefter följer kreditkort och bankkort. Fakturabetalningar förekommer i stort sett inte alls. Skillnaderna mellan länderna illustrerar i *figur 7* tillsammans med den globala aggregeringen.

Figur 7 **Betalningssätt vid e-handel i olika nordiska länder och globalt, år 2015**



Källa: Worldpay (2016).

4 Aktörer på betaltjänstmarknaden

4.1 Olika typer av aktörer

Utöver banker finns en mängd aktörer som är verksamma inom olika delar av betaltjänstmarknaden. I Arvidsson (2016) delades betaltjänstmarknaden in i tre olika lager de där olika aktörerna kan inrymmas. Det första lagret är system för processhantering och avveckling (till exempel RIX, Bankgirot och BIR). Det andra lagret är infrastruktur som syftar till att skapa förutsättningar för effektiva och säkra betalningar (till exempel Bankgirot, kontanthantering, kortsystemet). Det tredje och sista lagret är tjänster och applikationer (till exempel kontanter, kort, gireringar och mobila betalningstjänster), vilket inkluderar fundament för standardisering och säkerhet (API).²² Det är normalt sett det tredje lagret som avses när framväxten av nya betaltjänster studeras. Det är också framför allt i det lagret som konkurrens uppstår.

I teorin kan konkurrens existera inom samtliga tre lager. I praktiken tenderar dock både det första och andra lagret vara väldigt koncentrerade och kännetecknas av olika samarbeten, likt de som nämndes tidigare, mellan framför allt olika bankaktörer.

²² På engelska är dessa lager ofta benämnda som "settlement layer", "clearing layer" och "scheme layer".

Nya betaltjänstaktörer kompletterar tjänsteutbudet och utmanar de etablerade aktörerna

Riksbanken har tidigare delat in de utmanande betaltjänstaktörerna på massbetalningsmarknaden i tre olika grupper:²³

1. **Telekomoperatörer:** etablerade telekomoperatörer (till exempel Telia Sonera, Telenor, 3 och Tele 2) som är intresserade av att få sina kunder att använda mobilen för fler tjänster, i det här fallet betalningar, som ett sätt att bredda tjänsteportföljen och söka nya intäktskällor.
2. **Teknikinnovatörer:** aktörer som baserar sina betaltjänster på ny teknik och på så vis skapar nya betaltjänster. Målsättningen är ofta att vinna kringtjänster och nischer. Några exempel som nämns är Seamless, Izettle och Payair.
3. **Processinnovatörer:** aktörer som förändrar eller skapar nya processer i betalningskedjan. Dessa kan inte sägas erbjuda nya betaltjänster eftersom de förlitar sig på de redan existerande. Istället rationaliserar de processerna för slutanvändarna. Några exempel som nämns är Payer, Klarna, Pay by Bill, Payson, Collector och Payex. Flera av dessa aktörer erbjuder också indrivning av skulder, vilket medför att de har fakturalösningar som ett viktigt erbjudande då fakturering och indrivning av skulder är två närliggande verksamheter. Processinnovatörerna kan i sin tur delas upp i:
 - a. De som fokuserar på e-handel, bär risken och erbjuder tjänster kring kreditgivning och indrivning.

²³ Riksbanken (2013).

- b. De som fokuserar på mottagarnas behov, ofta rationalisering av mottagarens fakturerings- och betalningsprocesser, och erbjuder systemlösningar.

För de betaltjänstaktörer (tredjepartsaktörer) som bygger sin verksamhet på system som drivs av andra, exempelvis kort eller direktbetalning via internetbank, är även konkurrenssituationen i det underliggande systemet av betydelse. Om den underliggande marknaden är koncentrerad till några få aktörer kan det innebära att det är enklare för en mindre betaltjänstaktör att lyckas ingå samarbeten med dessa och på så sätt blir det enklare att täcka hela marknaden, men det kan också innebära att förhandlingspositionen är svagare och kostnaden för att bygga verksamheten på det befintliga systemet blir hög för aktören i fråga. En underliggande marknad som kännetecknas av låg koncentration å andra sidan torde medföra motsatt situation för en betaltjänstaktör som vill bygga sin verksamhet på systemet i fråga. Det kan bli svårare att lyckas ingå samarbeten med ett större antal leverantörer och täcka hela marknaden, men förhandlingspositionen kan vara starkare och kostnaderna för att bygga verksamheten på det befintliga systemet därmed lägre.

Den svenska betaltjänstmarknaden är överlag fortfarande relativt fragmenterad, i meningen att det finns många små utmanande aktörer och några få riktigt stora, även om det har skett vissa förvärv under de senaste åren. Ett exempel var Payex köp av 4T Sverige under 2015.²⁴ Därtill har vissa av de stora svenska bankerna gjort investeringar i några av de mer nyetablerade betaltjänstaktörerna de senaste åren (exempelvis SEB:s investering i Tink under 2016) eller inlett samarbeten med dem (exempelvis Nordeas sam-

²⁴ 4T Sverige utvecklade betaltjänsten Wywallet och ägdes tidigare av Telia Sonera, Telenor, 3 och Tele 2.

arbete med Betalo 2017).²⁵ Några av bankerna har även egna så kallade fintech-labb eller olika typer av innovations-/accelerator-program (exempelvis Nordea) som riktar sig mot att främja dessa typer av innovationer.²⁶

Euromonitor International (2016) uppskattar att de stora svenska bankerna kommer att fortsätta investera tungt i fintech under de kommande åren samt att nya, innovativa betalningslösningar kommer att fortsätta etableras i Sverige.

Globalt förväntas fintechbolag ta stora delar av betaltjänstområdet framöver

Enligt *PwC Global FinTech Report 2016 och 2017*²⁷ är betalningar (inklusive reelltidsöverföringar) tillsammans med andra banktjänster till konsumenter de områden inom den finansiella sektorn som respondenterna tror kommer att bli "most disrupted" av fintechbolag under de kommande fem åren. En majoritet av respondenterna som är verksamma inom betalningsområdet uppger i undersökningen att uppskattningsvis upp till 30 procent av deras intäkter på området riskerar att gå förlorade till fintechbolagen under de kommande fem åren. För att kunna möta denna omvandling av marknaden så planerar merparten av respondenterna att öka sina partnerskap med fintechbolag under de närmaste åren.

²⁵ Ett ytterligare exempel på större bankers investeringar på området är Swedbanks planerade och nyligen aviserade förvärv av Payex, även om sistnämnda inte är en nyetablerad aktör.

²⁶ Euromonitor International (2016).

²⁷ Undersökningen år 2017 utgörs av svar från 1 308 respondenter från 71 länder i sex världsdelar. Respondenterna är företrädare för bolag verksamma inom olika delar av den finansiella sektorn (bank, kapitalförvaltning, försäkringar, betalningar med mera).

I övrigt så uppger en övervägande majoritet av betaltjänstaktörerna i undersökningen att fintechbolagens intåg troligtvis kommer att medföra en ökad priskonkurrens inom området.²⁸

Snabbhet, säkerhet och digitalisering förväntas vara ledord och växande trender på betaltjänstområdet framöver. Den mobila utvecklingen driver på förändrade betalningsmönster globalt. Därtill håller konsumenternas lojalitet gentemot de etablerade betaltjänstaktörerna på att förändras. Enligt *Capgemini and LinkedIn Voice of the Customer Survey 2016*²⁹ hade drygt 42 procent av respondenterna nyttjat minst en betaltjänst som tillhandahållits av en icke-traditionell betaltjänstaktör.³⁰

En annan faktor som bidrar till utvecklingen är att inträdeshindren för tredjepartsaktörerna successivt minskar. Sammantaget öppnar detta upp för en betaltjänstmarknad som ur konkurrenshänseende kan komma att förändras ytterligare de kommande åren.³¹

Bank-id har en central roll på marknaden

Kundautentisering är en mycket viktig del av betaltjänstmarknadens funktionssätt överlag. På den svenska marknaden så görs autentiseringen i de flesta fall med hjälp av den digitala legitimationen Bank-id. Det är därför av stor vikt för en fungerande konkurrenssituation på betaltjänstmarknaden att exempelvis

²⁸ PwC (2016) och (2017).

²⁹ Undersökningen utgörs av svar från över 8 000 konsumenter i 15 länder (Australien, Belgien, Kanada, Kina, Frankrike, Hongkong, Indien, Japan, Nederländerna, Singapore, Spanien, Turkiet, USA, Förenade Arabemiraten och Storbritannien) och deras attityder till olika finansiella tjänster.

³⁰ Capgemini, LinkedIn & Efma (2016).

³¹ PwC (2016).

tredjepartsaktörer inte nekas tillträde till kundautentisering via Bank-id på oskäliga grunder.

Bank-id ägs av Finansiell ID-Teknik BID AB, vilket i sin tur är ett företag som startades 2002 och ägs av Handelsbanken (28,3 procent), Swedbank (28,3 procent), SEB (18,3 procent), Länsförsäkringar Bank (10 procent), Skandiabanken (10 procent), Danske Bank (3,3 procent) och Ikano Bank (1,8 procent).³² Det är också dessa banker, med tillägg av ICA banken, Nordea, Sparbanken Syd och Ålandsbanken, som utfärdar legitimationen.

Finansiell ID-Teknik AB klassas från bankernas håll som ett intresseföretag, det vill säga ett företag där bankerna utövar ett så kallat betydande inflytande.³³

Bank-id kan innehas mobilt, på kort eller på fil. Merparten av innehavarna väljer den mobila varianten. I januari 2017 hade drygt 7,5 miljoner svenskar ett registrerat Bank-id. Uppskattningsvis kommer 2,5 miljarder transaktioner att göras med Bank-id under 2017.³⁴

För konsumenterna är Bank-id vanligtvis kostnadsfritt att använda vid betalningstillfället. Intäkterna kommer istället ifrån företagen (till exempel tredjepartsaktören) genom en viss kostnad per autentiseringstillfälle. I vilken utsträckning kostnaderna sedan i sin tur förs vidare till konsumenten torde variera.

³² Finansiell ID-Teknik AB, årsredovisning för räkenskapsåret 2015.

³³ Enligt Årsredovisningslagen (1995:1554) räknas 20 procent av rösterna som ett betydande inflytande, om inte något annat framgår av omständigheterna. Därtill kan betydande inflytande visa sig som exempelvis styrelserepresentation. Se Redovisningsrådets rekommendation om intresseföretag (RR 13). Samtliga ägarföretag är i det här fallet representerade i Finansiell ID-Tekniks styrelse.

³⁴ Uppgifter från Bank-id:s webbplats.

Finansiell ID-Teknik har de senaste åren (2012–2015) omsatt cirka 100–140 miljoner kronor och haft ett resultat före skatt på – 8 miljoner kronor till 11 miljoner kronor. Avkastningen på eget kapital har pendlat mellan – 11 procent och 14 procent. Det har inte lämnats några utdelningar till ägarna.³⁵

Utöver bankernas Bank-id utfärdar även Telia en egen e-legitimation. Därtill kan det finnas ytterligare alternativ på ingående, både från privat (till exempel företaget Verisec) och offentligt håll (Europeiska kommissionen).³⁶ Ett svenskt statligt utfärdat alternativ finns än så länge inte på plats, även om ansträngningar har gjorts via E-legitimationsnämnden. I de flesta andra EU-medlemsländer utfärdas statliga e-legitimationer.³⁷

E-legitimeringar verkar framöver att bli mer gränsöverskridande företeelser snarare än nationella. Exempelvis så blir det från och med den 29 september 2018 genom den så kallade eIDAS-förordningen obligatoriskt att tillåta inloggning med utländska e-legitimationer i svenska offentliga digitala tjänster. För övriga svenska digitala tjänster är inloggning med utländska e-legitimationer en frivillig möjlighet.³⁸

Enligt PwC (2017) är digitala autentiseringar, tillsammans med AML/KYC-frågor³⁹, det främsta regulatoriska hindret globalt för ytterligare innovationer på betaltjänstmarknaden.

³⁵ Bisnode InfoTorg.

³⁶ Se exempelvis Fond & Bank 2017-03-16, "EU vill ha ökad konkurrens på bankmarknaden".

³⁷ Europeiska kommissionen (2012).

³⁸ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 910/2014 av den 23 juli 2014 om elektronisk identifiering och betrodda tjänster för elektroniska transaktioner på den inre marknaden och om upphävande av direktiv 1999/93/EG.

³⁹ Anti Money Laundering/Know Your Customer.

Även bankernas övriga samarbeten är betydelsefulla för marknaden

Som illustrerades tidigare i *tabell 1* är de flesta typerna av elektroniska betalningar kontobaserade. Det är således mycket svårt för en aktör att verka på betaltjänstmarknaden utan att på något sätt samverka med de större bankerna. Ofta är aktören också beroende av att kunna nyttja någon av de infrastruktur tjänster som samägs av bankerna.

Ett exempel är Bankgirot, eftersom det är det enda clearinghuset för massbetalningar i Sverige.⁴⁰ Bankgirot (Bankgirocentralen BGC AB) ägs av BGC Holding AB, vilket i sin tur ägs av SEB (33,1 procent), Swedbank (29,2 procent), Handelsbanken (25,4 procent), Nordea (10 procent), Danske Bank (1,7 procent), Skandiabanken (0,3 procent) och Länsförsäkringar Bank (0,3 procent).⁴¹

När det gäller kortsystemen så är de stora svenska bankerna de största utfärdarna (se *kapitel 4.3*), men ägarskapet är mer utspritt. Visa Europe var tidigare medlemsägt av tusentals banker och finansiella institutioner, men sedan juni 2016 helägt av börsnoterade Visa Inc. (NYSE).⁴² Likaså är Mastercard International ägt av börsnoterade Mastercard Inc. (NYSE).⁴³ Värt att nämna i sammanhanget är emellertid att Babs Paylink AB, vilka enligt egen uppgift är marknadsledande i Sverige inom tjänster och hårdvara för kort-

⁴⁰ Bankgirot utvecklar och förvaltar även Swish på uppdrag av Getswish AB.

⁴¹ Bankgirots årsredovisning för 2015.

BGC Holding AB har under 2012–2015 omsatt drygt 700–800 miljoner kronor årligen och haft ett resultat efter skatt om 5–51 miljoner kronor årligen. Det har inneburit en avkastning på eget kapital som har varierat mellan 3 och 21 procent. Bolaget har inte lämnat någon utdelning till ägarna under dessa år. Källa: Bisnode InfoTorg.

⁴² Visa Inc. Annual Report 2016.

⁴³ Mastercard Inc. Annual Report 2015.

betalningar (det vill säga kortterminaler), ägs av Swedbank (49 procent) och Verifone Systems Inc. (51 procent).⁴⁴

I de fall kreditupplysningar gällande konsumenterna kan bli aktuella, exempelvis vid fakturabetalningar, har de större bankerna (SEB, Handelsbanken, Swedbank, Nordea, Danske Bank och Länsförsäkringar Bank) även ett samägt bolag för sådana ändamål, nämligen UC AB.⁴⁵ Bolaget är, enligt egna uppgifter, marknadsledande när det gäller affärs- och kreditinformationstjänster.

Ur konkurrenshänseende kan det finnas både positiva och negativa effekter som följer av samägda infrastrukturtjänster. Å ena sidan innebär det höga inträdeshinder på marknaden om alla nya aktörer ska behöva bygga upp egna, parallella, infrastrukturer och det är inte nödvändigtvis varken samhällsekonomiskt effektivt eller kostnadseffektivt. Betaltjänster får ett större värde om det finns många betalare och många betalningsmottagare som använder samma tjänst. Så kallade naturliga monopol, vilka ofta kan uppstå inom nätverksindustrier, innebär ständigt växande stordriftsfördelar och fallande genomsnittliga styckkostnader, vilket i sin tur kan leda till lägre priser för användarna. Men å andra sidan så krävs det då att kostnadsfördelarna verkligen förs vidare till användarna, vilket inte alltid behöver vara fallet när det inte finns tillräckligt bra konkurrens. Ägarna till infrastrukturtjänsterna bestämmer också utifrån gällande regelverk vilka tillträdesvillkor som ska gälla, vilket potentiellt skulle kunna leda till utestängningar. Dessutom kan samäganden och andra samarbeten mellan företag även underlätta

⁴⁴ Babs Paylinks webbplats.

⁴⁵ Under perioden 2012–2015 har UC AB årligen omsatt drygt 500–650 miljoner kronor och haft ett resultat efter skatt på mellan 30 och 65 miljoner kronor. Det har inneburit en årlig avkastning på eget kapital om mellan 35 och 54 procent. Bolaget har inte lämnat några utdelningar till ägarna under dessa år. Källa: Bisnode InfoTorg.

annan typ av för konkurrensen skadlig samordning mellan berörda företag.

I Arvidsson (2016) drogs slutsatsen att samarbeten på betaltjänstområdet kan vara kritiska när ny infrastruktur behövs men att de hämmar konkurrensen och effektiviteten om de fortsätter under en längre tid. Det finns därför anledning att ur konkurrenshänseende bevaka de av bankerna samägda bolagen särskilt noga.

Blockkedjeteknologin förväntas kunna förändra betalningsinfrastrukturen i framtiden

Enligt en global undersökning som utfördes av PwC (2017) är betalningsinfrastruktur det finansmarknadsområde som blockkedjeteknologin främst kommer att kunna vara användbart för. Drygt hälften av betaltjänstresponenterna har dock ännu inte inkluderat blockkedjefrågor i sina strategiska planer.

Riksbanken (2016b) menar att blockkedjeteknologin framöver kan möjliggöra en ny slags finansiell infrastruktur som är decentraliserad, till skillnad mot den traditionellt centraliserade infrastrukturen. Detta skulle kunna innebära att clearing och/eller avveckling av transaktioner istället sker via flertalet deltagare i ett nätverk.

Blockkedjetekniken är fortfarande väldigt ung men har väckt stort intresse inom den finansiella sektorn där många stora aktörer själva utvecklar blockkedjor eller har investerat i företag som specialiserat sig på detta. Det är därför troligt att vi framöver kommer att få se många experiment med blockkedjor i olika sammanhang.

4.2 Antal aktörer

I april 2017 fanns 30 betalningsinstitut och 77 registrerade betaltjänstleverantörer med tillstånd att bedriva verksamhet i Sverige.⁴⁶ Därtill tillkommer även till exempel banker, vissa kreditmarknadsbolag och e-pengainstitut. För en mer fullständig lista över aktörerna som erbjuder tjänster kopplat till betalningar i Sverige se Arvidsson (2016).⁴⁷

Internationell jämförelse

När det gäller antalet verksamma betaltjänstleverantörer (med hänsyn till antalet invånare) utmärker sig Sverige inte särskilt jämfört med andra länder inom EU-samarbetet, utan ligger i linje med det genomsnittliga antalet (se *tabell 2*). Till länder som utmärker sig med ett större antal leverantörer hör bland annat Finland, Litauen, Luxemburg, Malta och Portugal. På motsatt sida återfinns exempelvis Frankrike, Rumänien, Spanien och Storbritannien. Det kan också konstateras att antalet leverantörer har varit konstant i Sverige sett över de senaste åren (vilket således innebär att antalet leverantörer har växt i takt med befolkningen). I många andra länder har antalet leverantörer minskat.

⁴⁶ Finansinspektionens företagsregister.

⁴⁷ Se även *kapitel 4.3*.

Tabell 2 **Antal betaltjänstleverantörer som erbjuder betaltjänster till icke-MFI i utvalda länder, 2011–2015**

<i>Antal per miljon invånare</i>	2011	2012	2013	2014	2015
Danmark	27	25	22	22	21
Estland	34	33	36	34	37
Finland	62	59	57	54	53
Frankrike	10	10	10	8	8
Italien	13	13	12	12	12
Lettland	16	16	16	20	20
Litauen	38	42	43	44	47
Luxemburg	285	288	293	303	278
Malta	82	93	94	115	116
Nederländerna	19	16	16	16	16
Portugal	25	27	36	40	46
Rumänien	3	2	2	2	2
Spanien	8	8	7	6	6
Storbritannien	6	6	6	6	6
Sverige	20	20	20	19	19
Tyskland	24	24	23	23	22
EU, GENOMSNIITT	–	–	16	16	16

Anm.: Med icke-MFI (monetära finansinstitut) avses hushåll, kommuner, icke-finansiella företag med flera.

Källa: ECB (2016).

4.3 Aktörernas storlek

Att försöka uppskatta aktörernas storlek på den svenska betaltjänstmarknaden är inte helt oproblemiskt. Många av de aktuella aktörerna har verksamhet i flera länder och redovisar inte alltid intäkternas exakta geografiska härkomst i sina årsredovisningar. Därtill

kan betaltjänstaktörerna ha flera olika tjänster i sitt produktutbud, vilket kan göra det svårt att avgränsa specifika betaltjänster om de inte särredovisas i årsredovisningarna. Vissa aktörer säljer betaltjänster till både företag och konsumenter (till exempel de större bankerna) och separerar inte alltid intäkterna från olika kundgrupper i sin redovisning.

Detta innebär också att det är svårt att uppskatta hela den svenska betaltjänstmarknadens storlek. En start kan emellertid vara att utgå ifrån de tillståndspliktiga betalningsinstituterna. Det är aktörer som omsätter betaltjänster för motsvarande mer än 3 miljoner euro per månad. Dessa uppgick i april 2017 till 30 stycken till antalet⁴⁸, vilket innebär att de tillsammans omsätter betaltjänster för **minst** 1 miljard euro per år.⁴⁹ Bland dessa företag ingår bland annat Bambora, Betalo, Billhop, Clear On, Paynova, Payson och Trustly. Till denna omsättning ska sedan relevant omsättning adderas från exempelvis banker, kreditmarknadsbolag (bland annat vissa kortföretag, Klarna och Payex) och e-pengainstitut (bland annat DIBS Payment Services, Izettle och SEQR Payments).

Därtill är det viktigt att ha i åtanke att det inte bör ske någon dubbelräkning av omsättning om betaltjänstmarknadens storlek ska uppskattas på ett rättvisande sätt. Processinnovatörer som rationaliserar betalningsprocesserna för slutanvändarna kan generera intäkter både till sig själva och till den underliggande tjänsten/aktören (till exempel banken eller kortföretaget), förutsatt att de lockar till sig konsumenter som annars skulle valt ett annat betalningssätt. Om så inte är fallet blir det snarare tal om ett intäktsbortfall, alternativt ökade kostnader, till processinnovatören för den underliggande tjänsten/aktören.

⁴⁸ Finansinspektionen (Företagsregistret).

⁴⁹ 3 miljoner euro * 29 företag * 12 månader = 1 044 miljoner euro.

Det har gjorts en del uppskattningar av betaltjänstaktörernas totala intäkter. Exempelvis har Oliver Wyman (2016) estimerat att de totala intäkterna på den europeiska betaltjänstmarknaden för samtliga typer av betalningar uppgår till drygt 38 miljarder euro, vilket i så fall skulle motsvara 0,02 procent av det totala transaktionsvärdet. Om andelen även är rättvisande för svenska förhållanden skulle detta innebära att betalningar på den svenska marknaden genererar årliga intäkter till betaltjänstaktörerna om sammanlagt drygt 40 miljarder kronor.⁵⁰

För kortbetalningar vid e-handel uppskattas intäktsandelen av transaktionsvärdet som går till betaltjänstaktörerna vara högre än i föregående fall, närmare bestämt drygt 2 procent. Av detta uppskattas drygt 0,10 procent gå den eventuella inblandade tredjepartsaktören, 0,14 procent till kortoperatören (till exempel Visa eller Mastercard), 0,90 procent till inlösande bank och 0,86 procent till utfärdande bank. Sammantaget skulle detta således innebära att bankerna får nästan 90 procent av de intäkter som genereras vid kortbetalningar.⁵¹

Storbankskoncernerna får en successivt mindre del av sina intäkter från betalningar

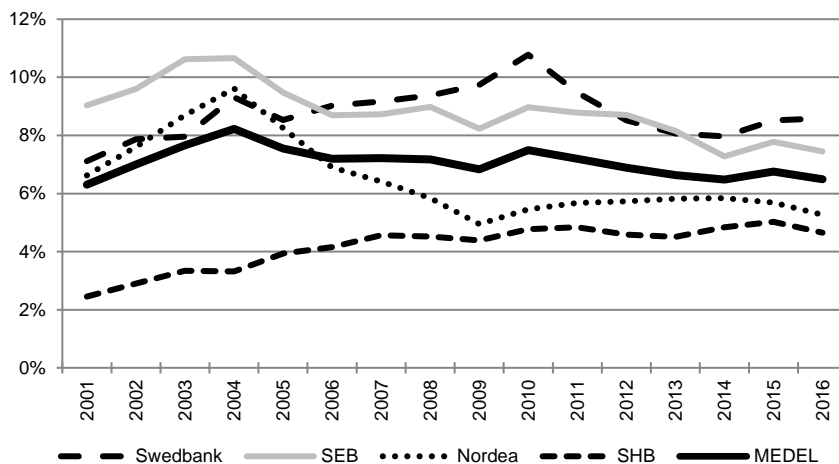
De fyra storbankskoncernerna Handelsbanken, Nordea, SEB och Swedbank bedriver alla verksamhet inom betaltjänstområdet. Nettointäkterna från dessa tjänster utgör en del av bankernas så kallade provisionsnetto. I *figur 8* illustreras storbankskoncernernas provisionsnetto för betalningar i förhållande till totala intäkter för perioden 2001–2016. Som kan utläsas av figuren får Swedbank

⁵⁰ Egna beräkningar avseende år 2016 baserat på data från Euromonitor International.

⁵¹ Oliver Wyman (2014).

sedan några år tillbaka den största andelen av sina intäkter från betalningar av de fyra koncernerna. För Handelsbanken utgör betalningsområdet lägst andel av intäkterna av de fyra.

Figur 8 Provisionsnetto för betalningar (inklusive kort) som andel av koncernernas totala intäkter, 2001–2016



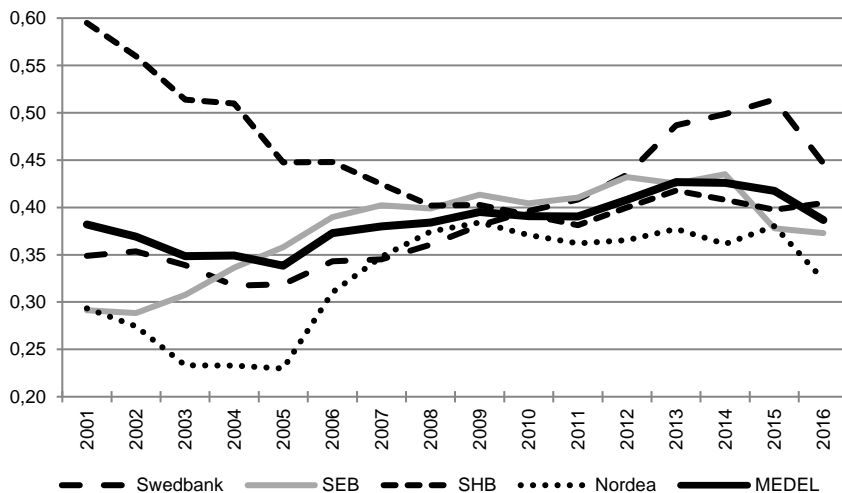
Anm.: Observera att figuren inte endast avser den svenska marknaden då det inte har varit möjligt att göra en geografisk uppdelning av provisionsnettot för betalningar utifrån informationen i årsredovisningarna. Medelvärde är ovägt.

Källa: Respektive bankkoncerns årsredovisningar, egna bearbetningar.

Sedan 2004 finns det en nedåtgående trend vad gäller betalningarnas genomsnittliga andel av de totala intäkterna. Om det sedan beror på ökad konkurrens inom området eller att bankkoncernerna exempelvis i större utsträckning har kunnat generera intäkter på andra håll framgår inte av figuren.

Ett annat sätt att se på storbankskoncernerna och deras intäkter från betalningar är att studera deras kostnadseffektivitet på området. Detta görs vanligen genom det så kallade K/I-talet (kostnader i relation till intäkter). Detta görs i *figur 9* för perioden 2001–2016.

Figur 9 K/I-tal för betalningsprovisioner (inklusive kort), 2001–2016



Anm.: Observera att y-axeln är bruten. Figuren avser inte endast den svenska marknaden då det inte har varit möjligt att göra en geografisk uppdelning av provisionsnettot för betalningar utifrån informationen i årsredovisningarna. Medelvärde är ovägt.

Källa: Respektive bankkoncerns årsredovisningar, egna bearbetningar.

Utifrån figuren kan konstateras att storbankskoncernernas K/I-tal för betalningsprovisioner i genomsnitt ökade under perioden 2005–2013. Anledningen till detta är att kostnaderna i genomsnitt har ökat betydligt mer än intäkterna (det verkar således inte vara frågan om något stort intäktsbortfall som har genererat den försämrade kostnadseffektiviteten under perioden). Därefter har kostnadseffektiviteten åter igen förbättrats något.

Bankägda Swish växer emellertid kraftigt

När det gäller exempel på vilka betaltjänster som konsumenterna helst använder sig av har framför allt bankägda Swish ökat kraftigt

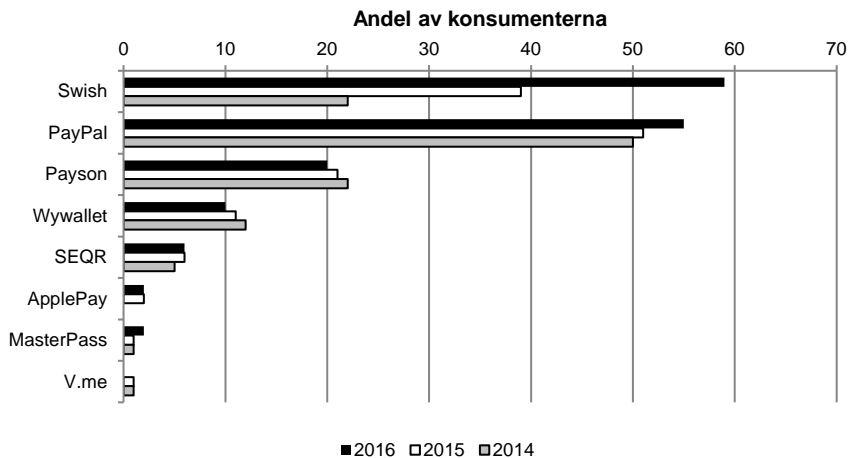
de senaste åren.⁵² Den ökade användningen syns också i nettoomsättningen som ökade från cirka 1,7 miljoner kronor 2013 till 21,7 miljoner kronor 2015.⁵³

Andra plånbokslösningar som har ökat i användning de senaste åren är Paypal, SEQR och Maserpass. Payson och Wywallet är exempel på aktörer/tjänster som har minskat. Se *figur 10*.

⁵² Swish varumärke och tjänst ägs av Getswish AB, som i sin tur startades 2012 och ägs gemensamt av Danske Bank (10 procent), Handelsbanken (20 procent), Länsförsäkringar bank (10 procent), Nordea (20 procent), SEB (20 procent) samt Swedbank (20 procent). Det är också mellan dessa banker, med tillägg för ICA Banken, Sparbanken Syd och Skandiabanken, som tjänsten fungerar.

⁵³ Bisnode InfoTorg. I övrigt har Getswish AB gått med förlust sedan starten och fått relativt stora (sett till balansomslutningen) ovillkorade aktieägartillskott.

Figur 10 Konsumenternas användning av olika aktörer/betal-tjänster vid e-handel, 2014–2016



Anm.: Resultatet bygger på undersökningar där intervjuer med drygt 2 000 internetanvändare i Sverige genomförts av Yougov. Intervjuerna har sedan kompletterats med data baserat på transaktioner hos webbutiker anslutna till DIBS.

Frågan som ställdes var: "Vilka betalsätt känner du till och har använt?"

Källa: DIBS (2016), (2015) och (2014).

Utmanande betaltjänstaktörer växer sig större

Utöver bankerna finns en uppsjö av betaltjänstaktörer på den svenska marknaden. I Arvidsson (2016) identifierades vissa betydelsefulla sådana utefter deras omsättning, antal anställda, resultat och balansomslutning. Sedan dess har vissa av aktörerna fortsatt att växa (antingen organiskt, via förvärv eller både och). Klarna är ett sådant exempel. Koncernen hade en global omsättning om cirka 2,8 miljarder kronor under 2015, vilket innebar en omsättningstillväxt på drygt 27 procent jämfört med året innan, och bedriver för närvarande verksamhet i 18 länder. Enligt Klarnas egna uppgifter

uppgår deras marknadsandel inom e-handelsbetalningar i norra Europa till 10 procent.⁵⁴

Andra exempel på större betaltjänstföretag utöver bankerna är exempelvis Bambora (med en global nettoomsättning för koncernen som uppgick till 0,8 miljarder kronor 2015 och en omsättningstillväxt på över 300 procent sedan året innan), Izettle (0,3 miljarder kronor 2015, + 82 procent sedan året innan), Payex (0,7 miljarder kronor 2015, 0 procent sedan året innan) och Trustly (0,2 miljarder kronor 2015, + 85 procent sedan året innan).⁵⁵

Som en referenspunkt kan storbankskoncernernas globala intäkter från betalningsprovisioner (inklusive kort) nämnas. Under 2015 uppgick Handelsbankens intäkter från betalningsprovisioner till drygt 3,4 miljarder kronor, SEB:s till drygt 5,5 miljarder kronor, Swedbanks till drygt 6,6 miljarder kronor och Nordeas till drygt 900 miljoner euro.⁵⁶

Marknadsandelar för kortbetalningar

Kort är en betaltjänst där datatillgången för att kunna beräkna marknadsandelar är relativt god (dock inte när det gäller eventuella mellanhänder). Datatillgången är, som nämndes tidigare, ofta sämre vad gäller många andra typer av betaltjänster.

Marknadsandelar för kortbetalningar kan antingen studeras från utfärdarsidan (banker) eller operatörssidan (kortföretag). Andelarna kan också beräknas på flera olika sätt, exempelvis

⁵⁴ Bisnode InfoTorg och Klarnas webbplats.

⁵⁵ Bisnode InfoTorg.

⁵⁶ Respektive bankkoncerns årsredovisning för 2015.

baserat på antalet utgivna kort, antalet transaktioner eller transaktionsvärdet för betalningarna. I det här fallet används det sistnämnda.

Betalningar med bankkort

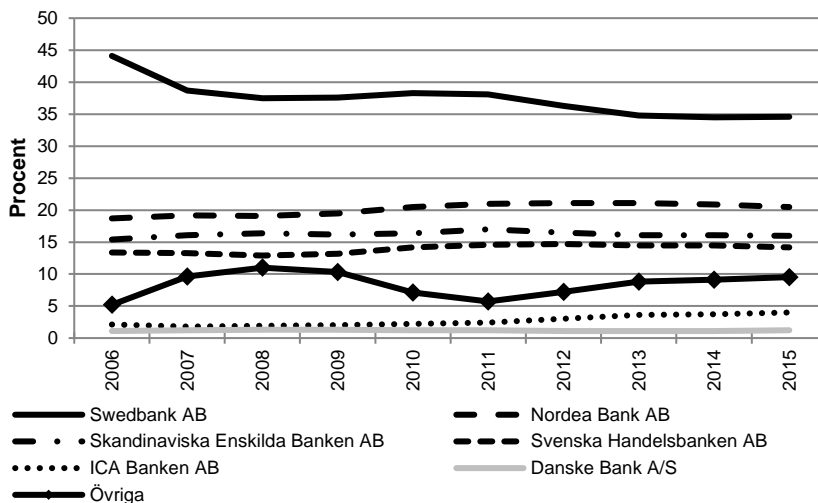
Totalt genomfördes betalningar inom den svenska handeln med bankkort⁵⁷ till ett värde av drygt 697 miljarder kronor under 2015. Detta fördelat på ungefär 11,2 miljoner utfärdade bankkort. Det genomsnittliga transaktionsvärdet var 329 kronor under samma år, vilket är en nedgång sedan början på 2000-talet. År 2002 var det genomsnittliga transaktionsvärdet 677 kronor (i 2016 års prisnivå).⁵⁸

Från utfärdarsidan är Swedbank den största aktören med en marknadsandel om drygt 35 procent under 2015, sett till det totala transaktionsvärdet för betalningar inom handeln, även om andelen minskat något sedan 2006 (se *figur 11*). Därefter följer de övriga stora bankkoncernerna (Nordea, SEB och Handelsbanken).

⁵⁷ Bankkort avser kort som är anslutna till konton, det vill säga betalarens konto belastas direkt vid betalningstransaktionen. Ett annat namn för samma sak är debetkort.

⁵⁸ Euromonitor International.

Figur 11 Olika bankkortsutfärdares andelar av det totala transaktionsvärdet för bankkortsbetalningar inom handeln, 2006–2015



Källa: Euromonitor International.

Från operatörssidan när det gäller bankkort är Mastercard den största aktören med en marknadsandel, beräknad på samma sätt utifrån transaktionsvärdet, om drygt 53 procent under 2015. Visa innehar resterande del av marknaden. Under hela perioden 2006–2015 har Mastercard varit något större än Visa.

Betalningar med kreditkort

Med kreditkort⁵⁹ genomfördes betalningar inom den svenska handeln till ett värde av drygt 173 miljarder kronor under 2015.

⁵⁹ Kreditkort avser kort med en samlad faktura i efterhand (som antingen betalas direkt eller avbetalas över en viss tid till en viss räntekostnad), det vill säga betalarens konto belastas inte direkt vid betalningstransaktionen.

Detta fördelat på ungefär 10,1 miljoner utfärdade kort.⁶⁰ Det genomsnittliga transaktionsvärdet var 473 kronor under samma år.⁶¹

Utifrån *figur 12* kan konstateras att Swedbank är en av de största aktörerna från utfärdarsidan även när det gäller transaktionsvärde för betalningar inom den svenska handeln med kreditkort. Detta eftersom Swedbank även utfärdar kreditkort under varumärket Enter Card.⁶² Andra aktörer med större marknadsandelar är främst SEB och Handelsbanken. Noterbart i figuren är att övriga aktörer, utöver de explicit redovisade, tillsammans innehar över 40 procent av marknaden.

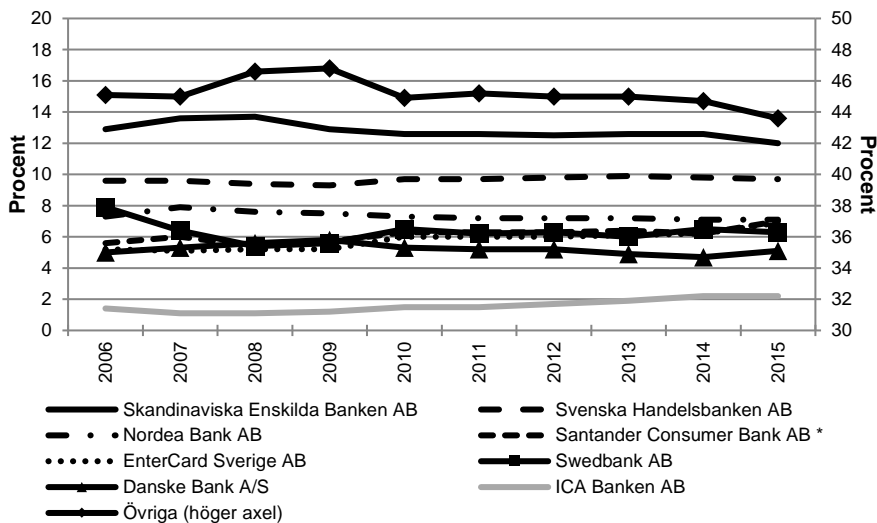
⁶⁰ Om även betalkort (främst American Express och Diners Club) inkluderas ökar transaktionsvärdet med drygt 89 miljarder kronor och antalet utfärdade kort med 1,4 miljoner. Dessa typer av kort innebär, liksom kreditkort, att betalares konto inte belastas direkt vid betalningstransaktionen utan med en samlad faktura i efterhand. Däremot så finns normalt inte möjlighet till avbetalning av fakturan, utan den betalas vanligtvis i sin helhet varje månad utan räntekostnader.

Om istället transaktionsvärdet för samtliga typer av kortbetalningar inom den svenska handeln ligger till grund för beräkningen av marknadsandelar uppgick American Express marknadsandel på operatörssidan till drygt 5 procent och Diners Club till drygt 3 procent under 2015. Visa och Mastercards marknadsandelar uppgick till cirka 44 procent vardera. Restande dryga 4 procent härrör till övriga operatörer.

⁶¹ Euromonitor International.

⁶² Enter Card Sverige AB är ett samägt företag mellan Swedbank och Barclays Bank.

Figur 12 Olika kreditkortsutfärdares andelar av det totala transaktionsvärdet för kreditkortsbetalningar inom handeln, 2006–2015



* Fram till och med 2013 GE Money Bank AB.

Källa: Euromonitor International.

Från operatörssidan innehar Visa sedan 2008 den största andelen av marknaden (drygt 62 procent under 2015) när det gäller betalningar med kreditkort, beräknat på samma sätt utifrån transaktionsvärdet. Resterande andel av marknaden innehas av Mastercard, som under åren 2006–2007 var större än Visa på den svenska marknaden.

5 Regelverk och konkurrens

5.1 Det andra betaltjänstdirektivet

I november 2015 antog Europaparlamentets och Europeiska unionens råd det andra betaltjänstdirektivet. Direktivet inkluderar och upphäver direktivet 2007/64/EG⁶³ (det första betaltjänstdirektivet), vilket har genomförts i svensk rätt genom lagen (2010:751) om betaltjänster, betaltjänstlagen, och lagen (2010:738) om obehöriga transaktioner med betalningsinstrument.

Det andra betaltjänstdirektivet syftar huvudsakligen till att bidra till att utveckla en EU-omfattande marknad för elektroniska betalningar och till att skapa bättre förutsättningar för säkra och effektiva betalningar.

Direktivet utvidgar begreppet betaltjänst till att omfatta betalningsinitierings tjänster och kontoinformationstjänster. Tillämpningsområdet för direktivet utökas i fråga om geografiskt område och valutor. Direktivet ger också under vissa förutsättningar betalningsinstitut rätt till tillgång till kreditinstitutens betalkontotjänster.

Det andra betaltjänstdirektivet ska – med undantag för ett fåtal bestämmelser som ska genomföras först vid ett senare datum – vara genomfört i nationell rätt senast den 13 januari 2018.

I 2015 års betaltjänstutredning, vilken hade i uppdrag att lämna förslag till de lagändringar som krävs i svensk rätt för att genomföra direktivet, föreslås att Finansinspektionen i samråd med Konkur-

⁶³ Europaparlamentets och rådets direktiv 2007/64/EG av den 13 november 2007 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.

rensverket ska utöva tillsyn över betaltjänstleverantörers möjlighet till indirekt tillträde till anmälda system (enligt det så kallade Finalitydirektivet) samt att Finansinspektionen i samråd med Konkurrensverket ska utöva tillsyn över betalningsinstitutens tillgång till kreditinstitutens betalkontotjänster.⁶⁴

Direktivet förväntas överlag förbättra konkurrensförutsättningarna för betaltjänster

Det andra betaltjänstdirektivet innehåller en tydlig konkurrensprägel, främst vad gäller betalningsinstituts rätt till tillgång till kreditinstitutens betalkontotjänster. I sitt remissvar på 2015 års betaltjänstutredning framhöll Konkurrensverket att utredningens förslag förstärker en EU-omfattande marknad för elektroniska betalningar där konsumenter, detaljhandel och andra aktörer på marknaden bättre kan utnyttja fördelarna med säkra och effektiva betalningar. Konkurrensverket ansåg också att utredningens förslag skapar förutsättningar för mer konkurrensneutrala driftsvillkor för både befintliga och nya aktörer på marknaden för elektroniska betalningar och att det blir möjligt för nya betalningstjänster att nå ut till en större marknad.

Den främsta farhågan som Konkurrensverket uppmärksammade i utredningen handlade om förslaget att en betalkontoanvändare ska ha möjlighet att i förväg neka tillgång till betalkontot. Konkurrensverket kunde inte finna stöd i direktivet för utredningens resonemang och ställningstagande i denna fråga. Detta förfarande skulle möjliggöra för kontoförvaltaren att avtala bort betaltjänstanvändarens rätt enligt artikel 66.1 att utnyttja en leverantör av betalningsinitieringstjänster. Förslaget strider därför mot direktivets inten-

⁶⁴ SOU 2016:53.

tioner. Med anledning av detta avstyrkte Konkurrensverket i sitt remissvar utredningens förslag på denna punkt. Konkurrensverket har också av aktörer på betaltjänstmarknaden uppmärksammats på att det i vissa länder i Europa just förekommer att banksektorn på olika sätt försöker hindra betalningsinitieringstjänster.⁶⁵

EBA:s konsultation om tekniska standarder som tillhörde direktivet mötte motstånd

Den europeiska bankmyndigheten (EBA) har bland annat till uppgift att bidra till att upprätta en enda europeisk regelbok för bankverksamhet, genom att anta bindande tekniska standarder och riktlinjer. Syftet med regelboken är att tillhandahålla en enda uppsättning harmoniserade tillsynsregler för finansinstitut i hela EU, för att bidra till att skapa rättvisa förhållanden och ge insättare, investerare och konsumenter ett gott skydd.

I augusti 2016 publicerade EBA en konsultation om tekniska standarder som syftar till att specificera krav på stark kundautentisering och säker kommunikation inom ramen för det andra betaltjänstdirektivet. Konsultationen var öppen för alla aktörer som kände sig berörda att svara på.⁶⁶ I oktober 2016, när konsultationen stängde, hade EBA mottagit synpunkter från 224 aktörer verk samma på olika delar av betaltjänstmarknaden i olika länder. Det var enligt EBA det högsta antalet svaranden på en konsultation någonsin, vilket tydde på ett stort intresse för frågorna.

⁶⁵ Konkurrensverkets remissvar på *Betaltjänster, förmedlingsavgifter och grundläggande betalkonton* (SOU 2016:53). Dnr 509/2016, 2016-12-01.

⁶⁶ EBA (2016), *Consultation Paper On the draft Regulatory Technical Standards specifying the requirements on strong customer authentication and common and secure communication under PSD2*. EBA-CP-2016-11. 2016-08-12.

EBA identifierade tre huvudområden där de svarande hade sett störst behov av reformering eller klargörande i de tekniska standarderna:

- 1) Omfånget av de tekniska standarderna överlag vad gäller typer av betalningstransaktioner som omfattas och som inte omfattas. Dessutom ifrågasattes teknikneutraliteten i EBA:s förslag till de element som ska utgöra den säkra kundautentiseringen.
- 2) Undantagens omfattning och trösklar. Många av de svarande önskade lägga till ett undantag för transaktioner som identifierats som låg risk till följd av en riskanalys.
- 3) Säkerställandet av tillgång till betalkonton för tredjepartsaktörer utifrån vilket utbyte av information mellan tredjepartsaktörer och kreditinstitut som behöver ske, på vilket sätt samt med vilken frekvens.⁶⁷

EBA publicerade i februari 2017 sitt slutgiltiga förslag till tekniska standarder med vissa förändringar utifrån de synpunkter som inkommit under konsultationen.⁶⁸ Förslaget skickas sedermera till EU-kommissionen för antagande. Därefter kommer det att granskas av EU-parlamentet och ministerrådet innan regelverket publiceras i Europeiska unionens officiella tidning. De tekniska standarderna träder sedan i kraft 18 månader efter att EU-kommissionen har godkänt förslaget.

⁶⁷ Se även till exempel Di Digital (2016-10-09), "Stenhård startup-kritik mot nytt EU-förslag: 'Kommer döda europeisk fintech'".

⁶⁸ EBA (2017), *Draft Regulatory Technical Standards on Strong Customer Authentication and common and secure communication under Article 98 of Directive 2015/2366 (PSD2). Final Report*. EBA/RTS/2017/02. 2017-02-23.

5.2 Konkurrensärenden i olika europeiska länder

Betaltjänstmarknaderna runt om i Europa har varit föremål för ett antal konkurrensärenden och avgöranden de senaste decennierna. I detta avsnitt redogörs endast för några av dessa.

Ärendena och avgörandena kan ge en fingervisning om vilka typer av konkurrensproblem som skulle kunna existera även på den svenska marknaden.⁶⁹ De ger därtill också en bild av vilka utmaningar svenska betaltjänstaktörer kan ställas inför vid expansion utanför Sveriges gränser.

DNB, Nordea, Finans Norge (inklusive Bits) och BankID Norge (2016–pågående)

Under hösten 2016 inledde Efta Surveillance Authority (ESA) en utredning om misstänkta överträdelser av konkurrensreglerna i Norge (enligt artikel 53 i EES-avtalet). De aktörer som hittills omfattas av utredningen är Finans Norge, Bits AS, BankID Norge AS, DNB Bank ASA, DNB ASA, Nordea Bank AB och Nordea Bank Norge ASA. Ärendet öppnades efter ett klagomål från det svenska betaltjänstföretaget Trustly.⁷⁰

ESA kommer att undersöka om de nämnda aktörerna, som är verksamma inom den norska banksektorn, genom avtal, beslut eller samordnat förfarande har syftat till att blockera en ny marknads-

⁶⁹ Beskrivningar av de ärenden och avgöranden som Europeiska kommissionen har haft gällande multilaterala förmedlingsavgifter (multilateralt förhandlade mellanbanksavgifter) i kortsystemen (gentemot Visa och Mastercard/Europay) utelämnas från redogörelsen. I Sverige är den grundläggande regeln att sådana avgifter är bilateralt förhandlade.

⁷⁰ Klagomålet riktades initialt till den norska konkurrensmyndigheten (Konkurransetilsynet), vilka sedermera överlämnade det till ESA.

aktör (Trustly) från att tillhandahålla sin e-betaltjänstlösning i Norge. Myndigheten har också för avsikt att undersöka om villkoren för drift och användning av e-betaltjänster i Norge kan förhindra, begränsa eller snedvrída konkurrensen i strid med artikel 53 i EES-avtalet.

Utredningen pågår och det finns ingen fast sluttid.⁷¹

EPC (2011–2013)

I september 2011 inledde Europeiska kommissionen en utredning av European Payments Council (EPC) standardiseringsprocess för betalningar via internet ("e-betalningar"). Detta i syfte att undersöka om processen begränsar möjligheterna att ta sig in på marknaden eller begränsar innovationer, till exempel genom att stänga ute nya aktörer och betaltjänstleverantörer som inte kontrolleras av banker.

I juni 2013 valde kommissionen att avsluta ärendet utan åtgärd.⁷²

Deutsche Kreditwirtschaft (2010–2016)

I juli 2016 förklarade den tyska konkurrensmyndigheten (Bundeskartellamt) vissa överenskomna villkor kring onlinebanktjänster uppsatta av German Banking Industry Committee (Deutsche

⁷¹ EFTA Surveillance Authority Decision of 25 October 2016 to initiate proceedings pursuant to Article 2(1) of Chapter III of Protocol 4 to the Surveillance and Court Agreement. Case No 77452- e-Payment Services in Norway.

⁷² Europeiska kommissionens ärende COMP/39876, EPC e-betalningar. Inledande av förfarande den 5 oktober 2011, IP/11/1076. Avslutande av förfarande den 13 juni 2013, MEMO/13/553.

Kreditwirtschaft) som olagliga. Myndigheten menade att dessa villkor begränsade konkurrensen mellan olika betaltjänstleverantörer som är verksamma inom onlinebetalningar och bröt mot tysk och europeisk konkurrenslagstiftning.

Villkoren används av alla banker som är verksamma i Tyskland, eftersom de rekommenderas av de ledande bankföreningarna⁷³, och innebar att nätbankskunder inte får använda sina personliga säkerhetskoder PIN (personal identification number) och TAN (transaction authentication number) i betalningssystem som tillhandahålls av tredjepartsaktörer som inte är banker. Detta för att förhindra åtkomst för så kallade betalningsiniteringstjänster.

Bundeskartellamt har begränsat sin intervention till att förklara villkoren olagliga. På begäran av de berörda parterna har myndigheten avbrutit omedelbar verkställighet av beslutet.⁷⁴

Groupement des Cartes Bancaires (2002–2016)

I december 2002 notifierade Groupement des Cartes Bancaires (CB), som är en ekonomisk intressegruppering inrättad av de största franska bankerna, i enlighet med förordning nr 17 Europeiska kommissionen om ett antal nya regler som man avsåg införa och som bland annat omfattade prissättningsåtgärder på marknaden för betal- och kreditkort. Syftet var bland annat att motivera medlemmarna att utveckla sin inlösenverksamhet och att ta ekonomisk hänsyn till satsningar från medlemmar vars inlösenverksamhet var betydande jämfört med deras utgivningsverksamhet.

⁷³ National Association of German Cooperative Banks (Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken), German Savings Bank Association (Deutscher Sparkassen- und Giroverband) och the Association of German Banks (Bundesverband deutscher Banken).

⁷⁴ Bundeskartellamt beslut den 5 juli 2016. Ärende B4-71/10.

I juli 2004 antog kommissionen ett första meddelande om invändningar⁷⁵ riktat till CB och till nio ledande banker som hade varit föremål för kontroller, i vilket kommissionen kritiserade dem för att ha ingått ett hemligt konkurrensbegränsande avtal, vilket hade *"som övergripande syfte att begränsa konkurrensen mellan de banker som är parter i avtalet och att på ett samordnat sätt hindra konkurrens från nya aktörer (bland annat stormarknader, internetbanker och utländska banker) på marknaden för utgivning av bankkort"*. Kommissionen ansåg att *"anmälan [hade] gjorts i syfte att dölja det konkurrensbegränsande avtalets verkliga innehåll"*.

I juli 2006 antog kommissionen ett andra meddelande om invändningar som riktades enbart till CB. Kommissionen angav att det första meddelandet om invändningar skulle betraktas som återkallat. Det andra meddelandet om invändningar avsåg ett beslut av en företagsammanslutning om att införa en rad prissättningsåtgärder som hade ett konkurrensbegränsande syfte eller resultat.

I oktober 2007 beslutade kommissionen att CB omedelbart ska upphöra med den överträdelse som avses i artikel 1 genom att återkalla de anmälda prissättningsåtgärder som avses i den artikeln, samt att CB i framtiden ska avstå från alla åtgärder eller beteenden som har ett identiskt eller liknande syfte eller resultat.

CB överklagade beslutet till tribunalen (BNP Paribas, Groupe BPCE och Société Générale intervenerade till stöd för klaganden) som

⁷⁵ Ett meddelande om invändningar är ett formellt steg i kommissionens undersökningar av misstänkta överträdelser av EU:s konkurrensregler. Kommissionen informerar de berörda parterna skriftligen om de invändningar som rests emot dem, varpå parterna får en chans att besvara dessa. Företagen kan gå igenom handlingarna i kommissionens akt, lämna ett skriftligt svar och begära ett muntligt hörande för att inför företrädare för kommissionen och de nationella konkurrensmyndigheterna lägga fram sina synpunkter i ärendet. Kommissionen fattar ett slutgiltigt beslut först då parterna har utnyttjat sin rätt att försvara sig.

meddelade sin dom i november 2012. Tribunalen ogillade talan som CB hade väckt i syfte att utverka en ogiltigförklaring av kommissionens beslut.⁷⁶

CB överklagade sedan domen till EU-domstolen som i september 2014 meddelade sitt avgörande. I sitt överklagade åberopade CB som första grund att artikel 101 FEUF åsidosatts genom felaktig rättstillämpning, materiella felaktigheter och en oriktig bedömning vid granskningen av de aktuella åtgärdernas syfte. EU-domstolen biföll talan på den första grunden. Med anledning av detta återvisades målet till tribunalen för ny prövning.⁷⁷

I juni 2016 meddelade sedan tribunalen sitt avgörande. Tribunalen ogiltigförklarade kommissionens beslut vad gäller syftesöverträdelse, men bevarade det som rörde effekter av överträdelser.⁷⁸

Visa (2000–2011)

I april 2000 inkom Morgan Stanley med ett klagomål till Europeiska kommissionen rörande konkurrensbegränsande samarbete då de förvägrades medlemskap i Visa Internationals region för Europeiska unionen. Detta med hänvisning till en regel i Visas bolagsordning som löd: *"styrelsen (inbegripet de regionala styrelserna och gruppmedlemmarna) ska inte anta medlemmar som de anser kan utgöra en konkurrent till företaget, under förutsättning att detta är förenligt med tillämplig lagstiftning."*

⁷⁶ Tribunalens dom (sjunde avdelningen) av den 29 november 2012. Groupement des Cartes Bancaires (CB) mot Europeiska kommissionen. Mål T-491/07.

⁷⁷ Domstolens dom (tredje avdelningen) av den 11 september 2014. Groupement des Cartes Bancaires (CB) mot Europeiska kommissionen. Mål C-67/13.

⁷⁸ Tribunalens dom (sjunde avdelningen) av den 30 juni 2016. Groupement des Cartes Bancaires (CB) mot Europeiska kommissionen. Mål T-491/07 RENV.

I augusti 2004 riktade kommissionen ett meddelande om invändningar till Visa, varpå företaget några månader senare inkom med ett skriftligt svar på dessa.

I september 2006 nåddes en överenskommelse mellan parterna, i vilken Morgan Stanley godtogs som medlem. En annan del i överenskommelsen var att klagomålet som inlämnats till kommissionen skulle återtas. Kommissionen ansåg emellertid att den hade ett berättigat intresse av att anta ett beslut om påföljder för de sökandes konkurrensbegränsande beteende. Efter fortsatt utredning ålades sedan Visa böter av kommissionen för sin överträdelse.

Beslutet överklagades till tribunalen som bekräftade kommissionens beslut 2011.⁷⁹

⁷⁹ Tribunalens dom (femte avdelningen) den 14 april 2011. Visa Europe Ltd och Visa International Service mot Europeiska kommissionen. Mål T-461/07.

6 Slutsatser

Syftet med den här rapporten har varit att komplettera den kartläggning som gjordes av den svenska betaltjänstmarknaden i Konkurrensverkets uppdragsforskningsrapport *Framväxten av mobila, elektroniska betalningstjänster i Sverige – en studie av förändring inom betalsystemet* (2016:4). Detta i form av ytterligare marknadsdata och fördjupade beskrivningar. Det har bland annat varit av intresse att försöka klarlägga de olika aktörernas styrkeförhållanden, exempelvis de stora bankernas inflytande på marknaden.

Rapporten syftar också till att översiktligt belysa utvecklingen på den svenska betaltjänstmarknaden jämfört med hur det har sett ut i andra länder.

Svenska konsumenter betalar gärna med kort

Den svenska betaltjänstmarknaden är växande till följd av att konsumenterna handlar allt mer. Det gäller framför allt e-handel.

De svenska konsumenterna betalar allt mer av sina köp med kort, samtidigt som kontantanvändningen successivt minskar. Detta är till viss del i kontrast mot resten av den europeiska marknaden där förvisso kortanvändningen också ökar, men även kontantanvändningen. Ökningen av kortbetalningar på den svenska marknaden förväntas emellertid mattas av något framöver till förmån för mobila betalningar. Även globalt så växer mobila betalningar.

När det gäller betalningar vid e-handel så skiljer sig Sverige också jämfört med många andra länder. I exempelvis Norge och Danmark är det inte lika vanligt som i Sverige att betala med bankkort vid

e-handel. Däremot är både direktbetalningar via bank och digitala plånböcker vanligare betalningssätt. Globalt är digitala plånböcker det vanligaste betalningssättet. De svenska konsumenterna betalar också i större utsträckning via faktura än andra länder.

Nya aktörer växer fram men bankerna fortfarande starka

Den svenska betaltjänstmarknaden innefattar en mängd olika aktörer, där de större bankerna står i centrum. Marknaden är fortfarande relativt fragmenterad då det finns en mängd mindre betaltjänstaktörer och ett fåtal större. Det återstår att se hur det andra betaltjänstdirektivet, som träder ikraft i januari 2018, kommer att påverka marknaden. Konkurrensverkets syn är att direktivet överlag kommer att förbättra konkurrensförutsättningarna på marknaden, även om enskilda farhågor kring vissa detaljer finns.

Antalet verksamma betaltjänstaktörer växer de senaste åren i stort sett i paritet med befolkningsutvecklingen och i likhet med EU-genomsnittet. Många av de nyare aktörerna växer också successivt från år till år, medan de större bankerna får en successivt mindre del av sina intäkter från betalningar. De innehar dock fortfarande en stark ställning på marknaden, bland annat genom olika samägda bolag inom betaltjänstområdet i allmänhet och infrastruktur-tjänster i synnerhet. Det handlar framför allt om Bank-id, Bankgirot och Swish. Samägandet är ingenting som genererar stora monetära utdelningar till bankerna, utan något som möjliggör en hög grad av inflytande över en större del av betalningskedjan.

När det gäller just digital legitimering hade Konkurrensverket gärna sett att det även fanns en statligt utfärdad e-legitimation på plats, likt i merparten av de europeiska länderna. Detta eftersom kundautentisering är en mycket viktig del av betaltjänstmarkna-

dens funktionssätt överlag och för tredjepartsaktörernas möjligheter att verka på marknaden.

Bankernas starka ställning visar sig på flera sätt

Bankernas fortsatt starka ställning på den svenska betaltjänstmarknaden visar sig på flera olika sätt, utöver deras samägda bolag på området. För det första är de flesta typerna av elektroniska betalningar kontobaserade. Det är således mycket svårt för en aktör att verka på betaltjänstmarknaden utan att på något sätt samverka med de större bankerna. Ett exempel är när det gäller kortbetalningar. Där är bankerna i hög grad involverade, dels som utgivare, dels som inlösare. Deras starka ställning påvisas av den stora intäktandel som går till bankerna vid varje kortbetalning. Kortoperatörer och eventuella inblandade tredjepartsaktörer får betydligt mindre intäktandelar. Därtill kan nämnas Swedbanks delägarskap i Babs Paylink AB, vilka enligt egen uppgift är marknadsledande i Sverige inom tjänster och hårdvara för kortbetalningar (det vill säga kortterminaler).

Vissa av de större bankerna har även, för att följa med i marknadsutvecklingen, startat upp så kallade fintech-labb eller innovations-/acceleratorprogram och inlett strategiska samarbeten med mer nischade betaltjänstaktörer. Denna typ av partnerskap förväntas öka i omfattning framöver och kan hjälpa till att befästa bankernas position på betaltjänstmarknaden.

Marknaden kan komma att förändras framöver

Den svenska betaltjänstmarknaden kan komma att förändras ytterligare under de närmaste åren. Ikraftträdandet av det andra betal-

tjänstdirektivet kan medföra att nya aktörer etableras och att mindre, redan verksamma, aktörer kan växa sig större. Därtill kan stora internationellt kända varumärken, som exempelvis Apple Pay och Android Pay, välja att etablera sig på den svenska marknaden. Samsung Pay har nyligen lanserats som betaversion på den svenska marknaden.

Det återstår också att se om det pågående införandet av kontaktlösa kortbetalningar (via NFC-teknik) i Sverige framöver kommer att förändra olika korttypers andelar av betalningarna. Det är också möjligt att kortbetalningarna sammantaget kommer att kunna ta ytterligare andelar av de kontanta betalningarna, eftersom de kontaktlösa betalningarna riktar sig mot mindre transaktionssummor.

Blockkedjeteknologin är också en faktor som än så länge är i sin linda, men som framöver kan förändra marknads karaktär exempelvis vad gäller betalningsinfrastruktur.

Konkurrensverkets sammantagna bedömning och fortsatta arbete

I Arvidsson (2016) bedömdes sammantaget 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. Denna kompletterande rapport stärker möjligen de slutsatserna ytterligare. Att nya aktörer fortsätter att etableras och att vissa av de mer nyetablerade aktörerna på kort tid att lyckats växa sig relativt stora är indikerar att konkurrensen på den svenska betaltjänstmarknaden torde fungera relativt väl, även om vissa

farhågor kan finnas främst kring de olika samarbeten som karaktäriserar marknaden.

En slutsats som också kunde dras i Arvidsson (2016) var att samarbeten på betaltjänstområdet kan vara nödvändiga när ny infrastruktur behövs men att de hämmar konkurrensen och effektiviteten om de fortsätter under en längre tid. En vidare slutsats av detta kan vara att de svenska bankernas infrastrukturellsamarbeten har främjat den svenska betaltjänstmarknadens utveckling över tid, men att det framöver kan finnas anledning för konkurrens- och konsumentvårdande myndigheter att hålla dessa samarbeten under närmare uppsikt.

Konkurrensverket kommer att fortsätta bevaka den svenska betaltjänstmarknaden. Detta just med särskilt fokus på de olika samarbeten som förekommer, dels mellan tredjepartsleverantörer och banker kring betaltjänster och dels mellan banker kring framför allt infrastruktur tjänster. De konkurrensärenden som förekommit på området i andra europeiska länder belyser potentiella problem som skulle kunna uppstå även på den svenska marknaden.

Referenser

Lagar, direktiv m.m.

EBA (2017), *Draft Regulatory Technical Standards on Strong Customer Authentication and common and secure communication under Article 98 of Directive 2015/2366 (PSD2)*. Final Report. EBA/RTS/2017/02. 2017-02-23.

Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2366 av den 25 november 2015 om betaltjänster på den inre marknaden, om ändring av direktiven 2002/65/EG, 2009/110/EG och 2013/36/EU samt förordning (EU) nr 1093/2010 och om upphävande av direktiv 2007/64/EG.

Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2007/64/EG av den 13 november 2007 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 förordning (EU) nr 910/2014 av den 23 juli 2014 om elektronisk identifiering och betrodda tjänster för elektroniska transaktioner på den inre marknaden och om upphävande av direktiv 1999/93/EG.

Lagen (2010:751) om betaltjänster.

Lagen (2010:738) om obehöriga transaktioner med betalningsinstrument.

Redovisningsrådets rekommendation om intresseföretag. RR 13, juli 2000.

Årsredovisningslagen (1995:1554).

Rapporter

Arvidsson (2016), *Framväxten av mobila, elektroniska betalningstjänster i Sverige – en studie av förändring inom betalsystemet*. Konkurrensverkets uppdragsforskningsrapport 2016:4.

Capgemini & BNP Paribas (2016), *2016 World Payments Report*.

Capgemini, LinkedIn & Efma (2016), *World FinTech Report 2017*.

DIBS (2016), *Svensk E-handel 2016*.

DIBS (2015), *Svensk E-handel 2015*.

DIBS (2014), *Svensk E-handel 2014*.

ECB (2016), *Payment Statistics for 2015*. September 2016.

Euromonitor International (2016), *Financial Cards and Payments in Sweden*. November 2016.

EY (2017), *How to prepare for tomorrow's challenges today*. Future of Nordic Retail. 1st edition.

Insight Intelligence (2016), *Sverige betalar 2016 – Svenska folkets attityder till betalmetoder och betaltjänster*. I samarbete med Internetstiftelsen i Sverige (IIS), Visa Europe, Bankgirot och SEQR.

Insight Intelligence (2015), *Sverige betalar 2015 – Svenska folkets attityder till betalmetoder och betaltjänster*. På uppdrag av Internetstiftelsen i Sverige (IIS), EY, Bankgirot och Swedbank.

Insight Intelligence (2014), *Sverige betalar 2014 – Svenska folkets attityder till betalmetoder och betaltjänster*. I samarbete med Stiftelsen för internetinfrastruktur (.SE), EY och Bankomat AB.

Konkurrensverket (2017), *Konkurrens och tillväxt på digitala marknader – Ett regeringsuppdrag om e-handel och delningsekonomi*. Rapport 2017:2.

Konkurrensverket (2016), *Storbankskoncernernas olika verksamheter – en översiktlig beskrivning av olika delmarknader*. Rapport 2016:2.

Konkurrensverket (2013), *Konkurrensen på den finansiella tjänstemarknaden – inlåning, bolån och fonder*. Rapport 2013:4.

Konkurrensverket (2006), *Tillträdesvillkor för betalsystem – skillnader för små och stora banker*. Rapport 2006:1.

Lundvall & Strand (2009), *Mellanbanksavgifter i betalsystem – bra eller dåligt för konsumenterna?* Konkurrensverkets uppdragsforskningsrapport 2009:11.

Oliver Wyman (2016), *EU Retail and SME Payments – State of the Industry*. November 2016.

Oliver Wyman (2014), *Payments are Changing, but How Prepared are Retail Banks? Point of View*. Oktober 2014.

PostNord, Svensk Digital Handel & HUI Research (2017), *e-barometern – helårsrapport 2016*. Februari 2017.

PwC (2017), *Global FinTech Report 2017. Redrawing the lines: FinTech's growing influence on Financial Services*.

PwC (2016), *Global FinTech Report 2016. Blurred lines: How FinTech is shaping Financial Services*. Mars 2016.

Riksbanken (2016a), *Den svenska finansmarknaden*. Augusti 2016.

Riksbanken (2016b), *Finansiell infrastruktur*. Mars 2016.

Riksbanken (2013), *Den svenska massbetalningsmarknaden*. Riksbanksstudier, juni 2013.

Riksbanken (2012), *Den svenska finansmarknaden*. Augusti 2012.

SOU 2016:53 *Betaltjänster, förmedlingsavgifter och grundläggande betalkonton*. Betänkande av 2015 års betaltjänstutredning.

Worldpay (2016), *Global Payments Report*. November 2016.

Yttranden, konsultationspapper, remissvar m.m.

EBA (2016), *Consultation Paper On the draft Regulatory Technical Standards specifying the requirements on strong customer authentication and common and secure communication under PSD2*. EBA-CP-2016-11. 2016-08-12.

Europeiska kommissionen (2012), *Electronic identification, signatures and trust services: Questions & Answers*. MEMO/12/403. Juni 2012.

Konkurrensverkets remissvar på *Betaltjänster, förmedlingsavgifter och grundläggande betalkonton* (SOU 2016:53). Dnr 509/2016, 2016-12-01.

Rättsfall och ärenden

Bundeskartellamt beslut den 5 juli 2016. Ärende B4-71/10.

Domstolens dom (tredje avdelningen) av den 11 september 2014. Groupement des Cartes Bancaires (CB) mot Europeiska kommissionen. Mål C-67/13.

EFTA Surveillance Authority Decision of 25 October 2016 to initiate proceedings pursuant to Article 2(1) of Chapter III of Protocol 4 to the Surveillance and Court Agreement. Case No 77452- e-Payment Services in Norway.

Europeiska kommissionens ärende COMP/39876, EPC e-betalningar. Inledande av förfarande den 5 oktober 2011, IP/11/1076. Avslutande av förfarande den 13 juni 2013, MEMO/13/553.

Tribunalens dom (sjunde avdelningen) av den 30 juni 2016. Groupement des Cartes Bancaires (CB) mot Europeiska kommissionen. Mål T-491/07 RENV.

Tribunalens dom (sjunde avdelningen) av den 29 november 2012. Groupement des Cartes Bancaires (CB) mot Europeiska kommissionen. Mål T-491/07.

Tribunalens dom (femte avdelningen) den 14 april 2011. Visa Europe Ltd och Visa International Service mot Europeiska kommissionen. Mål T-461/07.

Den svenska betaltjänstmarknaden är växande till följd av att konsumenterna handlar allt mer. Det gäller framför allt e-handel. Utvecklingen har medfört förändrade betalningsmönster och ökade möjligheter för de aktörer som verkar på betaltjänstmarknaden.

Den här rapporten kompletterar den kartläggning som gjordes i Konkurrensverkets uppdragsforskningsrapport *Framväxten av mobila, elektroniska betalningstjänster i Sverige – en studie av förändring inom betalsystemet* (2016:4). I den här rapporten fokuserar vi framför allt på att göra fördjupade beskrivningar av marknadens aktörer.



Adress 103 85 Stockholm

Telefon 08-700 16 00

Fax 08-24 55 43

konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se