

Factureren 2007

Factureren in een online wereld

an authentic
innopaper



2351,32
375,42
1975,90
12,50
480,00
21,00
162,40
320,00
980,00

Factureren 2007

Factureren in een online wereld

Inclusief een overzicht van gespecialiseerde dienstverleners in Nederland.

Auteurs

Innopay

info@innopay.com

www.innopay.com

Uitgave

Nederlands

Versie 1.1

Oktober 2007

Copyright © Innopay

Alle rechten voorbehouden

Inhoud

1	Managementsamenvatting	6
2	Elektronisch factureren: waar gaat het over?.....	8
2.1	Inleiding	8
2.2	Definities en terminologie.....	9
2.2.1	De actoren en basisfuncties van de factuur	9
2.2.2	De fysieke factuur.....	11
2.2.3	Distributie en verwerking van fysieke facturen.....	12
2.3	Functies van de factuur.....	13
2.4	Dimensies van de factuur.....	16
2.5	Elektronisch factureren in de B2B context	17
2.5.1	Inhouddimensie	17
2.5.2	Formaatdimensie	17
2.5.3	Procesdimensie	18
2.6	Elektronisch factureren in de B2C context	20
2.6.1	Inhouddimensie	21
2.6.2	Formaatdimensie	21
2.6.3	Procesdimensie	21
2.7	Factureren is een netwerkactiviteit	25
2.7.1	Gesloten versus open methodes	26
2.7.2	Lessen uit de wereld van betalen	27
3	Recente ontwikkelingen.....	30
3.1	Standaardisatie en harmonisatie	30
3.2	B2B: Voornamelijk gesloten systemen	33
3.3	Consumenten meer en meer online.....	34
3.4	Nieuwe initiatieven in de B2C context	36
3.5	Het BSP domein opgeschud.....	37

4	Factureermethodes	39
4.1	Classificatie van factureermethodes	39
4.2	Beschrijving per factureermethode	40
4.3	Onvoorwaardelijk bereik, B2C	41
4.3.1	Fysieke factuur per post	41
4.3.2	Email met factuur	44
4.3.3	AcceptEmail	46
4.3.4	PayPal mailfactuur	49
4.4	Onvoorwaardelijk bereik, B2B	51
4.4.1	Papieren factuur per post	51
4.4.2	Email met factuur	52
4.5	Voorwaardelijk bereik, B2C	52
4.5.1	Privver	52
4.5.2	Standaard Digitale Nota	55
4.5.3	Biller portal van leveranciers	58
4.6	Voorwaardelijk bereik, B2B	61
4.6.1	Procurement Portals	61
4.6.2	Purchase portals	63
4.6.3	P-Cards	65
5	Billing Service Providers	69
5.1	Algemeen	69
5.2	BSP dimensies	69
5.3	BSP overzicht	70
5.3.1	AcceptEmail	71
5.3.2	Addcomm Direct	72
5.3.3	Anachron (INGIS)	73
5.3.4	Billington	74
5.3.5	Bluem	75
5.3.6	Cendris	76

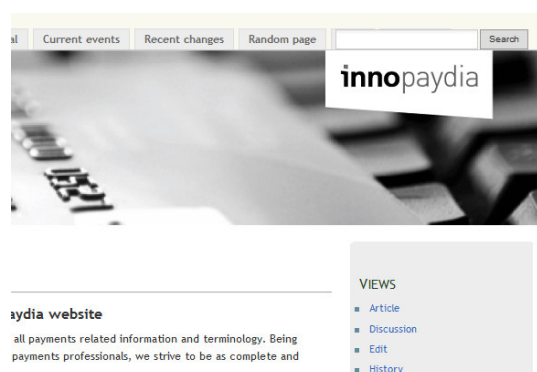
5.3.7	Getronics PinkRocade	77
5.3.8	MaxCredible	78
5.3.9	Purchase2Pay / CertiPost	79
5.3.10	Rotaform	80
5.3.11	ScanLaser	81
5.3.12	ST Solutions / Interfaktuur	82
5.3.13	Van Kesteren / Famed	83
Bijlage 1: Achtergrondinformatie en referenties.....		84
	Internetgebruik.....	84
	XML-standaarden.....	84
	Andere bronnen	84
Bijlage 2: Woordenlijst		86

Innopaydia

Innopay heeft met ‘Innopaydia’ een eigen ‘wikipedia’ opgezet, specifiek voor achtergrondinformatie over betalen, kanalen en transactionele diensten. Alle termen in de woordenlijst zijn ook op Innopaydia terug te vinden, incl. een eigen bronvermelding (indien van toepassing).

Experts worden uitgenodigd hier informatie aan toe te voegen en/of deze bij te houden.

www.innopaydia.org



1 Managementsamenvatting

Elektronisch factureren is al ruim 20 jaar een grote belofte. Gezien het grote aantal facturen dat jaarlijks wordt verzonden (ca. 1 miljard in Nederland, ca. 27 miljard in Europa) en de grote aanmaak- en verwerkingskosten bij bedrijven (geschatte kosten per factuur resp. € 1 en € 15 gemiddeld), liggen hier grote mogelijkheden voor besparingen. Mogelijkheden, want tot nu toe is volgens optimistische berekeningen slechts 3-4% van het totale aantal facturen elektronisch. Politici zien daarom in elektronisch factureren een grote bijdrage aan de 'Lisbon Agenda' die van Europa per 2010 de meest concurrerende economie ter wereld moet maken.

In de business-to-business (B2B) context zijn er al lange tijd vele spelers actief, vaak rondom bepaalde industrieën (automobiel, chemie, elektronica, landbouw), waarbij de macht van de kopende partij de drijvende kracht is voor de acceptatie van bepaalde technische oplossingen (o.a. EDI, industrieportalen) voor elektronische uitwisseling van documenten. Versnippering is het gevolg. Leveranciers die aan verschillende industrieën leveren worden geconfronteerd met de implementatie van diverse technische oplossingen. Daarbij is de wetgeving over Europa heen niet eenduidig, hetgeen tot onduidelijkheid en complexiteit leidt bij de betrokken partijen. Op Europees niveau zijn er meer dan 200 leveranciers actief in de markt van elektronisch factureren .

In de business-to-consumer (B2C) context is TNT Post in Nederland al jaren actief. Eerst met Privver en later in combinatie met Rabobank (Notabox). In 2006 is dit met de Standaard Digitale Nota verder gestandaardiseerd met andere grote banken (ABN AMRO en ING/Postbank), zodat het afleveren van facturen in de internetbankieromgeving mogelijk wordt. Ook het e-mailkanaal wordt voor factureren meer en meer gebruikt door diverse Verzendders (o.a. webwinkeliers, telecom operators). In 2006 startte ook AcceptEmail, een partij die zich richt op email als facturatiekanaal in combinatie met online betaalmethoden. Ook op Europees niveau is er een groei in B2C initiatieven waarneembaar.

Deze toenemende marktactiviteit op het gebied van elektronisch factureren is voor Innopay aanleiding geweest dit rapport in eerste editie samen te stellen. Wij hopen hiermee een bijdrage te leveren aan het verder structureren van dit onderwerp zodat beslissers beter de weg kunnen vinden in deze ogenschijnlijk complexe materie en de markt sneller tot ontwikkeling kan komen. Het rapport zal jaarlijks worden bijgewerkt op basis van de laatste inzichten en ontwikkelingen.

De kern van onze aanpak is 'factureren' allereerst in conceptuele zin te beschouwen, inclusief de vandaag meest voorkomende facturering op papier en via de post. Elektronisch factureren is ons inziens meer dan het elektronisch maken van bestaande papierstromen, maar (te)veel oplossingen zijn hierop nog gebaseerd. Elektronisch factureren is een netwerkactiviteit, met een (initiërende) verzendende kant en een (reagerende) ontvangende kant en in dat opzicht vergelijkbaar met telecommunicatie of betalingsverkeer. Elektronisch factureren biedt bedrijven de gelegenheid weer kritisch naar hun bedrijfsprocessen te kijken.

Hoofdstuk 2 geeft conceptueel theoretische beschouwingen over elektronisch factureren en in hoofdstuk 3 worden belangrijke recente ontwikkelingen beschreven. In hoofdstuk 4 worden factuuremethoden in de huidige Nederlandse markt geclassificeerd om in hoofdstuk 5 te besluiten met een overzicht van Billing Service Providers die actief zijn in Nederland.

Tot slot: dit rapport is met grote zorg samengesteld waarbij gebruik is gemaakt van openbare informatie zoals deze beschikbaar was ten tijde van het opstellen van dit rapport. Naast directe verwijzingen in de tekst, geeft Bijlage 1 een overzicht van bronnen waaruit is geput. Bijlage 2 geeft een woordenlijst over elektronisch factureren waarvan de inhoud ook online is te vinden op www.innopaydia.org.

Mochten er desondanks toch nog onduidelijkheden en/of onjuistheden in staan, dan vernemen wij dit graag. Ook ander commentaar is welkom op info@innopay.com.

2 Elektronisch factureren: waar gaat het over?

2.1 Inleiding

Voor de meeste mensen zijn facturen nog synoniem met papieren documenten die per post worden ontvangen. De laatste jaren verandert dit beeld echter sterk door de opkomst van internet en het feit dat meer mensen meer tijd online besteden. De factuur betreedt de online wereld en dit betekent dat het factuurlandschap flink in beweging is.

Nu kent elektronisch factureren in de B2B context al een behoorlijk lange geschiedenis. De vele initiatieven richten zich sterk op belangrijke B2B aspecten zoals integratie van ERP en financiële systemen en automatische BTW afhandeling met de (lokale) belastingdienst. Vaak ontstaan dit soort oplossingen rondom een sterke inkopende partij (die veel inkomende facturen te verwerken heeft) of binnen specifieke branches zoals de elektronica- of auto-industrie waarbij elektronisch factureren onderdeel uitmaakt van elektronische ordersystemen. Ondanks gebruik van open communicatiestandaarden zoals EDI bleven deze oplossingen branche- of bedrijfsspecifiek en bovendien afhankelijk van de software- of systeemleveranciers van betreffende oplossing. Verder zijn de eisen van de diverse fiscale autoriteiten in Europa niet consistent, hetgeen een grote barrière is voor een verdere doorbraak.

Maar nu consumenten en bedrijven in Nederland massaal online zijn, ontstaat er uitzicht op schaalgrootte hetgeen de activiteit op dit terrein enorm stimuleert. Tot op heden is volgens inschattingen met een ruime interpretatie van elektronische facturen ongeveer 3-4% van het totale aantal facturen elektronisch. Veel partijen zijn in beweging gekomen. De traditionele print & mail bedrijven bewegen zich in de richting van online presentatie van facturen. De partijen die reeds actief zijn met elektronisch factureren in B2B verbreden hun werkveld naar B2C. Service providers voor online en email communicatie zien de factuur als een natuurlijke uitbreiding. Ook Internet payment service providers (PSPs) en debt/credit management organisaties zien nieuwe mogelijkheden. En tot slot zijn er geheel nieuwe partijen die door deze kansen besluiten het speelveld te betreden.

Genoeg reden om stil te staan bij het onderwerp factureren. Maar alvorens in te gaan op de huidige ontwikkelingen en toekomstverwachtingen, eerst een stuk historie en analyse. De theorie. Wat is precies een factuur? Welke functies vervult deze in welke processen? Welke dimensies kunnen we daarbij onderkennen die relevant zijn voor elektronificatie van facturen? Hoe zou elektronisch factureren kunnen werken in de verschillende contexten waarin deze kan worden toegepast?

2.2 Definities en terminologie

Rondom facturen en factureren vinden we een veelheid aan begrippen die grotendeels hetzelfde betekenen, maar toch weer door elke partij anders ingevuld worden. Vandaar dat het nuttig is om te beginnen met het hanteren van duidelijke en eenduidige definities en terminologie.

Er zijn vele alternatieve termen om een factuur aan te duiden. Vaak worden de Engelse termen 'invoice' (voor de B2B context) of 'bill' (voor de B2C context) gebruikt. Voor de elektronische factuur worden in het verlengde hiervan de termen 'e-invoice' of 'e-bill' gebruikt. Andere termen die op dit vlak voorkomen zijn EBPP of EIPP. Dit staat voor resp. 'Electronic Bill/Invoice Presentment and Payment'. Factuur, presentatie en betaling worden bij deze begrippen in één adem genoemd, terwijl dit toch verschillende onderwerpen zijn, elk met zijn eigen complexiteit.

In dit rapport gebruiken we de term 'factuur'. Deze term gebruiken we voor zowel de B2B als de B2C context. De term factuur zegt niets over het formaat ervan. Hiervoor zullen we de termen fysieke factuur en elektronische factuur hanteren. De fysieke factuur is de factuur in tastbaar formaat, in de praktijk altijd op papier. De elektronische factuur is de digitale, niet-tastbare versie zoals deze voorkomt in geautomatiseerde systemen en computers. Binnen deze categorie zijn diverse onderliggende formaten mogelijk.

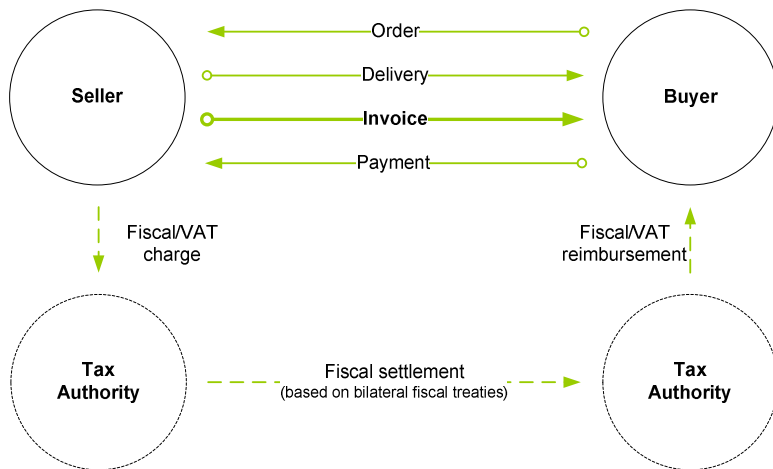
Deze definities en de definities van alle overige gebruikte relevante begrippen in dit rapport zijn opgenomen in de woordenlijst van bijlage 2.

2.2.1 De actoren en basisfuncties van de factuur

De factuur maakt onderdeel uit van het totale proces van bestellen, leveren, factureren en betalen en belasting/BTW verrekening, kortweg: het 'Purchase-to-pay' proces.

Hoewel dit op het eerste gezicht een proces lijkt tussen twee partijen, de koper en de verkoper, blijken in de praktijk minimaal drie partijen in dit proces betrokken te zijn:

- Koper: deze partij koopt de goederen of diensten, betaalt hiervoor en is normaliter ook de partij die het gekochte en een factuur ontvangt.
- Verkoper: deze partij verkoopt de goederen of diensten, ontvangt de betaling hiervoor en is normaliter ook de partij die het gekochte levert en een factuur verzendt.
- Belastingdienst(en): deze partij handelt de afdracht van BTW af met de twee andere partijen. Deze partij is nationaal georganiseerd. In geval van internationale transacties kan het zijn dat men rekening moet houden met twee belastingdiensten.



Figuur 1: 'Purchase-to-pay' proces

Normaliter begint dit proces met een order of aankoopopdracht. Afhankelijk van de context varieert dit van een uitgebreide contractuele overeenkomst tot een mondelinge overeenstemming bij een transactie aan de kassa in een winkel. Daarna kan het proces op diverse manier doorlopen worden: in sommige situaties moet er eerst betaald worden voordat geleverd wordt, in andere gevallen is er al geleverd en moet er nog betaald worden, wel moet er altijd een factuur (waaronder ook een kassabon valt) opgesteld worden.

De reden hiervoor ligt bij de belastingdienst(en). Deze verplichten de verkoper om vast te leggen wat en welke waarde de transactie behelst en welke belasting hiermee gemoeid is. Indien de koper de betaalde belasting mag en wil terugvorderen, dan is ook hij verplicht de betaalde facturen te administreren. Dit is van toepassing als de koper een zakelijke partij is, dus bij B2B transacties. Bij B2C transacties is dit niet het geval, en zijn er dus ook geen verplichtingen ten aanzien van de factuuradministratie door consumenten.

Wanneer beide actoren te maken hebben met dezelfde belastingdienst dan gelden voor beiden dezelfde regels en is de fiscale/BTW verrekening relatief eenvoudig. Echter, wanneer beide actoren te maken hebben met een andere belastingdienst (in verschillende landen) met elk vergelijkbare, maar ongelijke regels, dan wordt het complexer. Belastingdiensten zijn nationaal georganiseerd en met bilaterale belastingverdragen is e.e.a. wel geregeld, maar niet op een eenduidige manier. Momenteel hoeft er dan ook geen BTW berekend te worden in grensoverschrijdende transacties, maar moeten deze verkoopstromen wel apart door de verkopende partij worden opgegeven aan de nationale belastingdienst. Alle nationale fiscale verschillen zijn beschreven door PriceWaterhouseCoopers¹.

¹ A Guide to VAT in the EU of 27 Countries - PriceWaterhouseCoopers - 2007 Version - Published June 2007

De factuur is in dit purchase-to-pay proces gekoppeld aan orders, leveringen, betalingen en belastingen. In dit proces kunnen nog meer zaken verbonden zijn, zoals een raamovereenkomst of leveringsvoorwaarden. Hierdoor kan het karakter van de factuur veranderen en soms verandert zelfs de benaming. Bijvoorbeeld de aankoopbevestiging is soms de factuur, of de factuur wordt gebruikt als pakbon of aflever-/ontvangstbewijs.

In essentie is de factuur dus de formele informatieverzameling voor (minstens) vier functies in het purchase-to-pay proces:

- Order-, leverinformatie en -confirmatie: Wat moet wanneer geleverd worden? Bij welke bestelling/aankoop/contract hoort dit?
- Betalingsinitiatie en -confirmatie: Wat moet wanneer betaald worden en in welke munteenheid? Welke bestelling en levering horen bij betaling?
- Grondslag voor BTW afdracht: Welke belastingregels zijn van toepassing? Wat ligt aan de BTW verrekeningen ten grondslag? Wat is aan BTW betaald/ontvangen?
- Registratie en administratie: Wat is de (geplande) cash-positie? Hoe groot zijn de openstaande posten en betaalrisico's? Welke (liquiditeits, koers, systeem) risicodekkingen moeten aangegaan worden?

In paragraaf 2.3 zal hierop dieper in worden ingegaan

2.2.2 De fysieke factuur

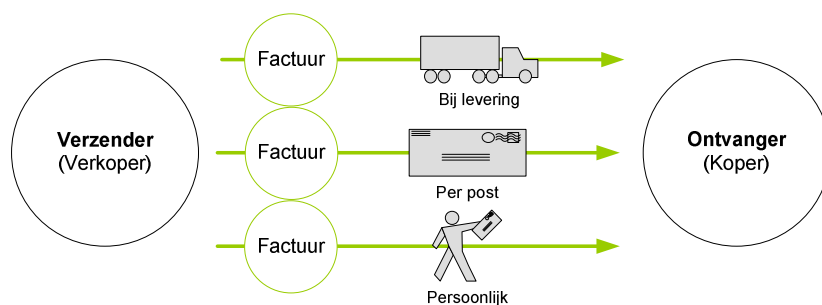
Traditioneel gezien wordt een factuur vastgelegd op papier. Dit betekent dat op één fysieke drager alle informatie-elementen worden vastgelegd die vereist zijn voor het vervullen van de eerder genoemde functies.

Eenmaal op papier gesteld moet deze (unieke) factuur tussen verkoper en koper worden uitgewisseld. Soms gebeurt dit samen met de levering van goederen, maar in vele gevallen vindt dit apart plaats via post. Bij 'point-of-sales' (POS) transacties vinden overeenkomst, levering en betaling gelijktijdig plaats en wordt de factuur (de aankoop- of kassabon) direct persoonlijk overhandigd.

Factureren is dus typisch een netwerkproduct: kopende partijen moeten onvoorwaardelijk bereikbaar zijn voor het ontvangen van facturen, verstuurd door elke door de koper gekozen verkopende partij. In dit opzicht is factureren vergelijkbaar met betalen: ook bij betalen is het cruciaal dat de betaler kan betalen aan elke tegenpartij, zonder daarbij afhankelijk te zijn van de bank van de andere partij.

2.2.3 Distributie en verwerking van fysieke facturen

Indien we ons richten op deze factuuroverdracht dan wordt in dit verband de verkopende partij aangeduid met Verzender (de partij die de factuur creëert en aanbiedt), en de kopende partij met Ontvanger (de partij die de factuur in ontvangst neemt).



Figuur 2: Distributie van de fysieke factuur

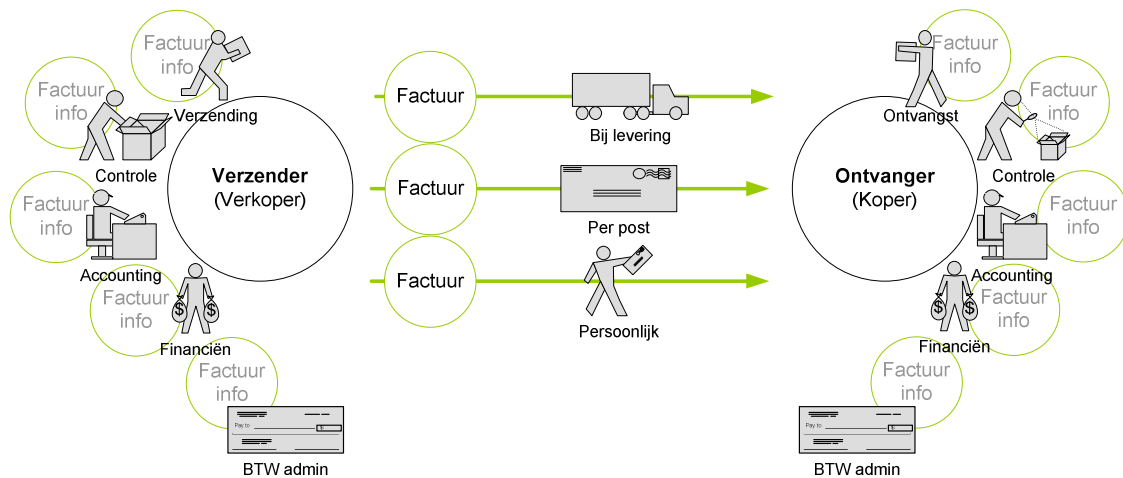
Aangezien er vele Verzendders en vele Ontvangers zijn, zowel in de B2B als de B2C context, is het overhandigen van de factuur een enorme logistieke operatie. Alleen al per post worden in Nederland per jaar totaal bijna 1 miljard facturen verzonden in beide contexten².

De post treedt hierbij op als consolidator voor de Verzendders (via de post zijn meerdere/alle Ontvangers te bereiken), en na herschikking van de facturen als aggregator voor de Ontvanger (de post levert de facturen van meerdere/alle Verzendders af op 1 plek voor de Ontvanger).

De post is bij uitstek een open netwerk. Aan de kant van de Ontvanger kan iedereen bereikt worden omdat de post iedereen adresseerbaar heeft gemaakt. De Ontvanger hoeft zich hiervoor niet aan te melden bij een postdienstverlener of anderszins iets te ondernemen. De Verzender kan zijn facturen (in envelop met het juiste adresformaat) bij elke postdienstverlener van zijn keuze aanbieden wetende dat iedere Ontvanger bereikt kan worden.

Tijdens deze distributie-operatie is de informatie voor de vier functies van de factuur dus samengebracht in één document. Voor het beginpunt (bij de Verzender) en na het eindpunt (bij de Ontvanger) van dit transport heeft deze informatie een functie in diverse processen met vaak aparte functionarissen. We zien dan ook dat bij Verzender en Ontvanger de factuur vaak wordt gekopieerd zodat elke functionaris de voor hem relevante factuur(informatie) kan gebruiken in zijn eigen proces. Indien we dit betrekken in bovenstaand plaatje, krijgen we een compleet beeld van de verwerking van een fysieke factuur.

² Bron: Billentis (Bruno Koch)



Figuur 3: Verwerking van de fysieke factuur

In de B2B context wordt aan beide kanten de factuur gebruikt voor de aangifte omzetbelasting. De belastingdienst kan hierbij controleren op gelijkheid van de factuur bij beide partijen om vast te stellen of de factuur niet gemanipuleerd is. Zoals eerder vermeld zal in de B2C context de verwerking van de factuur aan de kant van de Ontvanger (de kopende consument) niet zo zwaar plaatsvinden als aangeduid in bovenstaand plaatje. Toch zullen de processen zoals die bij de inkoopafhandeling van een bedrijf plaatsvinden, zich ook bij de kopende consument afspelen, zij het in een simpeler vorm en vaak zonder administratieve vastlegging. Indien de factuur voorafgaat aan de betaling is het vooral van belang dat de factuur makkelijk en op tijd betaald kan worden.

Factureren en de betaling van de factuur liggen dicht bij elkaar, maar in de wereld van de fysieke factuur is er toch een duidelijke scheiding tussen beide processen. Meestal omdat er sprake is van een “channel-switch”. Alhoewel de factuur fysiek is, wordt de betaling elektronisch gedaan. Dit is bijvoorbeeld het geval bij PIN-betalingen tijdens een POS transactie, maar ook in een B2B context waarbij de fysieke factuur wordt overgetikt in het ERP systeem of de online banking-applicatie. De AcceptGiro is een betaalmiddel waarbij zowel de factuur als de betaling in het fysieke, papieren kanaal worden uitgevoerd (weliswaar wordt later in het proces de betaling door de bank elektronisch gemaakt). Juist door deze ‘seamless’ integratie aan de kant van Verzender en Ontvanger is AcceptGiro zo succesvol. Overigens met de komst van internetbankieren typen steeds meer consumenten de betaalgegevens over vanaf het papier. Betaalproducten blijven echter buiten de scope van dit document. Hiervoor verwijzen we naar de Innopay publicatie ‘Betalen 2007’.

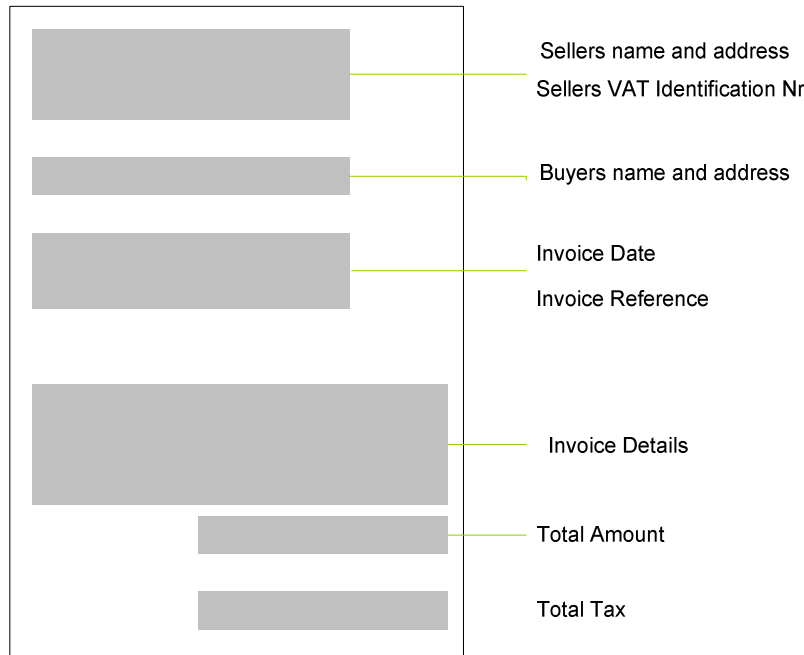
2.3 Functies van de factuur

De primaire functie van de factuur binnen het factuureerproces is die van ‘informatiemedium’ voor de diverse procesonderdelen van het Purchase-to-pay proces.

Voor de drie eerder genoemde actoren (verkoper, koper en belastingdienst) vervult (de informatie op) de factuur vier reeds genoemde functies in dit proces:

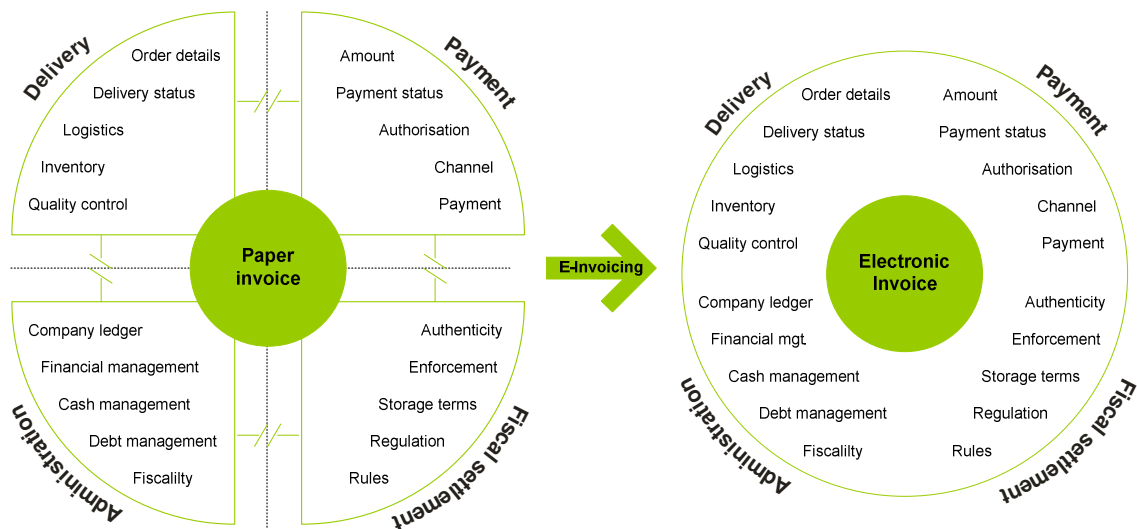
- Order- en leveringsinformatie en -confirmatie:
Kopers en verkopers wisselen alle relevante transactie-informatie uit. O.a. bestelnummer en -informatie: de goederen of diensten waarop de factuur heeft met de referentienummers om deze aan beide zijden herkenbaar te maken. Vaak maakt de factuur deel uit van de contractovereenkomst.
- Betalingsinitiatie en -confirmatie
Als de factuur vooraf gaat aan de betaling, dan is de factuur ook de drager van het betaalverzoek. Met behulp van de factuur kan de factuurontvanger de betaling initiëren. Is reeds betaald, of staan factuur- en betaalmoment los van elkaar, dan wordt de factuur niet gebruikt om de betaling te initiëren, maar is het slechts de confirmatie van het betaalde of te betalen bedrag.
- Grondslag voor aangifte omzetbelasting
Facturen vormen het startpunt voor de belastingautoriteiten. Daarom worden er veel eisen gesteld (die per land verschillen) aan de opslag en integriteit van facturen om hun transparantie te waarborgen. Fiscale informatie omvat: BTW nummers, BTW specificatie, en bedrag. De factuur en administratie ervan is onderworpen aan nationale en internationale wetten en regels. De belasting die op de factuur gespecificeerd wordt, wordt achteraf verwerkt in de BTW afhandeling met de belastingdienst. Ontvangen BTW moet worden afgedragen door de verkopende partij. Betaalde BTW mag worden verrekend door de kopende partij, mits dit een zakelijke partij is.
- Registratie en administratie
Wanneer een factuur is verstuurd en ontvangen moet deze worden opgeslagen in de financiële administratie van beide betrokken partijen. Voor grote bedrijven is dit in de regel een ERP systeem. Voor kleine bedrijven en particulieren worden eenvoudiger oplossingen gebruikt variërend van boekhoudpakketten, Excel en papier. Alleen met een goede financiële administratie kan deugdelijke management informatie worden verkregen en kunnen autorisatie en betaling plaatsvinden. Bovendien zijn facturen van belang voor grootboek, risk management, cash-management, financiering, e.d.

De factuur is in feite de formele centrale informatiebron om de vier genoemde functies door verschillende functionarissen te laten uitvoeren. Figuur 2-4 laat schematisch de verschillende onderdelen van de factuur zien die tezamen deze informatiebron vormen.



Figuur 4: De typische informatie-onderdelen op een fysieke factuur

Waar de fysieke factuur telkens weer gekopieerd dient te worden voor de verschillende processen en functionarissen, is de grote belofte van de elektronische factuur dat deze juist een ‘seamless’ integratie bewerkstelligt tussen deze processen en functionarissen en er dus minder (menselijke) handelingen nodig zijn.



Figuur 5: Interne integratie door de elektronische factuur

Figuur 5 laat dit zien: in de papieren wereld worden de vier functies vervuld in processen die vaak in aparte afdelingen binnen de organisatie zijn belegd, met de papieren factuur als gedeelde informatiebron. Kopiëren van de factuur is de praktische oplossing om de relevante informatie voor de betreffende afdeling te ontsluiten. In de elektronische wereld kan deze gemeenschappelijke bron elektronisch worden geraadpleegd.

In de hiernavolgende paragrafen gaan we dieper in op de uitdaging van elektronificatie van het factureringsproces.

2.4 Dimensies van de factuur

Om de uitdaging van elektronisch factureren beter te begrijpen en bestaande diensten te analyseren (verderop in dit rapport), zullen we eerst de dimensies van de factuur introduceren. De dimensies zijn groepen van eisen die aan een factuur worden gesteld om de vier basisfuncties te kunnen vervullen. Voor dit rapport beperken wij ons tot de volgende dimensies:

- Inhoudsdimensie: elementen, structuur en taal
- Formaatdimensie: transport-, presentatie- en opslagformaat
- Procesdimensie: aanmaken, uitwisselen, opslaan

Deze dimensies kennen bovendien een zekere gelaagdheid of volgtijdelijkheid. Omdat bij de fysieke factuur al deze dimensies gecombineerd zijn op het papier, is het soms lastig om ze als aparte dimensies te onderkennen. Toch is het nuttig om deze scheiding aan te brengen zodat we kunnen nagaan wat elektronificatie van de factuur betekent binnen al deze dimensies.

Deze dimensies hangen nauw met elkaar samen en om een factuureermethode te beoordelen dienen ze integraal in ogenschouw genomen te worden. Helaas zien we bij veel huidige elektronische factuureermethodes dat deze sterk gericht zijn op een subset van deze dimensies. Ook zien we factuureermethodes die op enkele dimensies gebruik maken van open standaarden, maar op andere dimensies juist opereren als gesloten systeem.

Vaak is dit te verklaren uit de ontstaansgeschiedenis van betreffende factuureermethode. Hierbij werd vaak alleen gekeken naar het elektronificeren van de papieren factuurstroom, zonder alle dimensies integraal te beschouwen. Deze geschiedenis is bovendien verschillend voor de B2B en B2C contexten. De eerste stappen op het vlak van elektronisch factureren werden in de B2B context gezet. Pas toen consumenten op grote schaal elektronisch bereikbaar werden, ontstonden ook hier mogelijkheden. We zullen deze twee contexten vooralsnog dan ook separaat behandelen.

2.5 Elektronisch factureren in de B2B context

Kenmerkend voor de B2B context is dat geautomatiseerde verwerking van de factuur aan de verzendende en ontvangende kant elkaar ontmoeten bij grote bedrijven. De factuur maakt hier onderdeel uit van de zogenaamde 'financial supply chain', een andere term voor wat in dit document het purchase-to-pay proces wordt genoemd, en is onlosmakelijk verbonden met order- of afleveringbevestigingen, inkomende en uitgaande goederenstromen, inkomende en uitgaande geldstromen, etc.

Voor een bedrijf is het van groot belang dat activiteiten in de diverse processen binnen het purchase-to-pay proces aan elkaar gerelateerd kunnen worden. De factuur en de geautomatiseerde verwerking daarvan speelt hierbij een cruciale rol. De factuur is immers de formele bevestiging van de transactie en bevat derhalve de informatie van alle hieraan gerelateerde processen. Afhankelijk van het soort bedrijf en de interne procedures rondom inkoop, verkoop, productie en administratie zullen deze processen specifiek ingericht zijn en elk op hun eigen wijze gebruik maken van de informatie in de factuur functies vervult in diverse processen. Al deze processen zijn gebaat bij elektronische informatievoorziening, dus ook elektronische factuurinformatie.

2.5.1 Inhouddimensie

Bij elektronische verwerking liggen de eisen rondom factuurinhoud voor de hand: eenduidige definitie van de elementen waaruit de factuur bestaat, vastgelegde structuur hiervan en afspraken ten aanzien van taal en syntax. Bij de eerste stappen op het gebied van elektronisch factureren lag de focus hier dan ook sterk op en eigenlijk is dit nog steeds zo.

De belangrijkste standaard die hier ontstond in het pre-internet tijdperk is EDI. In het internettijdperk is XML de belangrijkste standaard voor 'content' structurering. XML behelst echter alleen structurering, en is te flexibel om gebruikt te worden als definitie voor de vereiste elementen, taal en syntax voor de elektronische factuur. Dit wordt nader ingevuld door specifieke versies van XML zoals ebXML, TWIST standaarden en ISO20022 (als meer generieke set van standaarden). Deze XML-initiatieven staan nog redelijk in de 'kinderschoenen' maar ten opzichte van EDI hebben ze zeker toekomst. In paragraaf 3.1 zullen we nader kijken naar de meest recente ontwikkelingen rondom standaardisatie van de inhoud.

2.5.2 Formaatdimensie

Bij formaat zijn drie aspecten van belang:

- Het transportformaat
Bij het ontstaan van elektronisch factureren lag in eerste instantie de aandacht volledig bij het transportformaat. Het ging met name om het uitwisselen van de factuur in elektronisch formaat. EDI betreft niet alleen de hierboven genoemde inhoudsdimensie,

maar bepaalt ook het formaat voor transport. EDI staat dan ook voor *Electronic Data Interchange*. Hierbij was er geen specifieke aandacht voor het presentatie- of opslagformaat. XML daarentegen richt zich alleen op de inhoud. XML kan bijvoorbeeld via FTP, HTTP of SMTP getransporteerd worden. De inhoud is dus onafhankelijk van het transportformaat en dit geldt ook voor het presentatie- en opslagformaat. Juist deze onafhankelijkheid is de kracht van XML.

- Het presentatieformaat
Eisen op het vlak van het presentatieformaat raken het onderwerp ‘interfacing’ tussen mens en machine. Het gaat dan met name om het ontwerp van de ‘Graphical User Interface’ (GUI) en de printmogelijkheden van de geautomatiseerde systemen en softwarepakketten rondom factuurverwerking. We zullen in dit rapport niet ingaan op generieke ontwerpprincipes hiervoor. Interessanter, naar onze mening, is te kijken naar de relatie tussen presentatieformaat en de functies die de informatie op de factuur vervult in de processen.
- Het opslagformaat
Bij het opslagformaat is het vooral van belang dat de uitgaande of inkomende elektronische factuur simpelweg ‘doorloopt’ in de diverse systemen (toegankelijkheid), en automatisch gerelateerd kan worden aan orders, leveringen, betalingen, e.d. Dit wordt aangeduid met STP: ‘straight through processing’. Een goede elektronische factuuremethode zal dit zeker mogelijk moeten maken.
Bij opslag moet bovendien rekening gehouden worden met fiscale regels die gelden voor de opslag en integriteit van elektronische facturen, welke nog eens verschillen per land. Europese regelgeving die nationale regels harmoniseert is dringend nodig op dit gebied. Deze uitdaging zal door Europese beleidsmakers aangegaan moeten worden indien we daadwerkelijk vooruitgang willen zien in elektronische factureren.

2.5.3 Procesdimensie

Hier onderscheiden we aanmaken, uitwisselen (verzenden resp. ontvangen) en opslaan. Bovendien is betalen van belang omdat dit in het verlengde ligt van factureren.

Uitwisseling

In de B2B context vindt de uitwisseling van facturen plaats tussen leveranciers (Verzenders) en inkopers (Ontvangers). Initiatieven om deze uitwisseling elektronisch te laten plaatsvinden werden in eerste instantie vooral genomen vanuit grote, machtige inkooppartijen. Zij kregen immers een groot aantal facturen binnen en hadden er belang bij als deze automatisch (STP) verwerkt en met orders en leveringen ‘gematcht’ konden worden in hun geautomatiseerde systemen. In sommige industrieën worden deze initiatieven door de branche als geheel genomen, bijvoorbeeld in de auto-industrie en de halfgeleider/elektronica-industrie. In sommige landen (o.a. Finland en Denemarken) speelt de overheid als grote inkoopende partij op dit vlak een leidende rol.

Qua distributiemechanisme kiezen deze partijen meestal voor een elektronische postbus met beschermde toegang. De inkooppartijen laten alleen door hun akkoord bevonden en gecontracteerde leveranciers toe op hun elektronische postbus of inkoopportal. Ook al wordt hier vaak gebruik gemaakt van open standaarden voor transport en uitwisseling (EDI of HTTP/XML), dit soort inkoopportals zijn verder gesloten systemen.

Voor leveranciers die zaken doen met meerdere inkopende partijen betekent dit dat zij met meerdere inkoopportals een contractuele en technische aansluiting moeten realiseren. Dit resulteert voor vele ondernemingen in een situatie dat zij gedwongen worden om te integreren met meerdere 'standaarden'. En is er dus eigenlijk geen sprake van een standaard.

Hier zijn derde partijen op ingesprongen door het oprichten van leveranciersafhankelijke inkoopportals, zogenaamde 'procurement portals'. Op deze wijze worden voor leveranciers via een 'gateway' meerdere inkopende partijen ontsloten. Dergelijke portals bieden een breed scala aan dienstverlening rondom 'procurement' waarvan elektronisch factureren een onderdeel is. Aangezien een leverancier zich nog steeds moet aanmelden bij deze 'procurement' portals, zijn zij op hun beurt ook weer een gesloten systeem. Bekende voorbeelden van dit soort service providers zijn Ariba, OB10 en BURNS. In paragraaf 3.2 gaan we nader in op ontwikkelingen rondom 'procurement portals'.

Een interessante observatie in dit kader is dat waar de uitwisseling van fysieke facturen geheel volgens een open (post)netwerk model gebeurt, de uitwisseling van elektronische facturen juist in gesloten modellen plaatsvindt terwijl hier open elektronische netwerken voor beschikbaar zijn.

Betalen

Factureren en betalen van de factuur liggen in elkaars verlengde. In de B2B context wordt het betalen van de factuur vooraf gegaan door een autorisatieproces. De inrichting van dit proces verschilt van bedrijf tot bedrijf. Kenmerkend hierbij is dat meerdere functionarissen zijn betrokken: voordat de finale autorisatie tot betaling wordt gegeven zullen diverse functionarissen hun akkoord op de factuur moeten geven. Klopt de factuur met de oorspronkelijke order? Komt de factuur overeen met de daadwerkelijke levering? Zijn de bedragen correct? Wanneer moet er betaald worden?

Het ligt het voor de hand dat dit autorisatieproces elektronisch ondersteund wordt. Toch is de praktijk vaak dat de factuur geprint en vervolgens per functionaris gekopieerd wordt voor de controles en het verzamelen van alle akkoorden. Een goed systeem voor elektronisch factureren biedt ook op deze dimensie handvaten, waardoor dit proces makkelijk en flexibel door de ontvangende partij ingericht kan worden.

Grote organisaties gebruiken vaak ERP systemen voor de elektronische verwerking van de factuur. Deze kunnen ondersteuning bieden in dit autorisatieproces. Dit betekent wel dat alle relevante actoren in dit proces ('workflow') toegang tot dit systeem moeten hebben en ermee bekend moeten zijn. Een andere oplossingsrichting voor grote bedrijven is het gebruik

van zogenaamde Purchase Cards (oftewel P-Cards). Dit zijn in feite creditcards die voor een 'closed user group' beschikbaar worden gemaakt. Gesloten aan zowel de kant van 'betalende klanten' als 'ontvangende leveranciers'. Het gebruik van P-Card is dus in feite een kaartgebaseerde oplossing voor elektronisch factureren binnen een 'closed user group'. ERP systemen of P-Cards liggen vaak buiten het bereik van kleine en middelgrote bedrijven. Een factuuremethode die de efficiency van het autorisatieproces verbetert zou hier zeer worden gewaardeerd.

Na autorisatie kan de daadwerkelijke betaling plaatsvinden. Ook hier zien we een onderscheid tussen zeer grote en minder grote bedrijven. Zeer grote bedrijven kunnen eventueel direct vanuit hun ERP systeem betalingen verzenden naar de elektronische (inter-) bancaire transactie-verwerkingssystemen. Voor minder grote bedrijven kan dit vaak vanuit hun administratiepakketten die weer interfacen met de (online) internetbankierpakketten van hun zakelijke bank.

2.6 Elektronisch factureren in de B2C context

Kenmerkend voor factureren in de B2C context is het grote aantal Ontvangers, en als gevolg daarvan een zeer groot volume aan facturen. Consumenten kennen geen 'financial supply chain' of complexe purchase-to-pay processen die aan wetgeving of regels gebonden zijn. De consument neemt kennis van de ontvangen factuur, betaalt deze (indien nog niet betaald is) en bewaart de factuur eventueel. Belangrijkste issues voor de consument zijn hierbij gemak en vertrouwen. Gemak ten aanzien van gebruik (bekijken, betalen en bewaren) en vertrouwen ten aanzien van de echtheid (authenticiteit) en gebruikte betaalmethode. Op beide punten zullen consumenten elke nieuwe factuuremethode relateren aan de fysieke, papieren factuur, die zij op één plaats, de brievenbus, ontvangen. Dat is de methode die ze al jarenlang ervaren hebben en waarmee ze vertrouwd zijn. Elektronische factuuremethodes die makkelijker in gebruik zijn en minstens hetzelfde niveau van vertrouwen geven, maken kans op brede acceptatie.

Toch zijn tot nu toe de meeste initiatieven voor elektronisch factureren in de B2C context ontstaan vanuit de drive en behoeften van de Verzenders. Zij willen graag af van de papieren factuur omdat deze voor hen zeer bewerkelijk en kostbaar is en bovendien geen tot weinig mogelijkheden tot procescontrole biedt. De factuurgegevens hebben zij inmiddels wel elektronisch, maar omdat fysieke factureren nog steeds het meest gangbaar zijn moeten zij deze eerst printen alvorens ze per post te verzenden. In dit gebied zijn gespecialiseerde 'print&mail' dienstverleners actief die deze taak voor meerdere bedrijven uitvoeren.

Vanuit deze situatie is naar oplossingen gezocht voor elektronisch factureren. Dit betekent dat bij deze oplossingen de focus sterk gericht was op het elektronificeren van de papieren factuurstroom. Dit betreft echter slechts enkele van de dimensies die aan een factuur zitten. Wil een elektronische factuuremethode daadwerkelijk aanslaan in de B2C context, dan zal deze op *alle* dimensies aantrekkelijk moeten zijn voor zowel Verzenders als Ontvangers.

2.6.1 Inhouddimensie

Bij de inhouddimensie kijken we naar elementen, structuur en taal van de factuur. Voor de ontvangende partij is dit van ondergeschikt belang zolang hij de factuur maar kan ontvangen en gebruiken (bekijken, begrijpen, betalen en bewaren). De Verzender van de elektronische factuur zal dus qua taal en structuur uit moeten gaan van standaarden die technisch gezien ondersteund worden in de software die consumenten gebruiken.

Qua informatie-elementen waaruit de factuur is opgebouwd, bestaat in de B2C context de behoefte bij Verzendders om naast de formele factuurdetails ook commerciële informatie toe te voegen. Immers, een factuur is ook een communicatiemoment en de Verzender gebruikt de factuur vaak ook als communicatie- of marketingtool. Denk aan alle bijsluiters die bij de papieren factuur worden gevoegd ten behoeve van informatie, marketing- of verkoopacties. Ook in de elektronische versie van de factuur blijft dit aspect van groot belang.

2.6.2 Formaatdimensie

Voor de Ontvanger is het presentatieformaat en transportformaat (inkomende facturen) van dominant belang omdat er van uitgaande facturen en geautomatiseerde processen geen sprake is. Voor de Ontvanger is het op één plaats ontvangen en bekijken van facturen het belangrijkste. Dit moet mogelijk zijn met de softwareapplicaties die hij beschikbaar heeft. In de praktijk zijn op dit vlak vele opties mogelijk (i.t.t. de fysieke factuur waar papier het enige praktische formaat is), waarbij elke consument zo zijn eigen voorkeur zal hebben. Er is weinig bereidheid bij Ontvangers om 'iets extra te moeten doen' voor het ontvangen van facturen.

Het transportformaat voor de Ontvanger wordt vooral bepaald door de keuze van het kanaal. Keuze van kanaal en presentatieformaat zijn evenwel nauw gerelateerd en zullen elkaar onderling beïnvloeden. Ook het opslagformaat is niet zo interessant aangezien dit niet onderhevig is aan richtlijnen of wetgeving en elke consument dit kan uitvoeren zoals hij dit wil (als hij de factuur al bewaart). Toch kunnen (juist) op dit vlak leveranciers zich onderscheiden in klantdienstbaarheid door ervoor te zorgen dat hun elektronische factuur automatisch in te lezen is door de meest populaire spreadsheets of administratieve softwarepakketten die privé-personen of kleine bedrijven toepassen.

2.6.3 Procesdimensie

Ook hier onderscheiden we aanmaken, uitwisselen (alleen ontvangen) en opslaan. De elektronische variant moet hier opboksen tegen het zeer open systeem post voor de fysieke versie. Het distributiekanaal is dan ook een bepalende factor in de B2C context.

Bovendien is betalen van belang omdat dit in het verlengde ligt van factureren: de opties die de factuuremethode biedt moeten aansluiten op het betaalgedrag van de consument en moeten makkelijk in gebruik zijn. Dit betekent dat de consument gemakkelijk tot betaling van een factuur kan overgaan, dus zonder overtypen van betaalgegevens. Voor de Verzender

is met name van belang dat de totale kosten voor het verzenden van de factuur en het ontvangen van de betaling geoptimaliseerd wordt.

Uitwisseling

In de papieren wereld is post het distributienetwerk. De post is gelijktijdig:

- Consolidator voor de Verzender: via één 'gateway' (de postzak of de brievenbus op straat) bereikt de Verzender alle Ontvangers (consumenten), en
- Aggregator voor de Ontvanger: op één plek (de brievenbus bij de voordeur) ontvangt de consument de facturen van alle Verzendders waarvan hij klant is.

Iedereen met een postadres doet mee in dit netwerk zonder dat aanmelding of inschrijving vooraf vereist is. Het feit dat de consument de post op één plek op uniforme wijze (onafhankelijk van de Verzender of distributeur) ontvangt, maakt dat hij hierbij een groot gebruiksgemak ervaart. Andersom is het voor de Verzender cruciaal dat hij via één afleverpunt toegang heeft tot alle consumenten.

Hoe wordt dit mechanisme nu vertaald naar de online wereld? Grofweg zien we 4 verschillende oplossingsrichtingen:

- 'Biller portals' van leveranciers (Verzendders)
Deze internetportals van leveranciers stellen gegevens uit de klantenadministratie online beschikbaar, zodat klanten deze zelf kunnen inzien en eventueel aanpassen. Consumenten kunnen inloggen met gebruikersnaam en wachtwoord. Het inkijken van facturen kan dan ook via deze portal plaatsvinden. Omdat facturen gemiddeld vaker verstuurd worden dan dat een klant zijn gegevens aanpast, wordt de klant meestal per e-mail erop gewezen dat zijn nieuwe factuur klaarstaat. Elk bedrijf probeert zo op zijn manier de klant te verleiden regelmatig terug te keren naar zijn eigen 'portal'. Dit is dan ook het kernprobleem van deze oplossingsrichting. De consument ontvangt zijn factureren niet op één plek (zoals thuis op zijn deurmat) maar moet steeds inloggen op de diverse portals van zijn leveranciers, waarbij de veelheid het onthouden van de inloggegevens bemoeilijkt. Deze portals concurreren bovendien met alle andere sites op internet als de consument online is en de aantrekkelijkheid van 'facturen' is van nature niet hoog.
- 3rd party portals
Deze partijen nemen als '3rd party' de plek tussen Verzender en Ontvanger in. Aan de Verzender bieden ze de consoliderende rol aan. Voor de Ontvanger spelen ze een aggregerende rol. Het ontvangstpunt voor de consument is in deze oplossing niet de eigen brievenbus, maar een centrale, digitale postbus bij deze 'aggregator'. Dit betekent dat de consument zich hiervoor eerst dient aan te melden. Dit belemmert het autonome bereik van deze methode. Voor de Verzender is het cruciaal dat hij via één afleverpunt toegang heeft tot alle consumenten. Bovendien zit deze '3rd party' in eens zeer zichtbaar

tussen leverancier en klant, en belemmert daarmee de directe klantbeleving en heeft (meestal) inzicht in de inhoud van de communicatie. Zowel vanuit klant als vanuit leverancier voelt dit onprettig.

Om dit te vermijden beperkt de 'portal' zich meestal tot de verwerking en het tonen van de basis factuurdetails en laat alle overige communicatie over aan de leverancier (zogenaamde 'thin consolidators', in tegenstelling tot 'thick consolidators' die de volledige klantcommunicatie rondom facturen verzorgen voor Verzenders). Deze overige communicatie wordt dan vaak door de leverancier verzorgd via zijn 'biller portal'.

— Online banking portals

Deze oplossingsrichting is in feite het '3rd party portal' model. Echter met dien verstande dat de '3rd party' rol ingevuld wordt door de online banking portal, een meer vertrouwde omgeving dan een willekeurige andere '3rd party portal'. Bekijken, betalen en bewaren door de consument vindt allemaal plaats in de online banking portal. Voor de Verzender geldt dat hij alle consumenten wil bereiken, het liefst via één 'gateway' naar alle online banking systemen. Het bereik hangt met name af van het aantal consumenten dat online bankiert en regelmatig de online banking portal bezoekt. Consumenten zitten daarnaast verspreid over meerdere bankportals. Op dit vlak zijn specifieke Billing Service Providers actief die Verzenders één 'gateway' aanbieden voor toegang tot alle relevante online banking portals. Dit zal met name gebeuren indien de toegang tot de online banking portals gestandaardiseerd is. In Nederland is er de Standaard Digitale Nota, die naar verwachting begin 2008 de online banking omgevingen van ING/Postbank, ABN AMRO en Rabobank zal ontsluiten voor de grote Verzenders.

— Email distributie

De laatste oplossingsrichting die we zien in de markt is het gebruik van email als distributiemechanisme. Email is de meest gebruikte internettoepassing, is een open systeem en aggregeert alle ontvangen berichten voor de consument in zijn eigen elektronische brievenbus, net als bij papieren post. Bovengenoemde distributiekanaalen bepalen sterk het presentatieformaat (HTML pagina in een internet applicatie), terwijl email (SMTP) het presentatieformaat vrij laat. Dit kan tekst, HTML, plaatjes, XML of attachments aan de email zijn. Dit biedt veel flexibiliteit voor de Verzender, dus weinig standaardisatie voor de Ontvanger.

Ook hier is bereik voor de Verzender van groot belang. Cruciaal hierbij is een koppeling tussen emailadres en consumenten-identiteit bestaat. Deze moet de Verzender eerst verkrijgen of zelf leggen. Vervolgens dient dit goed beheerd te worden aangezien consumenten sneller en vaker van emailadres veranderen dan van fysiek adres. Daarnaast spelen voor de Verzender gepercipieerde veiligheidsrisico's rondom email een rol. Echter de meeste B2C organisaties gebruiken de laatste jaren email meer en meer als volwaardig communicatiekanaal met hun klanten, hierin vaak geholpen door zogenaamde Email Service Providers. Op wereldwijd niveau zijn er ontwikkelingen gaande om het probleem van spam aan te pakken aan de bron (via de internet service providers, ISPs), in plaats van bij de Ontvanger (via allerhande spam filters). Hierbij wordt email alleen toegelaten op basis van authenticatie, reputatie en accreditatie van de Verzender. Het is

te verwachten dat de kwaliteit van email hiermee verbetert, hetgeen meer mogelijkheden biedt voor het inzetten van dit kanaal.

Recente ontwikkelingen rond deze distributieoplossingen voor elektronisch factureren in het B2C domein zullen we nader bespreken in paragraaf 3.4.

Betalen en betaalgedrag

Om vast te stellen op welke wijze betalen voor de consument op een gemakkelijke manier is te realiseren, is het goed om eerst nader te kijken naar het betaalgedrag van een consument. Er zijn drie soorten betaalgedrag te onderscheiden: passief, semi-passief en actief.

- *Passief* gedrag is zichtbaar bij facturen die (regelmatig) terugkeren en niet worden betwist. De betrokkenheid van de koper is minimaal. De gerelateerde betaalmethode is hier de incasso met machtiging waarbij de leverancier het initiatief voor betalen neemt. Voorbeelden zijn de maandelijkse betalingen voor energie, hypotheek of huur. De factuur heeft hier vooral de functie van kennisgeving.
- *Semi-passief* gedrag treedt op wanneer facturen niet worden betwist, maar de koper het moment van betalen zelf wil bepalen of actief op de hoogte wil blijven van zijn verbruik. Voorbeelden waar dit gedrag optreedt zijn bij de betaling van de factuur voor (mobiele) telefoon, internet, en week- of maandbladen. De factuur heeft hier de functie van betaalinitiatie, bovenop de functie van kennisgeving.
- Bij *actief* gedrag beslist de koper bij elke (optionele) factuur (of ‘voorstel’) en keurt pas daarna de betaling goed. Dit vindt in principe plaats bij incidentele aankopen (bijvoorbeeld webwinkel, marketing acties) en/of waarbij het te betalen bedrag niet vooraf bekend is (donaties).

De verschillende gedragsoorten corresponderen met voorkeuren voor bepaalde betaalmethodes, zoals al duidelijk blijkt bij passief gedrag.

Een andere factor die van groot belang is voor het gebruiksgemak is de aansluiting tussen het gebruikte (distributie)kanaal voor de elektronische factuur en het kanaal voor het doen van de betaling. Dit geldt dus voor de gedragssituaties waar de klant wel het initiatief voor de betaling in handen heeft of wil hebben (semi-passief en actief). Hierbij kan van de klant worden verlangd van kanaal te ‘switchen’.

Onderstaande tabel laat diverse voorbeeldcombinaties voor factuurcontexten en -methodes met beschikbare betaalmethodes zien. Soms dwingt de gebruikte context een specifieke betaalmethode af.

Factuurcontext	Factuurpresentatie	Betaalmethode (niet volledig)
3 rd party portal	Online webpagina	Overschrijven op overboekingformulier
		Overtikken naar online banking overboeking
		iDEAL (link naar online banking)
		Alternatieve online betaling
		Enmalige incasso
'Biller portal' van leverancier	Email notificatie met link naar online webpagina	Overschrijven op overboekingformulier
		Overtikken naar online banking overboeking
		iDEAL (link naar online banking)
		Alternatieve online betaling
		Enmalige incasso
Online Banking portal	Webpagina in Online Banking	Doorklikken naar elektronische overboeking
Email	Factuurgegevens in email	Overschrijven op overboekingformulier
		Overtikken naar online banking overboeking
		iDEAL (link naar online banking)
		Alternatieve online betaling
Post	Papieren factuur, eventueel met Acceptgiro	Overschrijven op overboekingformulier
		Invullen Acceptgiro en posten
		Overtikken naar online banking overboeking
Internetwinkel	Bestelpagina van webshop, soms met email bevestiging	iDEAL (link naar online banking)
		Alternatieve online betaling (bijv. creditcard)
		Offline betaling (overboeking, Acceptgiro)
Fysieke winkel	Kassa-display en bonnetje	Cash
		Card

Figuur 6: Relatie factuurkanaal, factuurmethode en betaalmethode

Uiteindelijk is het gedrag van de klant bepalend. Echter te vaak staat de consument buiten spel bij de keuze van het factuurkanaal, terwijl zijn voorkeur (gedrag) de sleutel is tot de acceptatie van een nieuwe factuurmethode.

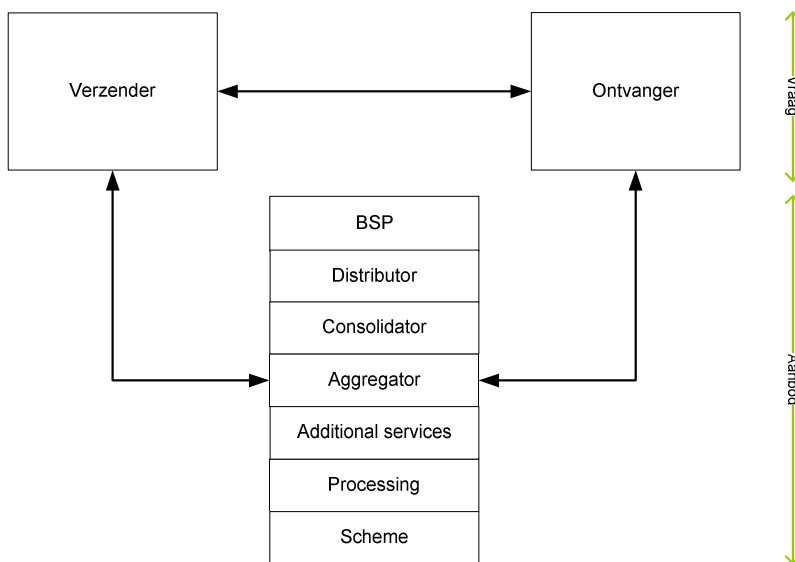
2.7 Factureren is een netwerkactiviteit

Uit bovenstaande beschrijvingen van elektronisch factureren in de B2B en de B2C context blijkt overduidelijk dat factureren een netwerkproduct is. In zijn algemeenheid voor netwerkproducten is onderlinge bereikbaarheid de crux voor een succesvol product dat breed geaccepteerd wordt. Deze onderlinge bereikbaarheid wordt het best gewaarborgd indien het netwerkproduct een open systeem is voor nieuwe participanten. Een open netwerk is nodig voor onvoorwaardelijk bereik, anders is het niet interessant voor nieuwe participanten om toe te treden tot het netwerk.

Toch zien we bij elektronisch factureren dat voornamelijk gesloten systemen dit veld domineren, hetgeen leidt tot een voorwaardelijk bereik. Wat is het effect hiervan op elektronisch factureren en hoe zou meer openheid gerealiseerd kunnen worden? Hierbij is het interessant om te kijken naar de ervaringen uit de wereld van betalen. Betaalmethodes zijn immers eveneens een typisch netwerkproduct waarbij open modellen tot stand zijn gekomen.

2.7.1 Gesloten versus open methodes

Naast de Ontvanger en de Verzender hebben we bij diverse dimensies gesproken over een derde partij die specifieke dienstverlening biedt die in de betreffende dimensie toegevoegde waarde voor Verzender of Ontvanger verschaft. Vaak noemen we deze derde partij een Billing Service Provider (BSP), maar deze benaming is niet consistent. Dat komt omdat deze partij meestal een veelvoud van rollen heeft, die bovendien verschillen afhankelijk van de context. Rollen die we gezien hebben en die een BSP kan invullen zijn distributierol, de consolidator en/of aggregator rol en vaak nog additionele dienstverlenende rollen zoals bijvoorbeeld print&mail, factoring, opslag of creditmanagement. In sommige gevallen zijn ze ook de partij die de standaard voor betreffende methode beheert. In andere gevallen wordt er wel op technisch niveau met een open standaarden gewerkt, maar is het systeem niet vrijelijk toegankelijk.



Figuur 7: Situatie bij gesloten factuursystemen

Deze mix van rollen en de onduidelijkheden daarbij resulteren in meerdere gesloten systemen voor elektronisch factureren. Verzenders en Ontvangers zullen zich bij elk gesloten systeem moeten (mogen) aansluiten, om er aan deel te kunnen nemen. Dit belemmert het bereik en acceptatie van betreffend systeem en dus een brede en succesvolle toepassing ervan. Het

openstellen van het model kan deze situatie doorbreken, echter dat betekent dat de partijen die het gesloten systeem hebben opgebouwd en beheren, een deel van hun centrale positie moeten afstaan. Dit resulteert erin dat zij in de praktijk blijven pogen hun systeem tot standaard te verklaren, zonder het daadwerkelijk open te stellen.

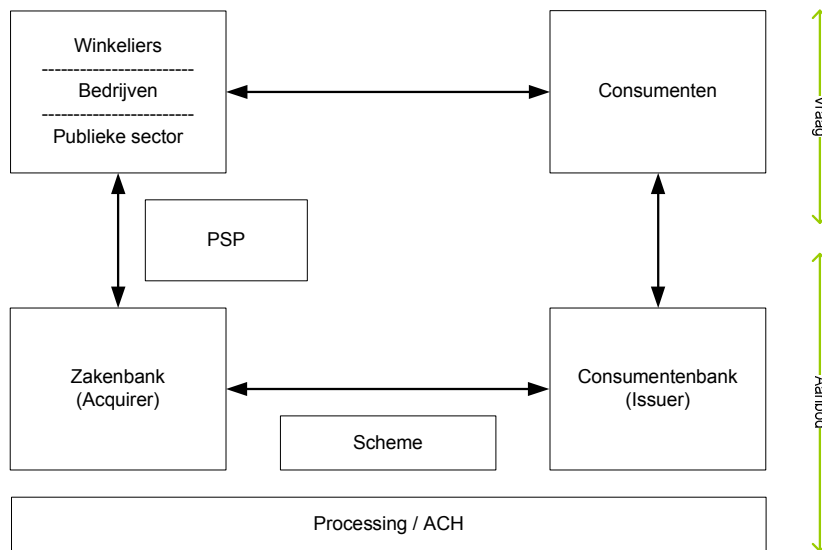
Meerdere gesloten systemen voor hetzelfde onderwerp werken per definitie inefficiënt: er worden meerdere netwerken opgebouwd die in principe volledig bereik moeten bieden. Veel energie wordt gestoken in het verleiden van Verzenders of Ontvangers om deel te nemen terwijl dit altijd slechts een deel van alle Verzenders of Ontvangers zal blijven. En als het al zou lukken om iedereen deelnemer te laten worden, dan zou dit vanuit concurrentie oogpunt niet toegestaan worden door de mededingingsautoriteiten. Vaak leidt dit weer tot nieuwe dienstverleners die een markt zien in het wegnemen van deze inefficiënties door aggregatie of consolidatie.

Beheerders van de diverse gesloten systemen kunnen uiteindelijk alleen nog groter bereik realiseren door het maken van afspraken over het gebruik van elkaars gesloten systemen en dit onderling te verrekenen zoals bij telecommunicatie ('roaming') of de postdiensten. Zeker in het kader van de 'Lisbon Agenda' met als doelstelling om de Europese Unie te verheffen tot een van de meest competitieve regio's in de wereld, zou gewerkt moeten worden aan het realiseren van open systemen voor elektronisch factureren.

2.7.2 Lessen uit de wereld van betalen

De sleutel tot open systemen in de wereld van betalen ligt in het zogenaamde '4-party model'. De twee partijen die onderling een betaling willen uitvoeren (de vraagkant), worden hierbij gespiegeld door partijen aan de aanbodkant met een duidelijke rolafbakening. Dit leidt tot een vierkant waarbij op elke hoek een actor zijn rol vervult.

Aan de kant van de betaler (de consument in dit geval) is er een partij die het betaalmiddel uitgeeft (de issuer) zodat de consument hiermee betalingen kan verrichten. Aan de kant van de verkoper (betaling ontvanger) is er een partij waar de verkoper al zijn betalingen gedaan met betreffend betaalproduct kan verkrijgen (de acquirer). Dit gebeurt ongeacht welke issuer de betaler gebruikt, of welke processor de issuer gebruikt. De processor is de partij die de transactie technisch verwerkt, en is in dit model een aparte rol. Alle partijen houden zich hierbij aan de regels die gelden voor betreffende betaalproduct. Deze regels gelden zowel op niveau van inhoud, formaat als proces, en zijn vastgelegd in een zogenaamd 'scheme'. Ook het beheer van het 'scheme' is als aparte rol belegd, en is onafhankelijk van issuers, acquirers of processors.

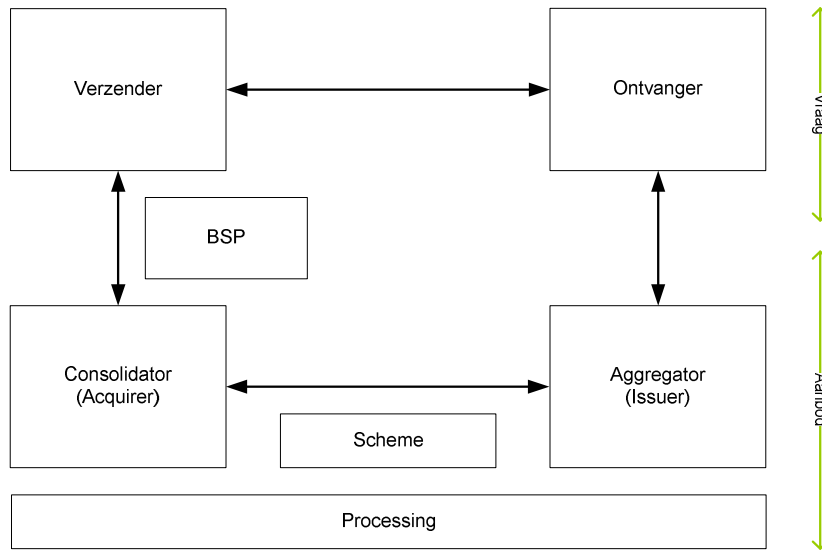


Figuur 8: Open betaalsysteem: 4-party model inclusief processing (B2C)

Omdat er meerdere betaalproducten zijn, en acquirers vaak niet alle betaalproducten ontsluiten, ontstaat er aan deze kant ruimte voor een extra dienstverlener: de Payment Service Provider. Deze service provider heeft in dit model een duidelijke rol: deze biedt de verkoper de mogelijkheid om via één aansluiting toch alle (gewenste) betaalproducten te kunnen accepteren. In de praktijk is de rolverdeling tussen Payment Service Provider (PSP) en acquirer echter niet zo helder te onderscheiden en is er overlap in de dienstverlening van deze twee actoren.

Let wel: niet alle betaalproducten werken volgens dit model. American Express en PayPal zijn voorbeelden van betaalproducten die beide rollen combineren bij één partij. Deze betaalproducten zijn derhalve dan ook minder open van karakter en hebben minder bereik. Hieruit blijkt dat er met betrekking tot open en gesloten systemen geen zwart-wit situatie is, maar dat er een gradatie van meer of minder openheid bestaat.

Kan het 4-party model ook werken in de wereld van elektronisch factureren? Onze mening is van wel. Door dit model zo veel mogelijk toe te passen voor elektronische factuurmethodes, kan er meer openheid in systemen ontstaan. Pas dan heeft elektronisch factureren de potentie om op grote schaal door te breken, en de beloofde maatschappelijke voordelen en besparingen te realiseren.



Figuur 9: Theoretisch open factuureersysteem: 4-party model inclusief processing

Het theoretische plaatje voor het '4-party model' voor een elektronische factuureermethode is hierboven weergegeven. De Verzender en de Ontvanger zijn hier de partijen aan de vraagkant. Aan de aanbodkant is het 'scheme' onafhankelijk van de aggregator en consolidator rollen. Het 'scheme' richt zich niet alleen op technisch (transport)formaat maar zet regels voor inhoud, formaat en processen. De consolidator en aggregator nemen scheme-licenties af en zorgen voor de onderlinge technische koppelingen (eventueel via processors) en kunnen op basis daarvan hun dienstverlening aanbieden aan de Verzendders respectievelijk de Ontvangers. Elke bestaande en nieuwe methode voor elektronisch facturen zou beoordeeld moeten worden langs dit '4-party model'. In de praktijk zullen we zien dat sommige methoden conform dit model zijn opgesteld waarbij iedere rol ook een aparte partij is en andere methoden juist combinaties van rollen maken binnen partijen (bijvoorbeeld BSP en acquiring combineren).

3 Recente ontwikkelingen

We hebben elektronisch factureren nu vanuit een aantal invalshoeken bekeken. Laten we nu kijken naar de huidige praktijk en belangrijke ontwikkelingen hierin.

Elektronisch factureren kent al een behoorlijke geschiedenis en een groot aantal diverse dienstverleners. Desondanks is tot op heden nog slechts 3-4% van het totaal aantal facturen elektronisch. Om verder te komen is er nu vooral op het vlak van harmonisatie en standaardisatie veel activiteit. Dit wordt met name gedreven vanuit de functionele en technische specialisten op het snijvlak van e-business, financiële of administratieve beheersprocessen met geautomatiseerde dataverwerking en -opslag.

Ondanks deze activiteit is elektronisch factureren in de B2B context sterk verankerd in Closed User Groups. Deelname aan een dergelijke groep wordt meestal afgedwongen door machtige inkooppartijen of is noodzakelijk om in betreffende branche te kunnen opereren. In de B2C context ligt het speelveld daarentegen nog geheel open. Alhoewel er afgelopen jaren diverse initiatieven zijn genomen, lijkt het erop dat nu pas de condities ontstaan voor oplossingen die breed geaccepteerd en toegepast kunnen worden. Deze condities betreffen het internetgebruik en de internettoegang van consumenten. Landen waar veel consumenten veelvuldig internet gebruiken, en hiertoe een breedband internetverbinding hebben, zijn goed uitgerust voor het inzetten van elektronisch factureren in de B2C context.

We verwachten dat met name in de B2C context de komende jaren veel staat te gebeuren. Omdat veel spelers in elektronisch factureren zowel in de B2C als B2B context actief zijn, verwachten we ook dat de veranderingen in de B2C context van invloed zullen zijn op de situatie in de B2B context. Voor (potentiële) Verzenders, Ontvangers en dienstverleners in beide contexten is het dus zaak om deze ontwikkelingen goed in de gaten te houden.

We zullen hier de belangrijkste ontwikkelingen toelichten:

- Standaardisatie en harmonisatie
- B2B: Voornamelijk proprietary systemen
- Consumenten meer en meer online
- Nieuwe initiatieven in de B2C context
- Het BSP domein opgeschud

3.1 Standaardisatie en harmonisatie

De behoefte aan standaardisatie zal niemand ter discussie stellen. In de praktijk zien we dan ook veel activiteit op dit vlak. Diverse initiatieven zijn actief op het snijvlak van business

processen en IT met als doel wereldwijd elektronisch zaken doen te ondersteunen en te verbeteren. We zullen hier de belangrijkste initiatieven kort benoemen.

— EDI en XML

EDI is de eerste standaard die ontstond voor de elektronische uitwisseling van gegevens tussen geautomatiseerde systemen bij verschillende organisatie. EDI staat voor Elektronic Data Interchange en werd ontwikkeld voor de opkomst van het internet. EDIFACT (ook bekend als ISO 9735 standaard) is de specifieke EDI variant “For Administration, Commerce and Transport”. EDI was met name gericht op gestandaardiseerde uitwisseling van data, en bepaalde vanuit dat oogpunt o.a. ook de structuur voor de uit te wisselen data. EDI lijkt op dit vlak een strijd te voeren met XML. XML is een opmaaktaal, voortgekomen uit de SGML standaard die gebruikt werd in ‘publishing’, specifiek gericht op data- of ‘content’-structurering. Met de opkomst van internet neemt het belang van XML toe. XML is makkelijker te interpreteren voor mensen en er zal meer en meer hier in ontwikkeld worden. Toch heeft EDI zijn waarde voor ‘machine-to-machine’ data-uitwisseling en wordt met name in de B2B context veelvuldig toegepast. Dit zal niet zomaar verdwijnen. Voorbeelden zijn ODETTE in de automobiel industrie, TRADECOMS in de Britse retailsector, EDINE in de Nederlandse energiemarkt, en EDIFICE in de Europese (consumenten)elektronica en semiconductor industrie. Met name in Europa wordt EDI veel gebruikt. Standaardisatie in de VS en Azië onstond later en dus vond dit vaker plaats op basis van XML. Zo is ROSETTA de Amerikaanse XML standaard voor de elektronica en semiconductor industrie, en wordt deze ook ondersteund door de EDIFICE gebruikers groep. Net als bij EDI ontstaan er bij XML varianten die specifiek gericht zijn op e-business, accounting of andere functionele gebieden. De belangrijkste noemen we hier.

— ebXML

Staat voor e-business XML en is een XML standaard voor uniform, globaal gebruik van ‘electronic business information’ uitwisseling voor zakenpartners. Dit initiatief hergebruikt veel kennis opgedaan vanuit de EDI wereld. Net als EDI wordt dit initiatief ondersteund en aangemoedigd door UN/CEFACT: United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business. Hierbij wordt samengewerkt met OASIS: Organisation for the Advancement of Structured Information Standards (voortgekomen uit SGML Open, een belangenorganisatie van SGML software leveranciers). Een deel van het werk is erkend door ISO en vastgelegd als ISO-15000 standaard. ebXML richt zich op e-business in de brede zin van het woord en niet specifiek op elektronische factureren.

— UBL

Universal Business Language is ontwikkeld door OASIS en kan gezien worden als het neefje van ebXML. UBL is specifiek gericht op uitwisseling van orders, facturen en leveringsdocumenten. UBL bouwt voort op een eerder standaardisatieinitiatief, xCBL, van CommerceOne, gericht op procurement processen. Een subset van UBL is ontwikkeld en wordt toegepast door de Scandinavische landen voor een gemeenschappelijk e-procurement platform (NES: Northern European Subset).

Aangezien deze regio vooroploopt qua internet adoptie en toepassingen, zullen hun ervaringen nuttig zijn voor andere overheden in Europa.

— XBRL

XBRL staat voor Extended Business Reporting Language en komt voort uit de hoek van accounting. Het is gericht op het zetten van een generieke XML standaard voor business reporting als jaarrekening en andere financiële documenten. Binnen dit generieke raamwerk kan per industrie of per land een eigen taxonomie ontwikkeld worden voor de specifieke eisen in betreffende context. Omdat het gaat om financiële documentatie zijn de richtlijnen en vereisten hierbij sterk bepaald door het wettelijk en juridisch kader. Zo is er in Nederland op initiatief van het Ministerie van Financiën het Nederlands Taxonomie Project begonnen die toegepast kan worden voor rapportages conform de Wet op de Jaarrekening, maar ook voor belastingaangiften en statistische rapportages. In de VS vindt een XBRL-pilot plaats voor het elektronisch aanleveren van financiële prestatie rapportages bij de SEC (US Security and Exchange Commission).

— cXML

Specifieke XML standaard, commerce XML, gericht op uitwisselen van zakelijke documenten tussen inkoopapplicaties, e-commerce hubs en leveranciers. cXML poogt juist niet te leunen op EDI protocollen en kan gezien worden als een soort van lichtgewicht standaard. Initiatief komt met name uit de wereld van webbased procurement portals en wordt sterk ondersteund door Ariba.

— TWIST

De TWIST werkgroep (Transaction Workflow Innovation Standards Team) is een door enkele grote ondernemingen en banken geleide werkgroep voor het ontwikkelen van een financiële standaard. TWIST richt zich voornamelijk op het stroomlijnen van betaal- en factuurprocessen tussen ondernemingen, hun banken en verwante processen zoals billing van bank services en factuurfinanciering. TWIST standaarden worden ontwikkeld onder UNIFI.

— UNIFI (ISO 20022)

UNIFI is gericht op het creëren van een universeel berichten- en verwerkingsprotocol voor financiële diensten en dienstverleners. Het is dus niet zozeer een standaard voor de berichtenstructuur zelf, maar stelt de vereisten en voorwaarden waaraan berichten en berichtenuitwisseling rondom financiële diensten aan dient te voldoen. ISO 20022 is de opvolger van ISO 15022. ISO 20022 kan daarom gezien worden als een raamwerk waarin standaarden voor de berichtenstructuur (genoemde XML standaarden) in toegepast worden. Zolang de wijze waarop de berichten zijn samengesteld en uitgewisseld voldoen aan ISO 20022 kunnen geautomatiseerde processen die ISO 20022 compliant zijn deze verwerken. Deze standaard staat dus op een iets hoger niveau en beoogt de harmonisatie van verschillende standaarden.

Al deze standaarden voor dataverwerking en -uitwisseling dragen bij aan het verbeteren van de mogelijkheden voor wereldwijde elektronische samenwerking tussen allerlei organisaties. Regelgeving die op dit gebied geldt, moet hierbij in acht worden genomen. Echter deze standaarden zijn sterk gericht op de geautomatiseerde data-verwerking in een B2B context in relatie tot business functies zoals accounting of procurement. Hoewel zeer relevant in de B2B context, zijn al deze standaarden niet zonder meer bruikbaar in de B2C context. Zij adresseren voornamelijk de inhouddimensie, voorbijgaand aan de beperkingen in de formaatdimensie (transport- en presentatieformaat) en procesdimensie (uitwisseling en betalen). Juist binnen deze dimensies zien we weinig activiteit om tot standaardisatie of harmonisatie te komen, terwijl deze dimensies juist de netwerkproblematiek omvatten .

3.2 B2B: Voornamelijk gesloten systemen

In de B2B context is het relatief rustig en wordt aan verdere uitbouw van de bestaande oplossingen gewerkt. Gesloten factuuremethodes zijn en blijven hier dominant, meestal ingebed binnen inkoop- en purchaseportals.

Indien de Inkoopportal wordt beheerd door een grote inkopende partij (als Ontvanger), dan wil deze partij in de regel controle behouden op de partijen die hem überhaupt kunnen factureren via deze portal. Toetreden tot deze portals voor Verzenders is dan ook afhankelijk van het hebben van een (contract)relatie met betreffende inkoper. In vele gevallen zijn deze Inkoopportals op brancheniveau georganiseerd. In dit geval wordt de Inkoopportal beheerd door een branche-organisatie, of een (non-profit) administratieve organisatie die door de grootste spelers in betreffende branche is opgezet. Verzenders die willen toetreden tot deze portals moeten zich aanmelden bij betreffende organisatie. Deze aanmelding kan gepaard gaan met specifieke acceptatie-eisen, waaronder contractuele relaties met Ontvangers.

Naast deze portals waar de grote inkopers veel invloed op hebben, zijn er ook portals die onafhankelijk zijn van inkopers of leveranciers. Zij bieden vaak een breed scala aan dienstverlening rondom 'procurement' voor beide partijen, waaronder het elektronisch uitwisselen van orders en facturen. Om onderscheid te maken met bovengenoemde Inkoopportals zullen we deze dienstverleners aanduiden als 'Procurement'-portals. De diensten die deze portals aanbieden variëren. Een partij als Ariba creëert als het ware een virtuele marktplaats waar aanbieders en inkopers elkaar kunnen vinden en met ondersteuning van de Ariba services direct elektronisch zaken kunnen doen. Ariba is actief in een zeer groot aantal industrieën. Andere portals zijn minder breed van opzet maar focussen juist op specifieke functionele ondersteuning die industrie-onafhankelijk gebruikt kan worden. OB10 is een voorbeeld van een dergelijke portal. Deze dienstverlener richt zich zeer specifiek op wereldwijd elektronisch factureren.

Door de investeringen en belangen die deze partijen in het verleden gedaan en opgebouwd hebben, hebben zij er niet direct een belang bij om hun systemen meer open te stellen op basis van het geschetste '4 party model'. Uiteraard willen ze zoveel mogelijk deelnemers in

hun systeem, maar dit laten ze niet ten koste gaan van hun positie. Deze spelers kijken met name naar mogelijkheden voor interconnectie met andere procurement portals om hun bereik te vergroten. Deze route van “roaming” heeft zo zijn eigen dynamiek en zal het beeld in de B2B context niet echt veranderen. We verwachten eerder dat verandering in deze context in gang gezet worden door bewegingen in de B2C context. Hier is er veel beweging en partijen die hier actief zijn met elektronisch factureren zijn ook actief in de B2B context of zouden dat kunnen worden.

3.3 Consumenten meer en meer online

In de B2C context beschikte de consument in eerste instantie niet over elektronische systemen om elektronische facturen mee te ontvangen. Verzenders van grote aantallen facturen waren dan ook aangewezen op de papieren factuur. De laatste jaren is deze situatie enorm veranderd. Door de toename in PC-bezit, maar vooral in online bereikbaarheid van de consument ontstaat de situatie dat ook de consument als ontvangende partij de factuur elektronisch kan ontvangen en verwerken (bekijken, betalen, bewaren).

Internet access & usage	2003		2004		2005		2006	
	Access	Usage	Access	Usage	Access	Usage	Access	Usage
Belgium					50%	53%	54%	58%
Denmark	64%	64%	69%	70%	75%	73%	79%	78%
France	31%		34%				40%	39%
Germany	54%	44%	50%	50%	62%	54%	67%	59%
Hungary			14%	21%	22%	34%	32%	43%
Italy	32%	25%	34%	26%	39%	28%	40%	31%
Netherlands	61%				78%	74%	80%	76%
Poland	14%		26%	22%	30%	29%	36%	34%
Romania			6%	10%				
Spain	28%	29%	34%	31%	36%	35%	39%	39%
Slovakia			23%	44%	23%	44%	27%	47%
Sweden		69%		75%	73%	76%	77%	80%
United Kingdom	55%	50%	56%	55%	60%	61%	63%	63%
EU-25			42%	38%	48%	43%	51%	47%

Figuur 10: Internet toegang per huishouden / Regelmatig individueel gebruik. Bron: Eurostat.

Bovenstaande tabel laat zien dat prive internet toegang en gebruik elk jaar toenemen. Toch blijkt hier ook uit dat op Europees niveau minder dan de helft regelmatig internet gebruikt. Van belang is het ook om te weten waar regelmatige gebruikers hun tijd op internet aan besteden. Email is de meest gebruikte internettoepassing.

Internet usage - email		Daily	Weekly	Less than weekly	Never
Belgium	58%	55%	32%	9%	3%
Denmark	78%	68%	26%	4%	2%
France	39%	38%	49%	12%	1%
Germany	59%	38%	37%	20%	5%
Hungary	43%	72%	19%	7%	0%
Italy	31%	69%	23%	7%	0%
Netherlands	76%	63%	31%	5%	0%
Poland	34%	67%	19%	13%	1%
Romania		52%	37%	8%	2%
Spain	39%	71%	24%	4%	1%
Slovakia	47%	72%	20%	2%	6%
Sweden	80%	39%	38%	8%	2%
Switzerland		54%	38%	7%	2%
United Kingdom	63%	55%	36%	7%	1%
Average		58%	31%	10%	2%

Figuur 11: Emailgebruik (privé) door internetgebruikers. Bron: eScape Reports InSites - November 2006.

In Nederland gebruikt 94% van de internet gebruikers email minimaal wekelijks. Naast email wordt internettoegang gebruikt om te surfen. De 'biller portals' van leveranciers moeten hierbij opboksen tegen alle overige beschikbare sites. De top-20 van best bezochte Nederlandse sites in 2006 is hieronder weergegeven. Let wel: in deze lijst zijn geen buitenlandse sites opgenomen.

Site	2006	2005	Site	2006	2005
Google.nl	1	1	RTL.nl	11	11
Startpagina.nl	2	2	Rabobank.nl	12	12
Marktplaats.nl	3	4	Nu.nl	13	17
MSN.com	4	6	eBay.nl	14	10
DeTelefoongids.nl	5	5	ANWB.nl	15	9
MSN.nl	6	3	Routenet.nl	16	28
Postbank.nl	7	7	Telegraaf.nl	17	21
NL.Bol.com	8	15	Web-log.nl	18	105
Speurders.nl	9	8	Wehkamp.nl	19	20
NL.Wikipedia.org	10	45	NS.nl	20	19

Figuur 12: Top-20 best bezocht Nederlandse sites in 2005 en 2006. Bron: Multiscope.

In deze top-20 zien we geen 'biller portals', wel twee maal een online banking portal: Postbank op 7, en Rabobank op 12. In Nederland heeft online banking een enorme vlucht genomen. Deze online banking portals zijn er ten opzichte van andere sites succesvol in geslaagd om de consument regelmatig terug te laten keren. Onderstaande tabel laat zien dat 56%, een ruime meerderheid, van de internet gebruikers minimaal wekelijks een online bankportal gebruikt. Nederland neemt wat dat betreft een koppositie in. Gemiddeld ligt dit percentage op 35%. Dit is echter nog steeds een groot verschil met het gemiddelde percentage van bijna 90% voor wekelijks email gebruik.

Country and internet users		Daily	Weekly	Less than weekly	Never
Belgium	58%	11%	39%	14%	37%
Denmark	78%	7%	42%	25%	25%
France	39%	6%	18%	21%	57%
Germany	59%	6%	27%	15%	52%
Hungary	43%	4%	18%	21%	57%
Italy	31%	7%	17%	15%	62%
Netherlands	76%	7%	49%	32%	12%
Poland	34%	16%	19%	28%	36%
Romania		1%	5%	11%	82%
Spain	39%	12%	21%	22%	45%
Slovakia	47%	14%	22%	22%	42%
Sweden	80%	9%	43%	27%	21%
Switzerland		2%	20%	36%	42%
United Kingdom	63%	6%	31%	20%	43%
<i>Average</i>		8%	27%	22%	43%

Figuur 13: Online Banking (privé) door internetgebruikers. Bron: eScape Reports InSites - November 2006.

De penetratie van breedband internettoegang is een bepalende factor voor het regelmatig gebruik van online banking. In de landen waar deze trend het sterkst is, en waar het aantal consumentenbanken te overzien is, heeft dit geleid tot een vernieuwde belangstelling voor het '3rd party portal' model waarbij de bankportal de rol van aggregator vervult. Dit betreft dan Nederland en de Scandinavische landen (Denemarken, Zweden en Finland).

3.4 Nieuwe initiatieven in de B2C context

Onder invloed van bovengenoemde trend zagen we in 2006 in Nederland twee nieuwe initiatieven ontstaan: AcceptEmail en Standaard Digitale Nota .

AcceptEmail is een elektronische factuureermethode die gebruik maakt van het emailkanaal voor de uitwisseling van facturen. De email in de inbox van de Ontvanger toont de

factuurdetails en de actuele betaalstatus. Vanuit de email kan worden doorgelinkt en kan een betaling worden gestart. Nu is dat met iDEAL, maar andere (internationale) betaalmethoden (credit card, incasso) kunnen ook worden toegepast. De emails kunnen door Verzendders rechtstreeks worden verstuurd of door service providers.

Standaard Digitale Nota is een initiatief van de drie grootste consumentenbanken in Nederland (ABN AMRO, ING/Postbank en Rabobank). Standaard Digitale Nota biedt aan grote Verzendders of BSPs een standaard interface op de bankportals van deze 3 banken voor het afleveren van facturen. Indien de Ontvanger de Verzender daartoe vooraf toestemming heeft gegeven, worden de facturen binnen de internetbankieromgeving van de betreffende bank aan de Ontvanger (de internetbankierende consument) getoond, aangezien de Ontvanger de factuur bekijkt binnen de online banking portal kan hier ook direct, online de betaling ervan uitgevoerd worden. De bankportals vervullen dus een aggregerende rol voor de Ontvanger. Verzendders kunnen rechtstreeks op elke bankportal aansluiten (mits ze groot genoeg zijn) maar in de meeste gevallen zal dit via een BSP plaatsvinden. De BSP vervult dan de rol van consolidator omdat hij voor de Verzender via één aansluiting toegang geeft tot de drie bankportals.

De toepassing van AcceptEmail en Standaard Digitale Nota en wordt in hoofdstuk 4 in detail beschreven.

3.5 Het BSP domein opgeschud

Door bovengenoemde initiatieven is de BSP markt in Nederland sterk in beweging. Hierin zijn de volgende bewegingen te onderkennen:

- Traditionele print+mail BSPs maken zich op voor het uitbreiden van hun dienstverlening met Standaard Digitale Nota. Het allereerste initiatief tot Standaard Digitale Nota werd genomen door Rabobank in samenwerking met Cendris, de print+mail BSP van TNT Post. Rabobank en Cendris hebben hun versie van Standaard Digitale Nota, Notabox, dan ook al in de markt gebracht. Deelname aan Standaard Digitale Nota staat ook open voor andere BSPs, echter de meeste hiervan wachten nog op het beschikbaar komen van Standaard Digitale Nota bij Postbank en ABN-AMRO zodat er een groot bereik ontstaat. ING heeft samen met Getronics PinkRocade een nieuwe BSP gevormd, Billington, die specifieke dienstverlening rondom elektronisch factureren aanbiedt, waaronder AcceptEmail en Standaard Digitale Nota.
- Dienstverleners op het gebied van emailmarketing betreden de BSP markt. Voor emaildistributeurs is het een kleine stap om in plaats van een marketingboodschap de factuur in de mail te stoppen. Diverse bedrijven hebben deze stap dan ook genomen maar tot nu toe vindt dit niet plaats op grote schaal. Belemmeringen hiervoor zijn de herkenbaarheid van de email als factuur door de consument, en het ontbreken van integratie met online betaalmogelijkheden. AcceptEmail adresseert deze issues en we zien dan nu ook diverse emaildienstverleners hun dienstverlening op dit gebied

uitbreiden. Hiermee overlapt hun dienstverlening gedeeltelijk de diensten zoals die door de traditionele BSPs worden aangeboden.

- De dienstverlening van BSPs en PSPs schuiven naar elkaar toe en gaan elkaar overlappen. Online winkeliers gebruiken meestal een PSP voor het ontvangen van betalingen en de administratieve verwerking daarvan. Alhoewel deze meeste PSPs gericht zijn op e-commerce bedrijven, breiden zij hun dienstenpakket ook uit naar andere kanalen dan 'web-originated' transacties alleen. Online winkeliers beschikken over een online aansluiting met hun PSP die toegang biedt tot betaalinfrastucturen. Deze aansluiting kan ook worden gebruikt voor het verzenden van facturen richting de klanten van de e-commerce bedrijven. De dienstverlening van PSPs betreedt hiermee het terrein van BSPs. Andersom zien we partijen als Billington diensten aanbieden die op het vlak van PSP liggen. Een ander voorbeeld is PayPal mailfactuur: hiermee kan elke gebruiker van PayPal een PayPal betalingsverzoek per email afschieten naar iedereen met een emailadres.

Deze bewegingen hebben de BSP markt stevig opgeschud en de activiteit is nog niet voorbij. De verwachting is dan ook dat dit domein volgend jaar weer flink veranderd zal zijn.

4 Factureermethodes

4.1 Classificatie van factureermethodes

Indien men zelf actief is of wil worden op het vlak van elektronisch factureren, dan is het van belang om de huidige situatie te kunnen overzien zodat nieuwe ontwikkeling goed beoordeeld kunnen worden. Hiertoe presenteren we in deze paragraaf een classificatie van de factureermethodes die nu relevant zijn. Voor deze classificatie maken we een onderscheid naar factureermethodes voor de B2B en B2C context. In hoofdstuk 2 hebben we gezien dat in beide contexten specifieke drivers voor elektronisch factureren bestaan, en dat de bestaande factureermethodes sterk kunnen verschillen.

Het tweede criterium dat we gebruiken is het (potentieel) bereik van de factureermethode. Dit wordt met name bepaald door de vraag of de methode zonder voorwaarden te gebruiken is. In de B2C context geldt dit voor de Ontvangers: kunnen zij de factuur ontvangen zonder zich hiervoor eerst te moeten inschrijven, aanmelden of iets dergelijks. In de B2B context geldt dit voor zowel Verzenders als Ontvangers: kunnen zij de factuur verzenden en ontvangen zonder lid te zijn van een ‘closed user group’. Dit onderscheid duiden we aan met onvoorwaardelijk bereik en voorwaardelijk bereik, waarbij met name het bereik naar Ontvangers van belang is voor Verzenders.

Door deze twee criteria in een matrix ten opzichte van elkaar te zetten ontstaan kwadranten waarin de verschillende factureermethodes geclassificeerd kunnen worden.

		Bereik Ontvanger	
		Onvoorwaardelijk	Voorwaardelijk
Context	B2C	<ul style="list-style-type: none"> - Fysieke factuur - Email met factuur - AcceptEmail - PayPal mailfactuur <p style="text-align: right; font-size: 2em; font-weight: bold;">1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 3rd party portal - Biller portal - Standaard Digitale Nota <p style="text-align: right; font-size: 2em; font-weight: bold;">2</p>
	B2B	<ul style="list-style-type: none"> - Fysieke factuur - Email met factuur <p style="text-align: right; font-size: 2em; font-weight: bold;">3</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Procurement portal - Purchase portal - P-Card <p style="text-align: right; font-size: 2em; font-weight: bold;">4</p>

Figuur 14: Classificatie van factureermethodes

De traditionele fysieke factuur kent uiteraard een onvoorwaardelijk bereik voor zowel B2B als B2C, en bevindt zich dus in zowel kwadrant 1 en 3. Hetzelfde geldt voor een email met een factuur hierin weergegeven of geattached. Kwadrant 1 kent naast deze twee methodes sinds

kort ook AcceptEmail, en PayPal mailfactuur. Kwadrant 3 bevat verder geen methodes aangezien er in de B2B context weinig initiatieven op het vlak van elektronisch factureren met onvoorwaardelijk bereik zijn.

Methodes met voorwaardelijk bereik vinden we in de kwadranten 2 en 4. In de B2C context zien we 'biller portals' van diverse leveranciers en twee versies van 3rd party portals: Privver en de online banking portals voor Standaard Digitale Nota. In de B2B omgeving treffen we de 'Purchase' portals van diverse inkopende partijen, 'Procurement Portals' die een marktplaats voor meerdere leveranciers en inkopers bieden, en de P-Card die creditcard afhandeling aanbiedt voor een 'closed user group'.

4.2 Beschrijving per factureermethode

In dit hoofdstuk geven we een beschrijving van de meest relevante factureermethodes in Nederland. Voor elk methode wordt de toepassing gedetailleerd beschreven en waar relevant zal extra informatie over de aanbieders van deze methode gegeven worden. In lijn met de classificatie zoals gepresenteerd in de vorige paragraaf, zullen de daarbij genoemde factureermethodes besproken worden.

Per factureermethode worden steeds in een vast formaat de specifieke kenmerken beschreven. Kenmerken die aan de orde komen zijn:

- Algemene beschrijving.
- Transactiecontexten waar de factureermethode relevant is.
- Betaalmethodes die geschikt zijn bij de factureermethode.
- Bereik. Dekking in termen van potentiële Ontvangers en in termen van voorwaarden voor Verzenders of Ontvangers om gebruik te kunnen maken van de methode.
- Gebruiksgemak voor de Ontvanger.
- Timing en aflevergaranties.
- Vereisten waaraan de Verzender dient te voldoen om deze methode te kunnen gebruiken.
- Aandachtspunten bij de implementatie.
- Kosten van de factuurmethode.
- Relevante aanbieders: namen en hun websites.

4.3 Onvoorwaardelijk bereik, B2C

4.3.1 Fysieke factuur per post

Algemene omschrijving

De algemene werking van post is zo bekend dat deze weinig toelichting behoeft. Goed om op te wijzen is dat er geen “technische” aansluiting of geen abonnement vereist is om post te versturen of te ontvangen. Wel zijn er regels met betrekking tot formaat (omvang, zwaarte, etc), de wijze van aanbieden en ontvangst, maar deze zijn niet specifiek van belang in het kader van factureren. In de regel is er bij de fysieke factuur in Nederland een koppeling met het betaalverzoek en een betaalmiddel (aangehechte Acceptgiro).

Transactiecontexten

In de B2C context worden de meeste niet-POS (fysieke winkel) transacties begeleidt met een papieren factuur per post. Dit geldt met name voor goederen en diensten waarbij er geen fysieke ontmoeting is tussen leverancier en consument, zoals bijvoorbeeld bij de levering van energie-, water- of telefoondiensten. Bij goederen die wel fysiek worden afgeleverd, wordt de papieren factuur ook wel bij deze aflevering overhandigd: bij het product of als afleverbon die afgetekend dient te worden.

Geschikte betaalmethodes

De meest voorkomende betaalmethodes bij de papieren factuur zijn Incasso/Machtiging, Acceptgiro en (online) overboeking. Incasso/Machtiging is met name geschikt indien het gaat om betalingen die regelmatig herhaald worden en waarvan de hoogte van het bedrag niet ter discussie staat, zoals huur en maandelijkse abonnementen voor televisie, energie of krant.

Indien de klant meer controle over de betaling wil behouden, dan kan de Verzender besluiten om een Acceptgiro bij de factuur te voegen. Deze bevat alle betaaldetails en de Ontvanger hoeft meestal alleen maar te accorderen en de Acceptgiro naar zijn bank te posten. De Acceptgiro helpt in het voorkomen van overschrijffouten en is makkelijker bancair af te handelen vanwege standaardisatie.

Een factuur zonder Acceptgiro of Incasso/Machtigen kan betaald worden door middel van een overboeking. Hierbij worden de betaalgegevens door de consument overgeschreven naar een overboekingformulier, met risico op fouten. Dit kan op papier of online plaatsvinden. Papieren overboekingformulieren worden niet veel meer gebruikt, online overboeken des te meer aangezien dit de consument de gang naar de brievenbus bespaart. In een internationale context is een internationale overboeking meestal de enige optie.

Tot slot moet genoemd worden dat een papieren factuur (met Acceptgiro) ook contant op het bankkantoor betaald kan worden.

Bereik

Het bereik van post, inclusief factuur, is onbegrensd. Iedereen met een postadres kan post ontvangen, nationaal en internationaal. Verzenders en/of Ontvangers hoeven zich niet aan te melden of in te schrijven voor het ontvangen van post. Het bereik is dus onvoorwaardelijk.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

Alle post voor de Ontvanger wordt afgeleverd in zijn persoonlijke brievenbus of postbus. Ongeacht van welke Verzender of postdienstverlener de post komt, hij krijgt alle post bestemd voor hem geaggregeerd binnen op één plek. Dit maakt post voor de Ontvanger een zeer makkelijke methode. Bovendien is de papieren factuur in de meeste gevallen goed te lezen, en draagt het fysieke karakter bij aan de ervaring dat het om een waarde-document gaat. Het document is makkelijk op te slaan (indien gewenst) en er is zekerheid dat het document niet meer veranderd kan worden.

Timing en aflevergaranties

Post die verzonden wordt binnen Nederland is in de regel de volgende werkdag afgeleverd. TNT Post geeft geen aflevergarantie bij een normale postverzending maar de betrouwbaarheid van deze nationale postverzender is zo groot dat dit door de meeste Verzenders niet vereist wordt. De post kan ook met aflevergarantie verstuurd worden ('aangetekend') maar deze dienst kost extra en is in relatie tot facturen te duur.

Internationale post duurt langer, en vaak is het niet goed te voorspellen hoe lang het duurt voordat de post aankomt. Men dient rekening te houden met een bezorgtijd van tot 7 dagen met reguliere post. Snellere bezorgtijden zijn mogelijk tegen extra kosten.

Vereisten voor de Verzender

De post stelt geen eisen aan de Verzender behalve dat deze ook adresseerbaar is in geval de post geretourneerd wordt. Wel worden vereisten gesteld aan de te verzenden post (formaat, adressering, frankering, etc).

Implementatie

De post vereist geen specifieke implementatie of technische verbinding. De post kan gewoon in de brievenbus of postzak gedeponneerd worden. Wel bieden de meeste postdienstverleners hulp aan Verzenders. Bij de meeste bedrijven en op de meeste bedrijfsparken wordt de post

door de postdienstverlener opgehaald. Sommige postdienstverleners bieden geautomatiseerde frankiemachines aan bedrijven om de handling van postzegels te vermijden.

Voor grote Verzenders zijn er gespecialiseerde dienstverleners die helpen met het postklaar maken van facturen tot en met partijen waaraan een bedrijf zijn postkamer volledig aan kan uitbesteden. Hier vinden we de traditionele print&mail dienstverleners als Cendris en Getronics PinkRoccade. Voor kleinere bedrijven biedt een recent initiatief van TNT Post met Exact Software een oplossing: FacturenPost. Vanuit de Exact applicatie kunnen facturen digitaal naar TNT Post verstuurd worden, die vervolgens zorg draagt voor het printen, verzendklaar maken en verzenden van de papieren factuur.

Kosten

Post onder 20 gram kost per losse verzending € 0,44 bij TNT Post. Grote Verzenders krijgen hierop korting voor volume en partijenpost. Voor partijenpost is er concurrentie in Nederland en zijn er meerdere partijen actief als postdienstverlener. Naast TNT Post zijn dit Sandd en Selekt Mail. Toch heeft TNT Post nog het wettelijk monopolie op persoonlijk geadresseerde post tot 50 gram. Volledige liberalisering is gepland voor 1 januari 2008 maar is nog afhankelijk van politieke besluitvorming.

Naast het verzenden zitten de kosten in het verzendklaar maken van de facturen en in het gebruik van Acceptgiro (indien gebruikt voor de betaling).

Websites

Addcomm Direct	www.addcomm.nl
Cendris	www.cendris.nl
FacturenPost	www.facturerenpost.nl
Getronics PinkRoccade	www.getronicspinkroccade.nl
RotaForm	www.rotaform.nl
Sandd	www.sandd.nl
Selekt Mail	www.selektmail.nl
TNT Post	www.tntpost.nl

4.3.2 Email met factuur

Algemene omschrijving

Een email met factuur maakt gebruik van email als distributiemechanisme waarbij de email de factuurdetails bevat. Deze kunnen in de 'body' van de email staan, als attachment toegevoegd of een combinatie hiervan. Voorbeelden zijn emails met de factuurdetails in tekst of HTML, en emails met attachments in de vorm van een PDF- of XML-file. De gekozen vorm van de factuur in de email is volledig aan de Verzender. Aangezien email als distributiekanaal wordt gebruikt, kan deze factuur door iedereen met een emailadres ontvangen worden. In de regel is er bij deze factuurewijze geen directe koppeling met het betaalverzoek en een (online) betaalmiddel.

Transactiecontexten

De email met factuur wordt met name gebruikt in situaties waarin de factuur vooral een melding is, en niet meer als betalingsverzoek dient. Dit is het geval bij facturen waarvan de betaling via Incasso / Machtiging geregeld is, maar waarbij de consument wel geïnformeerd dient te worden over de hoogte van het factuurbedrag en eventueel de datum van afschrijving. Voorbeelden zijn de facturen voor (mobiele) telefoon of internet.

Bij online aankopen wordt deze factuurvorm ook vaak gebruikt als bevestiging van de aankoop, naast het reguliere bevestigingsscherm dat in de online winkel wordt getoond. De betaling heeft dan al plaatsgevonden via de betaalmethoden die in de online winkel worden aangeboden.

Tot slot zien we deze methode ook vaak toegepast als een email zonder of met beperkte factuurdetails, maar wel met een link naar de volledige factuurgegevens op de biller portal van de leverancier. De email bevat dan eigenlijk niet meer de factuur maar wordt gebruikt om aandacht te vragen voor de factuur op de biller portal. Zie paragraaf 4.5.2 voor meer details over het gebruik van biller portal als factuurmethode.

Geschikte betaalmethodes

Incasso / Machtiging is de betaalmethode die het meest past bij de factuurmelding per email. Bij aankopen in een online winkel wordt de betaalmethode bepaald door de opties in de webshop en moet deze factuurmethode meer gezien worden als aankoopbevestiging.

Bereik

Iedereen met een emailadres valt binnen het bereik van deze methode. Deze methode kan dus ook internationaal toegepast worden, vooral in webwinkels is dit van groot belang.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

Alle emails met factuur worden afgeleverd in de persoonlijke mailbox van de Ontvanger, onafhankelijk van Verzender of emaildistributeur. Dit maakt de ontvangst zeer makkelijk voor de consument en zeer vergelijkbaar met het ontvangen van papieren post. De Ontvanger kan de email makkelijk digitaal opslaan en, afhankelijk van het formaat, printen voor fysieke opslag.

Timing en aflevergaranties

Email wordt in de regel direct afgeleverd na verzending. Email voorziet, net als post, niet in aflevergaranties maar is qua betrouwbaarheid inmiddels vergelijkbaar, mede door de meldingen van mislukte afleveringen ('bounces'). Bovendien kan een email zeer makkelijk opnieuw gezonden worden.

Belangrijk met emailverzending is niet zozeer het ontvangstmoment, maar het moment waarop de Ontvanger de email zal zien. In paragraaf 3.3 zagen we dat in Nederland 63% van de internet gebruikers dagelijks email gebruikt, en 31% wekelijks.

Vereisten voor de Verzender

Indien de Verzender emails kan versturen, dan kan hij ook emails met facturen versturen. Hier komen geen extra vereisten bij kijken.

Implementatie

Het opstellen, aanmaken en verzenden van de email met factuur is aan de Verzender zelf. In de markt voor het aanmaken van persoonlijke emails (hetgeen de email met factuur per definitie is) en het verzenden ervan zijn meerdere gespecialiseerde email service providers actief die op dit gebied hun diensten, expertise, software en/of infrastructuur aanbieden.

Kosten

Het aanmaken en versturen van een persoonlijke email (indien verzonden via een mail service provider) kost in de regel enkele centen per email, afhankelijk van het te verzenden volume en van het gekozen formaat voor de factuur.

Websites

Blinker	www.blinker.nl
Cheetahmail	www.cheetahmail.com
E-mark	www.emark.nl

E-profile Marketing	www.eprofile.nl
E-village	www.e-village.nl
MailMedia	www.mailmedia.nl
Media Embassy	www.mediaembassy.nl
Mister Mail	www.mistermail.nl
Rapid Sugar	www.rapidsugar.nl
The People's Valley	www.thepeoplesvalley.nl
Veritate Company	www.veritate.com
WebPower	www.webpower.nl
Yourzine	www.yourzine.nl

4.3.3 AcceptEmail

Algemene omschrijving

Een AcceptEmail is een factuur met betalingsverzoek die de Verzender per email kan sturen naar de consument. Een AcceptEmail bestaat uit twee delen in een enkele email:

- Een klikbare 'smart' AcceptEmail afbeelding, een plaatje die de transactiegegevens, de actuele real-time status van de betaling en de aangeboden betaalmethodes toont.
- De email boodschap met de details van de factuur.

De 'smart' AcceptEmail afbeelding laat altijd de actuele status van het betalingsverzoek zien (open, verlopen, betaald, enz.). Door op de afbeelding te klikken wordt de ontvanger van de e-mail doorgelinkt naar een pagina waar hij de betaling kan uitvoeren. Nadat de transactie is afgerond laat de afbeelding in de oorspronkelijke email de status 'betaald' zien. Op dit moment is iDEAL de enige betaalmethode die via AcceptEmail wordt aangeboden, omdat de iDEAL transacties online direct uitgevoerd worden, onomkeerbaar en gegarandeerd zijn. Het is de verwachting dat er in de toekomst meer betaalmethodes zullen worden aangeboden.

De AcceptEmail biedt gestandaardiseerde visuele herkenningspunten voor de consument zodat deze de AcceptEmail makkelijk kan herkennen. De email boodschap met de details van de factuur is vrij in te vullen door de Verzender.

Transactiecontexten

De AcceptEmail kan worden gezien als de digitale variant van de Acceptgiro. Hij kan dan ook worden toegepast in al die gevallen waar nu een Acceptgiro wordt toegepast mits het email adres van de ontvanger bekend is. Maar de AcceptEmail kan ook toegepast worden in andere

situaties: online winkels, Direct Mail Marketing, digitale bedelbrieven, en voor contact centers die iDEAL of andere betaalmethodes willen gebruiken voor 'MOTO' (Mail Order, Telephone Order) of om debiteuren te innen. Met name in landen met een lage creditcard penetratie kan een systeem als AcceptEmail de betaalmogelijkheden voor een online winkelier sterk verbreden.

Geschikte betaalmethodes

De meest geschikte betaalmethodes om toe te voegen aan een AcceptEmail zijn online betaalmethodes die direct uitgevoerd kunnen worden. Dit kunnen zijn iDEAL, PayPal, giro pay of creditcardbetalingen. Voor meer informatie over online betaalmethodes verwijzen we naar de Innopay publicatie: 'Betalen 2007'.

Bereik

Iedereen met een emailadres valt binnen het bereik van AcceptEmail. De Verzender moet beschikken over de gevalideerde emailadressen van zijn klanten. In Nederland is 76% van de bevolking online bereikbaar en hiervan gebruikt iedereen email in meer of mindere mate.

De dekking van de betaalmethodes hangt af van de methode die in de AcceptEmail wordt aangeboden. Alle nationale of internationale betaalmethodes kunnen worden aangeboden.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

Alle AcceptEmails voor de Ontvanger wordt afgeleverd in zijn persoonlijke mailbox (ook webmail), onafhankelijk van Verzender of emaildistributeur. Dit maakt de ontvangst zeer makkelijk voor de consument en zeer vergelijkbaar met het ontvangen van papieren post. Aangezien direct vanuit de AcceptEmail online betaald kan worden, is er ook sprake van groot betaalgemak. AcceptEmails zijn makkelijk digitaal op te slaan en omdat de 'smart' afbeelding altijd de actuele status van de betaling weergeeft is duidelijk te herkennen wat reeds betaald is en wat nog niet. Indien gewenst kan de Ontvanger de email printen voor fysieke opslag.

Timing en aflevergaranties

Email wordt in de regel direct afgeleverd na verzending. Email voorziet, net als post, niet in aflevergaranties, alhoewel via de 'smart' afbeelding informatie over het klikgedrag van de Ontvanger verzameld kan worden.

Belangrijk met emailverzending is niet zozeer het ontvangstmoment, maar het moment waarop de Ontvanger de email zal zien. In paragraaf 3.3 zagen we dat in Nederland 63% van de internet gebruikers dagelijks email gebruikt, en 31% wekelijks. Dit is vergelijkbaar met papieren post.

Vereisten voor de Verzender

Om AcceptEmail te gebruiken moet de Verzender een contract sluiten met AcceptEmail of met één van haar resellers. Daarnaast moet de Verzender beschikken over een contract en aansluiting voor de betaalmiddelen die in de AcceptEmail aangeboden worden. Indien iDEAL als betaalmiddel wordt aangeboden, is dus een iDEAL aansluiting vereist met een van de iDEAL banken of met een PSP die iDEAL aanbiedt. De emails die de AcceptEmail bevatten worden door de Verzender zelf verzonden. Eventueel kan de Verzender hiervoor gebruik maken van de diensten van email service providers.

Implementatie

AcceptEmail kan op een aantal manieren worden geïmplementeerd:

- Via de webapplicatie.
Dit is een ASP-model (Application Service Provider). De merchant verstuurt een batch met betalingsverzoeken naar het AcceptEmail platform. Het AcceptEmail platform zet de betalingsverzoeken om in AcceptEmails en verstuurt ze. Dit model vereist een minimale inspanning van de kant van de Verzender.
- Via webdiensten.
Grotere Verzendders die bereid zijn het proces te automatiseren kiezen voor dit model. Afhankelijk van de mate van integratie is hiervoor van beide partijen een inspanning vereist.

Integratie met bestaande systemen wordt aangeboden door verschillende dienstverleners op het vlak van emailservices, contact centers, en softwarebedrijven.

Kosten

De kosten zijn opgebouwd uit een jaarlijkse fee en een fee per AcceptEmail. De jaarlijkse licenties variëren van €400 tot €5000. Afhankelijk van de licentie en de hoeveelheid AcceptEmails die worden verstuurd, kan de fee per AcceptEmail variëren van €0,10 tot €0,18. Er zijn geen eenmalige aansluitkosten. Let op dat de kosten van de iDEAL transacties of van transacties met andere betaalmiddelen niet zijn inbegrepen in deze bedragen.

Website

AcceptEmail	www.acceptemail.com
ING/Billington	www.billington.nl
Cashperformance	www.teleperformance.co.uk/other_brands.php
MyCall	www.mycall.nl
SNT	www.snt.nl

Veritate Company www.veritate.com

Vocalcom www.vocalcom.nl

4.3.4 PayPal mailfactuur

Algemene omschrijving

PayPal biedt een e-wallet betaalmethode en maakt deel uit van het eBay concern. Om deze e-wallet te gebruiken moeten gebruikers zich eerst aanmelden en inschrijven. Vervolgens kunnen ze hun e-wallet opladen door hier vooraf geld op te storten vanaf een bankrekening of creditcard. Elk PayPal account kan ook geld ontvangen. PayPal Europe heeft een licentie van de FSA (Financial Service Authority) in Engeland als elektronische financiële instelling. Daarnaast heeft PayPal voor Europa een banklicentie in Luxemburg.

Hoewel PayPal is begonnen als betaalsysteem voor veilingen heeft het zich meer en meer ontwikkeld tot een algemene transactiedienst voor internetwinkeliers. Zowel kleine webshops als grote e-commerce sites als Amazon.com en Dell bieden PayPal als betaalmethode aan. PayPal fungeert inmiddels ook als een PSP voor creditcardbetalingen.

Een van de opties die PayPal aan haar gebruikers biedt is het versturen van een mailfactuur. Op de PayPal site kan de gebruiker via een standaard webformulier het betalingsverzoek per mail versturen aan iedereen met een emailadres in de landen waar PayPal wordt geaccepteerd, zelfs als de persoon geen PayPal gebruiker is. Naast dit eenvoudige formulier biedt PayPal ook een factureringstool waarmee gedetailleerde zakelijke facturen opgesteld kunnen worden (inclusief BTW specificatie). De gebruiker kan zijn factuurformaat opslaan als sjabloon voor toekomstig hergebruik.

De Ontvanger van de PayPal mailfactuur kan de factuur alleen betalen via PayPal. Hiertoe maakt de Ontvanger zelf een PayPal account aan, of hij voert de betaling uit via creditcard. In dit laatste geval treedt PayPal alleen op als PSP, en hoeft de Ontvanger niet noodzakelijkerwijs een PayPal e-wallet aan te maken.

Transactiecontexten

De PayPal mailfactuur wordt met name gebruikt rondom veiling- en marktplaatsachtige sites tussen particulieren of kleine online merchants. Toch wordt in deze context vaker direct met PayPal afgerekend, dan dat dit op rekening gaat. De inbedding van deze factureermethode binnen de PayPal betaaloplossing, maakt dat deze methode weinig wordt toegepast in andere contexten.

Geschikte betaalmethodes

De betaling van de PayPal mailfactuur verloopt altijd via PayPal. De Ontvanger dient hiervoor te beschikken over een PayPal account, of hij kan de betaling afhandelen via creditcard. In het laatste geval zijn er extra kosten voor de betaling. Deze kosten worden gedragen door de Verzender (de ontvanger van de betaling).

Bereik

PayPal wordt breed geaccepteerd. Sinds 1998 is PayPal gegroeid naar ruim 150 miljoen rekeninghouders wereldwijd en is het beschikbaar in meer dan 190 landen. Momenteel worden vijf tot tien procent van alle e-commerce betalingen verwerkt via PayPal.

Verzenders van een PayPal mailfactuur moeten over een PayPal account beschikken. Voor Ontvangers van deze elektronische factuur is dit niet noodzakelijk, maar als ze een account hebben dan maakt dit het betalen wel makkelijker.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

Alle PayPal mailfacturen worden afgeleverd in de persoonlijke mailbox van de Ontvanger, onafhankelijk van Verzender of emaildistributeur. Dit maakt de ontvangst zeer makkelijk voor de consument en zeer vergelijkbaar met het ontvangen van papieren post. Echter het betalen kan alleen maar via PayPal plaatsvinden. Voor Ontvangers die hier niet bekend mee zijn, kan dit een grote drempel vormen. Voor Ontvangers die reeds een PayPal account hebben, is betalen via PayPal gemakkelijk. De PayPal mailfacturen zijn als email makkelijk digitaal op te slaan en indien gewenst kan de Ontvanger de email printen voor fysieke opslag.

Timing en aflevergaranties

Email wordt in de regel direct afgeleverd na verzending. Email voorziet, net als post, niet in aflevergaranties, alhoewel via de PayPal links in de mail informatie over het clickgedrag van de Ontvanger verzameld kan worden.

Belangrijk met emailverzending is niet zozeer het ontvangstmoment, maar het moment waarop de Ontvanger de email zal zien. In paragraaf 3.3 zagen we dat in Nederland 63% van de internet gebruikers dagelijks email gebruikt, en 31% wekelijks. Dit is vergelijkbaar met papieren post.

Vereisten voor de Verzender

Om PayPal mailfactuur te gebruiken moet de Verzender een PayPal account hebben. Verder zijn er geen vereisten.

Implementatie

Het opstellen en aanmaken van de factuur vindt plaats in de website van PayPal. Er is geen specifieke verbinding met PayPal vereist. Indien PayPal als directe betaalopties in de online winkel gewenst is, dan is er wel een aansluiting vereist.

Kosten

Voor het versturen van de PayPal mailfactuur worden geen kosten in rekening gebracht. Kosten worden pas in rekening gebracht bij de betaling. Deze kosten liggen tussen 1,9% en 3,9% van het transactiebedrag met daarbovenop € 0,35 per transactie. Bij internationale transacties geldt indien van toepassing een fee voor valuta omzetting van ongeveer 2,5%.

Website

PayPal www.paypal.com, www.paypal.nl

4.4 Onvoorwaardelijk bereik, B2B

4.4.1 Papieren factuur per post

De papieren factuur per post werkt voor B2B hetzelfde als voor B2C, met dien verstande dat de Ontvanger nu een zakelijke partij is. Deze partij heeft andere wensen met betrekking tot de factuurontvangst dan de consument. De overige aspecten zijn niet anders en voor deze informatie verwijzen we dan ook naar paragraaf 4.3.1.

In de B2B context zijn de processen na ontvangst van de factuur complexer en formeler dan na ontvangst van de factuur door de consument. Facturen dienen door meerdere functionarissen gecontroleerd te worden, indien er betaald moet worden zal dit door meerdere functionarissen geaccordeerd moeten worden, en voor administratie rondom BTW-afhandeling gelden strikte eisen voor de opslag van de factuur.

Aangezien veel van deze processen geautomatiseerd ondersteund worden, zien we in de praktijk enerzijds een grote inspanning om papieren facturen bij ontvangst te digitaliseren. Dit kan door de factuur te scannen, maar ook meer geavanceerde opties, zoals Optical Character Recognition (OCR) programma's, worden ingezet. Anderzijds zien we ook nog dat het kopieerapparaat een grote rol speelt bij de interne verwerking van een papieren factuur.

Dit toont aan dat het gebruiksgemak voor de B2B Ontvanger van de papieren factuur laag is. Dit in tegenstelling tot wat hiervoor in de B2C context geldt. De kosten voor de interne verwerking van een ontvangen papieren factuur worden geschat op 15 euro per factuur. Dit biedt mogelijkheden voor efficiencyverbeteringen op dit gebied.

Websites

2020 Vision	www.2020vision.nl
BancTec	www.banctec.nl
Purchase2Pay	www.purchase2pay.nl
Simac Datacollect	www.simac.com/nl/datacollect/

4.4.2 Email met factuur

Een mogelijke route voor het realiseren van verbeteringen op dit gebied is het ontvangen van de factuur per email. Met name het intern doorrouteren en verspreiden van de factuur wordt hiermee een stuk gemakkelijker. Email kan vervolgens ook gebruikt worden voor het ontvangen van de goedkeuringen van de factuur en ook voor de betaling. De flexibiliteit van email maakt dat elk bedrijf en elke afdeling daarbinnen zijn eigen proces kan hanteren, zonder dat dit wordt bepaald door de (on)mogelijkheden van een ERP of financieel softwarepakket.

Overige aspecten van de email met factuur zijn voor B2B gelijk aan B2C. Deze informatie is beschreven in paragraaf 4.3.2

Websites

Edmond R&D	www.edmond.nl
Tie Holding	www.tie.nl

4.5 Voorwaardelijk bereik, B2C

4.5.1 Privver

Algemene omschrijving

Privver is in Nederland het eerste en enige initiatief voor een 3rd party consolidator portal in de B2C context. Dit initiatief is genomen door TNT Post en kwam op de markt in 1999. Consumenten moeten zich eerst inschrijven bij Privver en vervolgens een 'opt in' nemen bij op een documentstroom van een deelnemende Verzender. Nadat de consument is geaccepteerd voor deze stroom zal de Verzender de post niet meer fysiek afleveren maar in de digitale postbus van betreffende klant op de Privver portal. De consument kan zijn ontvangen facturen hier bekijken en eventueel betalen via een eenmalige incasso die hij

online verstrekt. Deze optie is pas in een later stadium toegevoegd en wordt iAccept genoemd. Privver heeft momenteel 19 deelnemende Verzenders en ruim 130.000 deelnemende consumenten.

Transactiecontexten

Privver is met name geschikt voor het ontvangen van facturen die op regelmatige basis worden toegestuurd en waarvan het bedrag niet ter discussie staat. Dit komt sterk overeen met de facturen waarvoor automatische incasso de meest geschikte betaalmethode is. Privver kan dan gezien worden als de portal waarop de consument digitaal zijn factuurmeldingen op ontvangt en bewaart. Privver kan ook gebruikt worden voor facturen waarvan de klant de hoogte van het factuurbedrag wil controleren alsmede zelf het moment van betalen wil bepalen. Dit vereist wel dat de klant op regelmatige basis inlogt op de Privver portal.

Geschikte betaalmethodes

Privver is te gebruiken in combinatie met automatische incasso bij de Verzender. Voor overige facturen biedt de site alleen de optie iAccept om facturen te betalen. Deze optie is een eenmalige Incasso/Machtiging die aan Privver gegeven wordt.

Bereik

Het bereik van Privver is beperkt tot de consumenten die zich bij Privver hebben aangemeld en ingeschreven. Dit zijn ruim 130.000 consumenten. Voor consumenten is het besluit tot deelname onder andere afhankelijk van de deelname van voor hun relevante Verzenders. Ook dit is beperkt. Er zijn 19 Verzenders die facturen verzenden via Privver.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

Zoals we hierboven zagen biedt Privver niet echt additioneel gebruiksgemak ten opzichte van de papieren factuur. Dit geldt voor de facturen die nog betaald moeten worden maar ook voor de facturen die reeds betaald worden via automatische incasso. Privver is de ontvang- en bewaarplek voor de facturen en dat betekent dat een klant telkens de Privver site moet bezoeken en hierop inloggen om zijn facturen te bekijken.

Daarnaast vormen de extra inspanningen die gepaard gaan met het inschrijfproces en 'opt-in'-proces behoorlijke belemmeringen voor de klant. Deze belemmeringen aan de consumentkant zorgen ervoor dat het feitelijke bereik voor Verzenders beperkt blijft, waardoor deze niet snel zullen deelnemen. Dit op zijn beurt zorgt ervoor dat de klant slechts een beperkt aantal van zijn leveranciers via Privver zou kunnen ontsluiten. Deze 'kip-ei' problematiek blijkt niet eenvoudig te doorbreken.

Timing en aflevergaranties

Privver facturen worden direct afgeleverd na verzending. Echter hierbij is niet zozeer het ontvangstmoment van belang, maar het moment waarop de Ontvanger de factuur zal zien. Dit hangt volledig af van hoe vaak de consument de Privver portal zal bezoeken.

Vereisten voor de Verzender

De Verzender moet zich voor Privver aansluiten bij TNT Post. TNT Post biedt hiervoor de dienst Digitale Brievenbus. Privver als zodanig wordt niet meer echt gepromoot. Via Digitale Brievenbus wordt tegenwoordig ook ontsluiting naar Rabo Notabox van Rabobank geboden. Op termijn zal dit ook gelden voor de Standaard Digitale Nota versies van andere banken. Meer informatie over Standaard Digitale Nota in paragraaf 4.5.2.

Implementatie

Tussen Verzender en de Privver portal dient een technische aansluiting geïmplementeerd te worden. Hiervoor biedt TNT Post steun en standaard documentatie. Goed om te realiseren is dat er nagedacht moet worden over een 'fall-back' scenario. Meestal zal dit een 'fall-back' zijn naar de papieren factuur. Dit vereist samenwerking met een print+mail dienstverlener. Rondom Privver en TNT Post is Cendris de partij die dit kan aanbieden. Dit betekent dat beide stromen (Privver en papier) via één aansluiting afgehandeld worden. Deze aansluiting kan dan ook gebruikt worden voor aflevering van Standaard Digitale Nota.

Kosten

TNT Post biedt geen specifieke kosten informatie voor factureren via Privver. Zoals hierboven aangegeven zal de ontsluiting via Privver onderdeel uitmaken van een compleet pakket met diverse stromen. TNT Post stelt dat factureren via Privver een kostenbesparing oplevert van 50% tot 70% (in de directe kosten) ten opzichte van deze factuur op papier en verstuurd via post.

Websites

Privver www.privver.nl

4.5.2 Standaard Digitale Nota

Algemene omschrijving

'Standaard Digitale nota' is een initiatief van de drie grootste consumentenbanken in Nederland (Rabobank, ABN AMRO en Postbank) voor het ontwikkelen van een interbancaire standaard om hun klanten de mogelijkheid te bieden elektronische facturen te ontvangen als onderdeel van internetbankieren. Omdat de consument deze facturen bekijkt binnen de reguliere internetbankieromgeving kan hij de factuur meteen betalen binnen de hem vertrouwde omgeving. Dit werkt hetzelfde als bij een online overboeking. Het enige verschil is dat de gegevens al van tevoren zijn ingevuld en niet door de klant handmatig hoeven te worden overgezet.

Dit initiatief is gestart door Rabobank, die daarbij gebruik maakte van Privver, zie paragraaf 4.5.1. Voortbouwend op Privver heeft de Rabobank zijn eigen versie van de digitale mailbox ontwikkeld en die vervolgens geïntegreerd in de eigen internetbank-applicatie. Deze dienst, die 'Notabox' heet, werd in februari 2006 gelanceerd. Aan het eind van 2006 zijn er een paar grote bedrijven die op vaste tijden rekeningen versturen, die gebruik maken van deze dienst. Onder hen bevinden zich grote home shopping organisaties zoals Neckermann en Quelle.

Parallel aan de ontwikkeling van de 'Notabox' werkte de Rabobank samen met de twee andere Nederlandse banken aan de ontwikkeling van een standaard voor de 'digitale nota'. Op deze wijze kunnen ook de andere banken hun eigen versie van de Standaard Digitale Nota dienst ontwikkelen en aanbieden aan hun bankrekeninghouders. Op basis van deze generieke standaard hoeven Verzenders zich aan te sluiten bij slechts één Billing Service Provider (BSP) om de consumenten van deze drie banken te kunnen bereiken (aangenomen dat deze BSP is gekoppeld aan alle banken). Naar verwachting zullen ABN AMRO en ING/Postbank hun 'Standaard Digitale Nota' dienst in de loop van 2007 lanceren.

Transactiecontexten

Standaard Digitale Nota is met name geschikt voor het ontvangen van facturen waarbij er geen directe betaalactie nodig is. Op een later tijdstip kunnen digitale nota's worden bekeken en afgehandeld. Dit kunnen facturen zijn die betaald worden via automatische incasso of waarbij de consument zelf het moment van betaling in de hand wil houden. Voor leveranciers bestaat het risico dat consumenten overstappen van automatische incasso naar zelf te initiëren online overboeking.

Deze context komt sterk overeen met de context waarin Privver toegepast wordt. Echter bij de Standaard Digitale Nota is de betaling geïntegreerd in de Online Banking portal. Hierdoor kan de consument deze betalingen inplannen en meerdere betalingen in één autorisatieprocedure uitvoeren. Maar net als bij Privver vereist deze methode dat de klant op regelmatige basis inlogt op zijn bankportal .

Geschikte betaalmethodes

Betaling van een digitale nota wordt afgehandeld door middel van een online overboeking. De betaaldetails worden automatisch overgenomen in het online overboekingformulier, hetgeen de foutkans beperkt. De opties die de Online Banking portal biedt voor online overboekingen zijn ook bij de betaling van de Standaard Digitale Nota beschikbaar.

Bereik

Het bereik van de Standaard Digitale Nota is beperkt tot de consumenten die meedoen aan internetbankieren. Vooral nog is dit beperkt tot de internetbankierende klanten van Rabobank. Naar verwachting zal dit in de loop van 2007 uitgebreid worden met ABN AMRO en ING/Postbank.

Consument die internetbankieren bij één van de banken die deelnemen aan de Standaard Digitale Nota kunnen ervoor kiezen digitale rekeningen in hun internetbankieromgeving te ontvangen. Naast deze generieke keuze moet de klant zich voor elk bedrijf op basis van een 'opt-in' opgeven. Bedrijven kunnen hun klanten alleen digitale rekeningen toesturen wanneer die klanten daarvoor toestemming hebben gegeven. Het feitelijke bereik wordt dus bepaald door het aantal 'opt-ins' dat een Verzender heeft. Op dit moment kan de klant deze 'opt-in' alleen binnen de Online Banking portal regelen. Hij moet hiervoor zijn klantnummer (en/of andere details) invoeren van het desbetreffende bedrijf waarvan hij digitale rekeningen wil ontvangen. Hoogstwaarschijnlijk zal de klant in de toekomst de mogelijkheid krijgen om zijn toestemming rechtstreeks aan het bedrijf te geven, zoals bijvoorbeeld nu al het geval is bij periodieke incasso's.

De aantrekkelijkheid van klanten om mee te doen, hangt af van het aantal relevante Verzendders dat meedoet, net als bij Privver. Op dit moment zijn er ruim 36 Verzendders aangesloten op de Standaard Digitale Nota, waaronder de grootste mail-order organisaties en zorgverzekeraars van Nederland.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

De Ontvanger zal telkens zijn Online Banking portal moeten bezoeken en hierop inloggen om zijn facturen te raadplegen. Daarnaast vormen de extra inspanningen die gepaard gaan met het 'opt-in'-proces behoorlijke belemmeringen voor de klant. In dit opzicht is het gebruiksgemak vergelijkbaar met Privver.

Ten aanzien van betalen is het gebruiksgemak wel sterk verbeterd aangezien het betalen geïntegreerd is met de functionaliteit van online bankieren. Gegevens hoeven dus niet overgetikt te worden en betalingen kunnen ingepland worden en in batch geautoriseerd worden.

Timing en aflevergaranties

Standaard Digitale Nota facturen worden direct afgeleverd na verzending. Echter hierbij is niet zozeer het ontvangstmoment van belang, maar het moment waarop de Ontvanger de factuur zal zien. Dit hangt volledig af van hoe vaak de consument de Online Banking portal zal bezoeken. Indien de betaling van de factuur hiervan afhankelijk is, zullen Verzenders waarschijnlijk hun klanten per email erop willen wijzen dat de Standaard Digitale Nota verstuurd is en klaar staat in hun online bankportal.

Vereisten voor de Verzender

Een bedrijf dat digitale nota's wil versturen moet een overeenkomst aangaan met een Billing Service Provider (BSP). De BSP verzamelt de informatie over de factuur bij het bedrijf en verstuurt die naar de deelnemende banken, die de digitale facturen in de internetbankier omgeving tonen.

Implementatie

Een Verzender kan via aan BSP koppelen of direct aansluiten op elke bank portal. Belangrijk bij deze implementatie is dat de validatie van de 'opt-in' verzoeken door de Verzender moet worden gedaan o.b.v door de Verzender opgegeven kenmerken van de Ontvanger, zoals bijv. een relatienummer. Sommige BSPs leveren diensten om deze validatie te verzorgen namens de Verzender.

Als een opt-in is verkregen dan kan het aanleveren van de betaalgegevens van iedere factuur in de door de BSP gespecificeerde vorm plaatsvinden Ook hier moet nagedacht worden over een 'fall-back' scenario voor klanten die hun 'opt-in' terug trekken. Meestal zal dit een 'fall-back' zijn naar de fysieke factuur. Dit vereist samenwerking met een print+mail dienstverlener..

Kosten

Standaard Digitale Nota is op dit moment alleen commercieel beschikbaar bij de Rabobank. ABN AMRO en ING zullen deze dienst in de loop van 2007 aanbieden. De kosten worden gevormd door de BSP dienstverlening. Dat is voor iedere BSP verschillend, maar op hoofdlijnen bestaan de kostencomponenten uit aansluitkosten, maandelijkse/jaarlijkse kosten en transactiekosten.

Websites

Standaard Digitale Nota www.sdndesk.nl

ABN AMRO www.abnamro.nl/nl/zakelijk/betalen/digitale_nota/

ING/Billington www.billington.nl/tmpl2.php?menu_id=33

Bluem	www.bluem.nl/index.php?p=2_2
Rabobank	www.rabobank.nl/bedrijven/producten/betalingsverkeer/ uw_inkomende_betalingen/rabo_notabox/
TNT Post	www.tntpost.nl/zakelijk/partijen/partijen- sturen/facturen/digitalenota/

4.5.3 Biller portal van leveranciers

Algemene omschrijving

Diverse leveranciers bieden hun klanten toegang tot een zogenaamde biller portal op basis van gebruikersnaam en wachtwoord. Na inloggen kan de klant zijn persoonlijke gegevens zoals bekend bij betreffende leverancier raadplegen en eventueel administreren. Naast 'statische' gegevens als klantnummer, adresgegevens e.d., kunnen deze webpagina's ook dynamische informatie geven over status van een bestelling of verbruik van een dienst of tegoed.

Sommige leveranciers gebruiken de 'Biller portal' ook om op deze wijze de factuur te tonen aan hun klanten. Elke leverancier doet dat op zijn eigen wijze, en afhankelijk van de portal worden hierbij (online) betaalopties bij aangeboden. De online factuur laat de status zien (betaald of niet betaald) en oude, betaalde facturen kunnen bekeken worden in een archief. De meeste portals bieden hierbij de optie de factuur te printen.

Transactiecontexten

Facturen elektronisch ontsluiten via de biller portal is met name geschikt voor het ontvangen van meerdere facturen van één leverancier. Dus voor klanten die herhaal-aankopen doen bij betreffende leverancier. De leverancier en de klant hebben dus een langdurige relatie. Dit geldt uiteraard voor leveranciers die op maandelijks of anderszins regelmatige basis factureren, zoals bij leveranciers van telefoon- of televisiediensten. Maar dit geldt ook voor leveranciers waar de klant onregelmatig herhaal-aankopen doet: bijvoorbeeld bij webshops voor computerbenodigdheden of bij vliegtuigmaatschappijen. In dit laatste geval wordt meestal aan de klant de keuze gegeven om eenmalig een aankoop te doen, of om een profiel aan te maken dat hergebruikt kan worden bij de herhaal-aankopen. De meeste webshops proberen hun klanten te bewegen tot herhaal-aankopen, en een relatie met de klant op te bouwen.

Geschiede betaalmethodes

Voor betalingen die regelmatig terugkeren, bijvoorbeeld maandelijks, is automatische incasso de meest voor de hand liggende betaalmethode. Echter om de klant te bewegen een machtiging hiervoor af te geven, vereist vertrouwen van de klant in betreffende leverancier. Indien dit ontbreekt dan is het aan de leverancier om andere betaalopties aan te bieden in zijn biller portal. Sommige leveranciers die op regelmatige basis facturen kiezen in dit geval voor een eenmalige online Incasso/Machtiging. Naast de onduidelijke juridische status van een online incasso, betekent dit dat de klant elke maand deze machtiging moet herbevestigen. Hierbij ontstaat een mismatch tussen gewenste betaalgedrag en -methode. Wat nog maar sporadisch voorkomt is dat de leverancier bij facturen in zijn biller portal ook online betaalmethodes aanbiedt.

Webshops die te maken hebben met onregelmatige herhaal-aankopen (en eenmalige aankopen) bieden meestal een waaier aan betaalopties. Zij proberen het de klant zo makkelijk mogelijk te maken om zaken te doen aangezien men hoopt dat de klant terug blijft komen voor nieuwe aankopen.

Bereik

Het bereik van 'biller portals' is beperkt tot de consumenten die zich bij betreffende portal hebben aangemeld en ingeschreven. Daarnaast is van belang hoe vaak de ingeschreven consumenten terugkomen en inloggen op deze portal. De 'biller portals' concurreren op dit vlak met alle andere internetsites. Voor 'biller portals' die opereren in een transactiecontext met 'high interest', zoals bij de aankoop van nieuwe elektronica of vliegtuigtickets, en internet bankieren, is dit een minder groot probleem dan voor portals die opereren in een context met 'low interest', zoals de maandelijks energierekening.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

Het gebruiksgemak voor de Ontvanger speelt zich af op twee niveaus. Ten eerste op het niveau van aanmelden, inschrijven en inloggen op een biller portal en ten tweede op het niveau van gebruik binnen een specifieke portal.

Naarmate er meer en meer 'biller portals' ontstaan, betekent dit voor de consument dat hij zich steeds opnieuw (met grotendeels dezelfde gegevens) moet inschrijven. Vervolgens moet hij ook al zijn gebruikersnamen en wachtwoorden bij de diverse portals goed onthouden en uit elkaar houden. Deze inspanning is niet bevorderlijk voor het gebruikersgemak. We zien pogingen van Google en PayPal om de klant een soort van 'meta'-inschrijving aan te bieden die vervolgens op allerlei andere sites hergebruikt kan worden. Dit roept echter weer vragen op met betrekking tot privacy- en datarisco's. In de UK bieden vele online bankportals de optie om via inlog op hun online bankportal ook toegang tot andere bankportals te verkrijgen. Dit toont aan dat het voor de consument steeds lastiger wordt om bij te houden waar hij nu precies is ingeschreven met welke gebruikersnaam en wachtwoord combinatie.

Het gebruikersgemak binnen de portal hangt volledig af van de opzet en de mogelijkheden die de portal biedt. Er zijn portals die duidelijk en helder zijn opgezet en portals waar de interactie met de bezoeker voor verbetering vatbaar is. Over het algemeen geldt dat elke portal voor zijn eigen opzet en oplossingen kiest waardoor er geen universele klantervaring ontstaat. Wat in de ene portal vanzelf spreekt is in de ander niet te vinden of wellicht niet eens aanwezig. Ook hier geldt dat elke portal zichzelf centraal stelt, waardoor het meeste aanpassingsvermogen van de consument wordt gevraagd.

Timing en aflevergaranties

Facturen kunnen direct op de biller portal geplaatst worden. Echter van belang is: wanneer logt de klant weer in en zal hij de factuur zien. Omdat dit vaak minder frequent is dan de periode van facturatie, werken de meeste 'biller portals' met emailnotificatie. De consument ontvangt dan een email met een link naar de portal met het verzoek om aldaar de factuur te gaan bekijken. Ook hier zien we dat met name de portals die opereren in een 'low interest' context de consument met email plus link juist proberen te verleiden hun portal te bezoeken. Terwijl portals die opereren in een 'high interest' context de consument meestal per email met alle bestel- en factuurdetails sturen en de consument de keuze laten om eventueel deze informatie in de biller portal in te zien.

Vereisten voor de Verzender

De Verzender is in principe niet afhankelijk van een derde partij, maar moet er zelf voor zorgen dat zijn web- en portalinfrastructuur dusdanig is aangepast dat hij zijn biller portal kan aanbieden. Hierbij moet rekening gehouden worden met de bijbehorende organisatorische processen rondom de portal: zijn er bij inschrijving handtekeningen vereist?, wat te doen met bezoekers die hun gebruikersnaam of wachtwoord vergeten zijn?, welke hulp bieden we consumenten bij het gebruik van de portal?, etc. Voor al deze zaken kan de leverancier gebruik maken van gespecialiseerde IT-dienstverleners.

Implementatie

Zoals vermeld is het tonen van de factureren meestal slechts een onderdeel van de biller portal. Specifiek voor dit onderdeel is van belang hoe de betaling van de factuur en de archivering van de factuur is georganiseerd. Wat is de juridische geldigheid van deze factuurvorm in combinatie met de geldende leveringsvoorwaarden in betreffende bedrijfstak? Kan de factuur niet (achteraf) gemanipuleerd worden? Is er een alternatief voorhanden voor consumenten die de factuur ook in fysieke vorm willen hebben? Deze overwegingen moeten meegenomen worden bij de implementatie.

Kosten

Kosten per te verzenden factuur zijn in deze context niet op generiek niveau te geven. Ten eerste omdat de factuurverspreiding onderdeel uitmaakt van een biller portal die in meerdere taken voorziet dan alleen het tonen van de factuur. De kostentoewijzing aan dit onderdeel zal per bedrijf verschillen. Ten tweede omdat per leverancier de mogelijkheden om deze factuurmethode in te zetten verschillen en er per implementatie andere keuzes worden gemaakt. Dit maakt het dat elke implementatie uniek is en elke implementatie zijn eigen 'business case' kent die de ermee gemoeide investeringen moet rechtvaardigen.

4.6 Voorwaardelijk bereik, B2B

4.6.1 Procurement Portals

Algemene omschrijving

Procurement portals zijn 3rd party portals in de B2B context. Vaak zijn deze portals opgezet voor een specifieke bedrijfstak maar er zijn ook diverse portals die branche-overstijgend opereren. Voorbeelden zijn Ariba en OB10. Ariba biedt een keur van online dienstverlening rondom inkoop- en uitgavenmanagement, factureer- en betaaldiensten, en sourcing en leveranciersmanagement. Factureren is dus onderdeel van een breder pallet aan diensten. OB10 is juist gefocussed op factureren en daaraan gerelateerd debit- en creditmanagement.

Verzenders alsmede Ontvangers dienen zich bij een Procurement portal aan te sluiten om eraan deel te kunnen nemen. De dienstverlening en bijbehorende prijsstelling verschilt per portal.

Transactiecontexten

Procurement portals zijn met name geschikt voor bedrijven die veel en vaak inkopen. Via deze portal krijgen zij toegang tot een brede groep van potentiële leveranciers. Afhankelijk van de producten waar het om gaat is het van meer of minder belang om een strategische relatie met betreffende leverancier te onderhouden. Procurement portals met een brede opzet worden vooral gebruikt voor goederen waarbij dit belang minder groot is. Het gaat inkopers dan vooral om toegang tot meerdere leverancier en de optie om snel zaken te kunnen doen. Inkooptransacties waarbij strategische relaties van belang zijn ontstaan meestal buiten een Procurement portal om. Nadat de relatie contractueel is vastgelegd kan in deze context een Procurement portal worden ingezet om de operationele processen van bestellen, leveren, factureren en betalen te ondersteunen. In deze context passen de portals die zich specifiek hierop richten.

Geschikte betaalmethodes

Procurement portals bieden zelf geen betaalmethodes, wel kunnen ze ondersteuning bieden bij het interne autorisatieproces om een factuur en bijbehorende betaling te valideren. Daarnaast bieden ze ondersteuning rondom cash management en debiteuren- en crediteurenbeheer. De betaalmethodes die een Ontvanger van facturen reeds gebruikt, kunnen nog steeds ingezet worden.

Bereik

Het bereik van de Procurement portal wordt volledig bepaald door het aantal deelnemende Verzenders en Ontvangers van de portal.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

Procurement portals bieden in sommige gevallen ondersteuning bij het interne autorisatieproces zoals dit plaatsvindt bij de Ontvanger. Echter meestal is dit toch een proces dat de Ontvanger intern zal organiseren waarbij deze niet afhankelijk wil zijn van een ASP dienst. Voor de Ontvanger liggen de redenen om een Procurement portal te gebruiken voornamelijk op het vlak van toegang tot alternatieve leveranciers en operationele ondersteuning van het bestel- en leverproces. Een procurement portal zal dus vooral op deze punten onderscheidend moeten zijn.

Timing en aflevergaranties

De meeste Procurement portals geven aflevergaranties voor de facturen die via betreffende portal worden uitgewisseld. Dit biedt de Verzender extra zekerheid ten opzichte van emailverzending. Het is aan de Ontvangende partij hoe snel de ontvangen factuur verder wordt verwerkt en betaald.

Vereisten voor de Verzender

Zowel de Verzender als de Ontvanger moet zich aanmelden en inschrijven voor deelname aan een Procurement portal. De criteria die hiervoor gelden, verschillen per portal. Naast contractuele acceptatie zal er ook een technische aansluiting plaats moeten vinden. De meeste Procurement portals werken hiervoor op basis van open standaarden als XML of EDI. De aansluiting kan relatief eenvoudig zijn, mits de interne systemen van de deelnemer voorbereid zijn op het werken met deze standaarden.

Implementatie

Deelnemers moeten aangesloten worden op de Procurement portal. De meeste portals bieden hiervoor ondersteuning en supportdocumentatie. Daarnaast zijn er IT-leveranciers actief die

op dit vlak gespecialiseerde dienstverlening aanbieden. Voor implementatie is niet alleen de support tijdens het aansluiten van belang maar ook in de fase daarna. Bovendien is het goed om na te gaan hoe omgegaan wordt met (non-)availability van de portal en hierover afspraken te maken.

Kosten

De kosten van deelname verschillen per Procurement portal. Meestal is er sprake van maandelijkse abonnementskosten. Soms wordt afgerekend op basis van daadwerkelijk gebruik. Daarnaast kunnen er eenmalig inschrijf- of aansluitkosten in rekening worden gebracht. De kosten voor het realiseren van de technische aansluiting liggen bij de deelnemer.

Websites

Ariba	www.ariba.com
Burns	www.burnsecs.com
OB10	www.ob10.com , www.ob10.nl

4.6.2 Purchase portals

Algemene omschrijving

Grote inkopers, en dus grote Ontvangers van facturen, bieden hun leveranciers toegang tot een eigen zogenaamde Purchase portal. Alleen gecontracteerde leveranciers mogen en moeten van deze portal gebruik maken om zaken te kunnen doen met betreffende inkopende partij. Purchase portals worden dus met name gebruikt door inkopers die machtig genoeg zijn om dit te kunnen afdwingen. Facturen uitwisseling is hierbij een onderdeel van het totale inkoop-, bestel-, leverings- en factureringsproces.

Transactiecontexten

Facturen elektronisch ontsluiten via een Purchase portal is met name geschikt voor de Ontvanger van vele facturen. Deze partij moet al deze factureren intern verwerken en afhandelen. Indien de ontvangst op (voor hem) gestandaardiseerde wijze binnen de Purchase portal plaatsvindt dan kan dit proces efficiënter en doelmatiger georganiseerd worden. Bovendien heeft de inkopende partij controle over de leveranciers die hij toelaat op zijn Purchase portal. Deze wijze van factureren wordt dus met name toegepast tussen grote inkopende partijen en hun vertrouwde en gecontracteerde leveranciers.

Geschikte betaalmethodes

De portal ondersteunt de Ontvanger bij het verwerken van de grote aantallen inkomende factureren. Dit is inclusief het valideren van de factuur en het autoriseren van de betaling ervan. De betaalmethode zelf zal nog steeds een zelf geïnitieerde overboeking zijn. Dit kan geautomatiseerd worden door rechtstreekse aansluiting op de interbancaire infrastructuur, maar dit is alleen weggelegd voor de zeer grote ondernemingen. Voor andere ondernemingen is de gebruikte betaalmethode afhankelijk van de opties van het gebruikte financiële softwarepakket en/of van de zakelijke online bankportal.

Bereik

Het bereik van de Purchase portal wordt volledig bepaald door de Ontvanger. Het bereik vanuit het gezichtspunt van de leverancier, de Verzender, is in dit geval per definitie slechts één partij. Zoals gezegd is deze partij van zulk groot belang, dat leveranciers toch een aansluiting op dergelijke portals wensen. Voor leveranciers kan dit betekenen dat zij meerdere aansluitingen moeten onderhouden.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

De reden voor het opzetten van een Purchase portal is juist gelegen in het realiseren van meer gebruiksgemak voor de Ontvanger. De ontvangst van factureren is voor deze partij gestandaardiseerd en onafhankelijk van de Verzender van de factuur. Derhalve kan de Ontvanger de processen in zijn purchase-to-pay proces hierop stroomlijnen. De mate van gemak die hierbij voor de medewerkers wordt gerealiseerd, ligt dus in de handen van de Ontvanger zelf.

Timing en aflevergaranties

Door gebruik te maken van een Purchase portal heeft de Verzender meestal de garantie dat de elektronische factuur daadwerkelijk wordt afgeleverd. Het is vervolgens aan de Ontvangende partij hoe snel de ontvangen factuur verder wordt verwerkt en betaald.

Vereisten voor de Verzender

De Verzender zal alleen toegelaten worden op de Purchase portal als hij hierover (contractuele) afspraken heeft vastgelegd met de Ontvanger. Naast contractuele acceptatie zal er ook een technische aansluiting plaats moeten vinden. Meestal werkt een Purchase portal hiervoor op basis van open standaarden als XML of EDI. Een enkele aansluiting kan relatief eenvoudig zijn, echter Verzendders die aangesloten zijn op meerdere Purchase portals zullen meerdere verbindingen moeten onderhouden.

Implementatie

De issue met betrekking tot implementatie verschillen per Purchase portal. Dit is afhankelijk van de ondersteuning en documentatie die de aanbieder van de Purchase portal biedt. In sommige gevallen zal deze partij hierbij verwijzen naar externe IT-leveranciers die op dit vlak gespecialiseerde dienstverlening aanbieden.

Kosten

De kosten voor een Verzender om deel te nemen aan een Purchase portal worden volledig bepaald door de aanbieder van betreffende portal. In de praktijk varieert dit enorm, afhankelijk van het beleid en de opstelling van de aanbieder.

4.6.3 P-Cards

Algemene omschrijving

Purchase Cards oftewel P-Cards zijn in feite creditcards die toegepast worden binnen een gesloten gebruikersgroep. Net als met de Purchase portal is deze gesloten gebruikersgroep geconcentreerd rondom een bepaalde inkopende partij die werkt met diverse leveranciers. Het werken met de P-Card vergemakkelijkt voor betreffende partij de administratieve stromen en controles rondom bestellingen, leveringen, facturatie en betalingen.

Om de P-Card te kunnen gebruiken sluit deze partij een overeenkomst met een P-Card service provider. Vervolgens kan hij de P-Card uitgeven aan zijn eigen medewerkers die geautoriseerd zijn om orders te plaatsen, aan te nemen en goed te keuren voor betaling. Deze P-Card kan door de betreffende medewerker alleen gebruikt worden bij specifieke leveranciers. Hieraan kunnen ook bepaalde budgetten gekoppeld worden. Deze regels worden vastgelegd in de systemen van de P-Card leverancier. Vanuit de inkopende partij bezien, is een P-card feitelijk een unieke crediteurennummer, zowel uniek naar leverancier als naar de medewerker die inkoopt. Door eigenschappen aan dit nummer toe te kennen (o.a. limieten, geldigheid) kan het inkoopproces worden beheerst.

Leveranciers moeten bij het afleveren van hun goederen en/of diensten ervoor zorgen dat de medewerker met betreffende P-Card een akkoord geeft op de aflevering. Op basis van deze goedkeuring kunnen zij hun levering factureren. In deze context lijkt factureren sterk op declareren. Deze facturatie- of declaratiestroom kan de Ontvanger achteraf controleren met de gegevens zoals vastgelegd in de systemen van de P-Card leverancier ten tijde van de transactie. Hieruit blijkt dat deze manier van verrekening grotendeels gebaseerd is op onderling vertrouwen tussen de betrokken partijen.

De P-Card kan daadwerkelijk een fysieke kaart zijn maar dit is niet noodzakelijk. Het gaat met name om het P-Card nummer. Dit nummer verzorgt de verbinding tussen bestellingen en

leveringen enerzijds en facturen en betalingen anderzijds. Hierdoor wordt het reconciliatieproces gestroomlijnd en kunnen additionele controlemechanismen op bestellen en betalen ingebouwd worden. Dus alleen het nummer plus een accordering van de nummerhouder vastleggen tijdens de transactie is in principe voldoende. De ontvangende partij oftewel de afnemer van de P-Card dienst heeft de mogelijkheid om dit uit te breiden met een fysieke kaart en eventueel met een kaartterminal ten behoeve van autorisaties.

Transactiecontexten

Er zijn diverse varianten van de P-Card mogelijk. Naast de grote inkoper die met een beperkte set van preferente leveranciers werkt, kan de P-Card bijvoorbeeld ook ingezet worden door een Verzender. Hierbij voorziet de Verzender de medewerkers van de ontvangende partij van een P-Card. Deze dient dan gebruikt te worden bij elke aflevering van deze Verzender bij zijn vele afnemers. Op basis hiervan kan de Verzender makkelijk zijn factureren opstellen en alvast voor de Ontvanger correleren met specifieke, goedgekeurde leveringen.

Cruciaal blijft in dit concept dat het gaat om een gesloten gebruikersgroep die opereert op basis van onderling vertrouwen. P-Cards worden in de VS en UK veelvuldig toegepast. In Nederland is dit relatief minder.

Geschiede betaalmethodes

De betaling wordt ook door het P-card systeem geregeld. De inkopende partij ontvangt één factuur met daarbij alle benodigde informatie voor verdere verwerking. Deze wordt via het reguliere betaalcircuit van het bedrijf betaald, vaak met een overschrijving. Het P-card systeem betaalt de leveranciers uit.

Bereik

P-Cards werken op basis van het creditcard schemes en infrastructuren en theoretisch kan dit door iedereen die mee wil doen gebruikt worden. De crux van P-Cards is echter dat de Ontvanger, oftewel de kopende partij, de partijen waarbij gekocht wordt kan limiteren tot een eigen set van leveranciers. Derhalve is het bereik per toepassing beperkt tot betreffende inkoper en zijn gecontracteerde leveranciers.

Gebruiksgemak voor de Ontvanger

Het gemak voor de Ontvanger zit met name rondom het interne autorisatieproces voor bestellen en afleveren, en reconciliatie en betalen. Afhankelijke van de precieze inrichting van de P-Card toepassing kan dit volledig geautomatiseerd worden. Handmatige handling wordt hiermee zoveel mogelijk voorkomen.

Timing en aflevergaranties

Het gebruik van de P-Card schrijft niet voor hoe vaak gefactureerd oftewel gedeclareerd kan worden. De P-Card is in die zin ook niet te zien als een pure factuure methode aangezien het niet bepaald hoe gefactureerd wordt qua formaat. De P-Card stelt wel regels op de dimensie van inhoud en proces. Met betrekking tot inhoud zullen de factuurregels altijd een referentie bevatten naar het bij die transactie gebruikte P-Card nummer. Op deze wijze kan de factuur eenduidig gecontroleerd worden met de gegevens in het systeem van de P-Card leverancier. De afnemer van de P-Card dienst kan tot op zekere hoogte zijn eigen proces rondom de P-Card vormgeven maar is daar in beperkt door de mogelijkheden van de systemen van de P-Card leverancier.

Vereisten voor de Verzender

Zoals vermeld wordt de P-Card toegepast in een gesloten gebruikers groep. Indien een leverancier wil meedoen aan een P-Card gebruikersgroep die door een van zijn afnemers gebruikt wordt, dan zal hij hierover contractuele afspraken met betreffende afnemer moeten maken. Na contractuele acceptatie zal hij zich vervolgens ook aan betreffende P-Card proces moeten conformeren.

De partij die gebruik wil maken van de P-Card dienst, hetgeen zowel een Ontvanger als Verzender kan zijn, zal deze dienst van een P-Card service provider moeten afnemen. P-Card service providers in Nederland bieden hun dienst meestal aan op basis van de creditcardsystemen van Amex, MasterCard of VISA.

Implementatie

De implementatie van een P-Card dienst kan snel en eenvoudig plaats vinden omdat er gebruik wordt gemaakt van bestaande creditcardsystemen. De voornaamste taak zal zijn om de P-Card procedure in te bedden in de lopende procedures binnen het 'Purchase2Pay' proces. Indien er additionele vereisten zijn rondom het inzetten van een fysieke kaart en elektronische kaartlezers dan zal de implementatie meer voeten in de aarde hebben.

Kosten

De kostenstructuur voor het gebruik van P-Cards is vergelijkbaar met de kostenstructuur van creditcard gebruik. Dit betekent dat er per transactie een percentage van het transactiebedrag als fee in rekening wordt gebracht. Alhoewel dit percentage in de regel een stuk later ligt dan bij normale creditcards, maakt dit de kostenstructuur voor deze factuure methode niet erg aantrekkelijk. P-Cards worden dan ook met name ingezet voor orders van relatief lage waarde, met name daar waar de handlingkosten rondom bestellen, leveren en betalen relatief zwaar aantikken.

Naast de kosten per transactie kunnen er ook maandelijkse of eenmalige set-up kosten in rekening worden gebracht. Dit is afhankelijk van de P-Card service provider. De kosten voor implementatie liggen bij de partij die de P-Card dienst wil inzetten.

Websites

ABN AMRO	www.abnamro.nl
American Express	www.americanexpress.com
Difas P-Card	www.difas.nl

5 Billing Service Providers

5.1 Algemeen

In dit hoofdstuk worden de meest relevante Billing Service Providers (BSPs) in Nederland naast elkaar gezet om een overzicht te bieden van de BSP markt. De informatie over de BSPs is gebaseerd op informatie zoals deze ten tijde van het opstellen publiekelijk beschikbaar was.

De dienstverlening die BSPs bieden varieert sterk. Dit wordt sterk bepaald door de oorsprong van betreffende BSP en het domein waarop de BSP gericht is. Het loont daarom om eerst stil te staan bij de belangrijkste dimensies van een BSP.

5.2 BSP dimensies

BSPs vervullen een dienstverlenende rol in één of meerdere factuuremethodes. De voornaamste taak van een BSP is een consoliderende rol voor de Verzender en het ontsluiten van meerdere factuuremethodes of meerdere aggregators ('issuers') binnen één factuuremethode. Hierdoor kan de Verzender met één aansluiting een zo groot mogelijk bereik naar Ontvangers realiseren. In de B2B context kan deze taak ook gespiegeld aangeboden worden: de Ontvanger kan door middel van één BSP aansluiting een zo groot mogelijk bereik naar Verzendders realiseren. Zoals we in paragraaf 2.7.1 zagen is er geen dominant model met duidelijke rolverdeling aanwezig in de wereld van factureren. Dit betekent ook dat de rol van de BSP sterk kan verschillen. In sommige gevallen is de BSP niet alleen een ondersteunende partij maar is tegelijkertijd ook de consoliderende (acquiring) en/of aggregerende (issuing) partij. In andere gevallen biedt de BSP toegang tot een factuuremethode waarvan hijzelf de aanbieder is.

Naast de rol die de BSP speelt is van groot belang welk bereik de BSP kan bewerkstelligen. Dit raakt de kern van de toegevoegde waarde van de BSP. Dit is weer afhankelijk van de factuuremethodes die de BSP ontsluit. Belangrijk aspect hierbij is of de BSP toegang biedt tot meerdere methodes en of de klant van de BSP kan sturen welke methode ingezet wordt.

Echter in de praktijk bieden de meeste BSPs, afhankelijk van hun achtergrond, vooral een keur aan additionele dienstverlening rond een beperkt aantal en soms zelfs een enkele factuuremethode, Vaak gaat het dan om dienstverlening rondom factuurhandling (in geval van fysiek factureren), crediteuren- en/of debiteurenbeheer en cashmanagement. Soms blijkt juist de specifieke, additionele dienstverlening van primair belang voor een Verzender of Ontvanger.

Belangrijkste redenen voor een Verzender (of Ontvanger) om zaken te doen met een BSP zijn:

- Het uitbesteden van de handling van de papieren factuur.
- Via een enkele technische aansluiting toegang krijgen tot meerdere factuureermethodes die door meerdere aanbieders aan consumenten worden aangeboden.
- Via een enkele technische aansluiting toegang krijgen tot meerdere consolidators, en dus meerdere consumenten, van een en dezelfde factuureermethode.
- Rapportage rondom factureren en betalingen organiseren rondom één administratieve aansluiting.
- Toegang tot specialistische kennis rondom het toepassen van een of meerdere factuureermethodes.
- Uitbesteden van klantendatabase-beheer, CRM
- Uitbesteden van debiteuren- en/of crediteurenbeheer.
- Uitbesteden van cashmanagement.

5.3 BSP overzicht

Gebaseerd op bovenstaande dimensies presenteren we per leverancier een overzichtstabel hiervan. Elke BSP zal in dit formaat aan bod komen zodat ze eenvoudig te vergelijken zijn op de belangrijkste dimensies. De volgende BSPs worden in dit rapport behandeld:

- AcceptEmail
- Addcomm Direct
- Anachron (INGIS)
- Billington
- Bluem
- Cendris
- Getronics PinkRocade
- Maxcredible
- Purchase2Pay / CertiPost
- Rotaform
- ScanLaser
- ST Solutions
- Van Kesteren / Famed

5.3.1 AcceptEmail

Website	www.acceptemail.com
Demo	www.acceptemail.com/pages/demo-versturen.html
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	B2C
– Rol	Aanbieder van factuureermethode
Factuureermethodes	
– Primair	AcceptEmail
– Fallback	Geen
– Gerelateerde betaalmethodes	iDEAL, andere opties zijn mogelijk
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met een emailadres
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Nederland, elk ander land mogelijk, internationaal mogelijk
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Ja
– Datauitwisseling	XML, SOAP
– Ondersteuning	Documentatie en technische support
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Nee
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	Geen

5.3.2 Addcomm Direct

Website	www.addcomm.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	B2C
– Rol	Print&Mail, Fulfillment, E-diensten
Factureermethodes	
– Primair	Print&Mail, Standaard Digitale Nota, Factuur in email
– Fallback	Maatwerk voor de klant
– Gerelateerde betaalmethodes	Afhankelijk van factuuremethode
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met postadres. Verder afhankelijk van factuuremethode
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Nederland
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Nee
– Datauitwisseling	Elke elektronisch formaat
– Ondersteuning	IT-services onderdeel van dienstverlening
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Ja
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	IT-services, emailmarketing, inkoop van drukwerk, logistieke services, advies en projectbeheer, outsourcing van document productie en verzending

5.3.3 Anachron (INGIS)

Website	www.anachron.com
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	Beide
– Rol	Elektronische documenten uitwisseling als ASP
Factureermethodes	
– Primair	Billier Portal, Standaard Digitale Nota
– Fallback	Geen
– Gerelateerde betaalmethodes	Afhankelijke van factuureermethode
Bereik en geografie	
– Bereik	Afhankelijk van factuureermethode
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Europa (18 landen)
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Ja
– Datauitwisseling	Elk elektronisch formaat
– Ondersteuning	Documentatie en support
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Nee
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	IT support

5.3.4 Billington

Website	www.billington.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	Beide
– Rol	Elektronische factuur en waardedocumenten verzending als ASP
Factureermethodes	
– Primair	Standaard Digitale Nota, AcceptEmail, Biller Portal
– Fallback	Print&Mail via partners (Getronics PinkRoccade)
– Gerelateerde betaalmethodes	iDEAL of geïntegreerd in bankportal
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met toegang tot biller- of bankportal, of met emailadres
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Nederland
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Ja
– Datauitwisseling	Elk elektronisch formaat
– Ondersteuning	Documentatie en support
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Ja, via partners (Getronics PinkRoccade)
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	Emailnotificatie, SMS-notificatie, elektronische handtekening, hosting van facturomgeving

5.3.5 Bluem

Website	www.bluem.nl
Focus en rol – B2C / B2B / beide – Rol	B2C Elektronische documenten uitwisseling, beschikbaar via ASP/outsourcing of software.
Factureermethodes – Primair – Fallback – Gerelateerde betaalmethodes	Biller portal, Standaard Digitale Nota, Factuur in email Print&Mail via partners (Addcomm) Afhankelijk van factuureermethode
Bereik en geografie – Bereik – Thuismarkt – Geografie	Afhankelijk van factuureermethode Nederland Nederland, UK
Aansluiting – Batchgewijs, offline – Batchgewijs, online – Realtime, online – Datauitwisseling – Ondersteuning	Ja Ja Ja XML, EDI, ASCII, ERP interfaces Consultancy, Support
Additionele diensten – Handling papieren factuur – Crediteurenbeheer – Debiteurenbeheer – Cashmanagement – Overige diensten	Nee Nee Nee Nee Managed Services, Implementatie, Support, e-Document expertise

5.3.6 Cendris

Website	www.cendris.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	Beide
– Rol	Print&Mail, Document Management, Communicatie Management
Factureermethodes	
– Primair	Print&Mail, Biller portal, Factuur in email
– Fallback	Maatwerk voor de klant
– Gerelateerde betaalmethodes	Afhankelijk van factuuremethode
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met postadres. Verder afhankelijk van factuuremethode
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Benelux, Engeland, Duitsland, Centraal Europa
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Ja
– Datauitwisseling	Elk elektronisch formaat
– Ondersteuning	Documentatie en support
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Ja
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	Fulfillment, Emailmarketing, Klant- en doelgroepinformatie, Data-onderhoud, Database marketing, Contact Center activiteiten (telemarketing, klantenservice, e.d.)

5.3.7 Getronics PinkRocade

Website	www.getronicspinkroccade.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	Beide
– Rol	Print&Mail, IT-outsourcing
Factureermethodes	
– Primair	Print&Mail
– Fallback	Elektronisch factureren via partners (Billington)
– Gerelateerde betaalmethodes	Acceptgiro
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met postadres.
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Nederland en andere landen via Getronics
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Nee
– Datauitwisseling	Elk elektronisch formaat
– Ondersteuning	Documentatie, support en consultancy
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Ja
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	ICT-dienstverlener, IT-outsourcing

5.3.8 MaxCredible

Website	www.maxcredible.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	Beide
– Rol	Creditmanagement, facturatie, debiteurenbeheer en incasso
Factureermethodes	
– Primair	Print&Mail, Factuur in email
– Fallback	Maatwerk voor de klant
– Gerelateerde betaalmethodes	McFactor is betalen op rekening met betalingsrisico uitbesteed aan Maxcredible
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met postadres. Verder afhankelijk van factuureermethode
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Nederland en Frankrijk, Groot-Brittannië in samenwerking met Graydon
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Nee
– Datauitwisseling	Elk elektronisch formaat
– Ondersteuning	Support
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Ja
– Crediteurenbeheer	Ja
– Debiteurenbeheer	Ja, inclusief incasso
– Cashmanagement	Maatwerk voor de klant
– Overige diensten	Klantenacceptatie (creditscoring), juridisch incasso

5.3.9 Purchase2Pay / CertiPost

Website	www.purchase2pay.com / www.certipost.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	Beide
– Rol	Elektronisch factureren via CertiPost, inkoop- en factuurverwerking als ASP
Factureermethodes	
– Primair	Email via CertiONE platform
– Fallback	Geen
– Gerelateerde betaalmethodes	Afhankelijk van Ontvanger. Voor B2B Ontvangers ERP integratie mogelijk.
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met internet en email toegang
– Thuismarkt	België
– Geografie	Benelux, Frankrijk
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Nee
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Ja
– Datauitwisseling	XML, EDI, ASCII, iDOC, SAP, ERP interfaces
– Ondersteuning	Documentatie en support
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Nee
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	E-supply, E-delivery, E-identity, Factuurverwerking, Inkoopmanagement, ICT implementatie support

5.3.10 Rotaform

Website	www.rotaform.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	Beide
– Rol	Print&Mail, Document Management, Communicatie Management
Factureermethodes	
– Primair	Print&Mail, Biller portal, Factuur in email
– Fallback	Maatwerk voor de klant
– Gerelateerde betaalmethodes	Acceptgiro, en afhankelijk van de elektronische factuuremethode
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met postadres. Verder afhankelijk van factuuremethode
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Nederland
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Ja
– Datauitwisseling	Elk elektronisch formaat
– Ondersteuning	Project begeleiding, support en documentatie
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Ja
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	Email marketing, webresponse, content management, scannen, postkamer diensten, (beveiligd) drukwerk, logistiek, datahandling, archivering

5.3.11 ScanLaser

Website	www.scanlaser.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	B2B
– Rol	Publicatie Management
Factureermethodes	
– Primair	Print&Mail, Biller portal
– Fallback	Maatwerk voor de klant
– Gerelateerde betaalmethodes	Afhankelijk van de factuuremethode
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met een postadres of internet
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Nederland
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Ja
– Datauitwisseling	Elk elektronisch formaat
– Ondersteuning	Consultancy, support en documentatie
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Ja
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	Publishing on demand van vertrouwelijke mailings, technische documentatie, wetenschappelijke uitgave, boeken, waardepapieren, rapporten en verslagen. Vertaalmanagement. Communicatie oplossingen.

5.3.12 ST Solutions / Interfactuur

Website	www.st-solutions.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	Beide
– Rol	Billers portal, Purchase portal als ASP
Factureermethodes	
– Primair	Billers portal met notificatiemail
– Fallback	Geen
– Gerelateerde betaalmethodes	Eenmalige online incasso of automatische incasso
Bereik en geografie	
– Bereik	Afhankelijk van factuureermethode
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Nederland
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Nee
– Datauitwisseling	Elk elektronisch formaat
– Ondersteuning	Documentatie en support
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Nee
– Crediteurenbeheer	Nee
– Debiteurenbeheer	Nee
– Cashmanagement	Nee
– Overige diensten	Geen

5.3.13 Van Kesteren / Famed

Website	www.kesterengroep.nl
Focus en rol	
– B2C / B2B / beide	B2C (Zorgverlening)
– Rol	Print&Mail, Debiteurenbeheer, Incassodiensten
Factureermethodes	
– Primair	Print&Mail
– Fallback	Geen
– Gerelateerde betaalmethodes	Acceptgiro
Bereik en geografie	
– Bereik	Iedereen met een postadres
– Thuismarkt	Nederland
– Geografie	Nederland
Aansluiting	
– Batchgewijs, offline	Ja
– Batchgewijs, online	Ja
– Realtime, online	Nee
– Datauitwisseling	Elk elektronisch formaat
– Ondersteuning	Support en documentatie
Additionele diensten	
– Handling papieren factuur	Ja
– Crediteurenbeheer	Ja
– Debiteurenbeheer	Ja
– Cashmanagement	Ja
– Overige diensten	Clearinghouse, Praktijkmanagement, Contact Center voor consumenten

Bijlage 1: Achtergrondinformatie en referenties

Onderstaande links zijn gebruikt als achtergrondinformatie en gegevensbron bij het opstellen van dit rapport. Deze links kunnen geraadpleegd worden om de meest recente gegevens op te zoeken.

Internetgebruik

Internet World Stats	www.internetworldstats.com
Eurostat	www.eurostat.com <ul style="list-style-type: none"> – Overzichtspagina met statistieken: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_33076576&_dad=portal&_schema=PORTAL – Internet statistieken: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1996,45323734&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen=welcomeref&open=/&product=Yearlies_new_science_technology&depth=3
CBS	www.cbs.nl <ul style="list-style-type: none"> – Rapport met betrekking tot internet gebruik in Nederland: "The Digital Economy 2006": www.cbs.nl/en-gb/menu/themas/bedrijfsleven/innovatie-ict-investerings/publicaties/publicaties/2006-p38-pub.htm
Escape Reports	www.escape-reports.com

XML-standaarden

NES UBL	www.nesubl.eu
ISO	www.iso20022.org
Taxonomie Project	www.xbrl-ntp.nl
TWIST	www.twiststandards.org
Wikipedia	http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_XML_markup_languages
XBRL Nederland	www.xbrl-nederland.nl

Andere bronnen

Onderzoeks-/adviesbureaus en brancheverenigingen op het gebied van e-commerce, elektronisch betalen en elektronisch factureren.

Billentis	www.billentis.com
-----------	--

Blauw Research:	www.blauw.nl
Emota	www.emota.org
Innopay	www.innopay.com www.innopaydia.org
Multiscope:	www.multiscope.nl
Platform Elfa	www.platformelfa.nl
TNS-NIPO:	www.tns-nipo.com
Silverback:	www.silverback.nl www.factuurwijzer.nl
Thuiswinkelorg	www.thuiswinkel.org

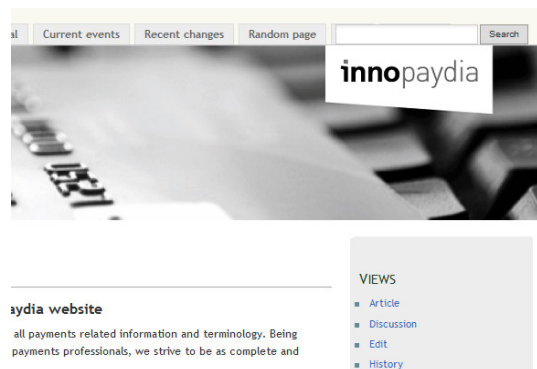
Bijlage 2: Woordenlijst

Innopaydia

Innopay heeft met 'Innopaydia' een eigen 'wikipedia' opgezet, specifiek voor achtergrondinformatie over betalen, kanalen en transactionele diensten. Alle termen in deze woordenlijst zijn ook op Innopaydia terug te vinden, incl. een eigen bronvermelding (indien van toepassing).

Experts worden uitgenodigd hier informatie aan toe te voegen en/of deze bij te houden.

www.innopaydia.org



3rd party portals

Externe derde partij, dus niet de Verzender of de Ontvanger, die de rol van aggregator en consolidator invult.

Acceptgiro

Betaalmethode waarbij de consument bij de papieren factuur een gestandaardiseerd, meestal vooraf ingevuld, overboekingsformulier ontvangt. Dit formulier hoeft alleen nog ondertekend en per post naar de bank van betreffende consument gestuurd te worden om de betaling uit te voeren.

Aggregator

Partij die alle of grote groepen Verzendders ontsluit voor de Ontvanger. Deze partij brengt de ontvangen facturen op een plek bij elkaar voor de Ontvanger. (bron: www.innopaydia.org)

ASP

Application Service Provider. Dienstverlener die toegang tot en gebruik van specifieke elektronische toepassingen biedt via een netwerk, meestal het internet. Dit betekent dat de afnemer niet zelf betreffende toepassing hoeft op te zetten en te beheren

B2B context

Business-to-business context, de context tussen zakelijke aanbieders en zakelijke afnemers.

B2C context

Business-to-consumer context, de context tussen zakelijke aanbieders en particuliere afnemers (consumenten)

Billing Service Providers

Dienstverleners die rondom het verzenden van de factuur, het innen ervan en de administratieve verwerking ervan diensten aanbieden aan Verzendders en Ontvangers.

Billing

Engelste term voor factureren, meestal gebruikt in de B2C context

BSPs

Zie Billing Service Providers.

BTW

Belasting over Toegevoegde Waarde, belasting die door de overheid opgelegd wordt bij elke transactie in de B2B en B2C context. Registratie en administratie van deze belasting is onderhevig aan wetgeving en regels van betreffende lokale overheid.

Consolidator

Partij die alle of grote groepen Ontvangers ontsluit voor de Verzender. Deze partij distribueert de te verzenden factureren vanaf één plek voor de Verzender.

Creditmanagement

Het beheer van factuur inning, openstaande facturen en de betalingsrisico's hierbij en het verwerken van ontvangen betalingen. Deze set van taken kan door een Verzender uitbesteed worden aan een BSP of specifieke dienstverlener. Hierbij kunnen betalingsrisico's overgedragen worden aan betreffende partij.

cXML

Commerce XML. Specifieke versie van XML rondom het onderwerp e-Commerce en procurement. Zie ook XML.

Dimensies

Zie Factuurdimensies

e-Bill

Engelse term voor elektronische factuur, meestal gebruikt in de B2C context.

e-Invoice

Engelse term voor elektronische factuur, meestal gebruikt in de B2B context.

e-Wallet

Elektronische beurs, dat wil zeggen een geldelijk tegoed dat centraal, online is opgeslagen en voor de gebruiker alleen op beschermde wijze toegankelijk is. Met dit tegoed kan de gebruiker online betalingen doen.

EBPP

Electronic Bill Presentment and Payment, Engelse afkorting voor het elektronisch presenteren en betalen van de factuur, meestal gebruikt in de B2C context.

ebXML

e-Business XML. Specifieke versie van XML rondom het onderwerp e-Business. Zie ook XML.

EDI

Electronic Data Interchange, standaard voor elektronische uitwisseling en transport van de factuur en zijn details.

EIPP

Electronic Invoice Presentment and Payment, Engelse afkorting voor het elektronisch presenteren en betalen van de factuur, meestal gebruikt in de B2B context.

Elektronische factuur

De factuur in elektronisch formaat. Voorbeelden van elektronische formaten zijn EDI, XML, maar ook word, pdf of html. Zie ook bij Factuur.

ERP

Enterprise Resource Planning, korte aanduiding voor softwarepakketten die een onderneming geautomatiseerde ondersteuning bieden op het vlak van voorraad- en productiebeheer, in- en verkoopmanagement, logistiek en administratie. Vaak bevatten ERP pakketten ook een financiële module die geautomatiseerde ondersteuning biedt bij het opstellen van uitgaande facturen of het verwerken van inkomende facturen.

Factoring

Engelse term voor een financiële dienst waarbij een bedrijf zijn openstaande te ontvangen gelden verkoopt tegen het totale openstaande bedrag minus een factoring fee. Dit maakt het bedrijf onafhankelijk van de conversieratio van openstaande te ontvangen gelden naar cash.

Factureermethode

Wijze, aanpak en afspraken waarop de dimensies van de factuur worden ingevuld.

Factuur

Factuur is de formele bevestiging van aankoopopdracht met daarbij vermeld de geldelijke waarde hiervan en de hierbij verschuldige belasting.

Factuurdimensies

Gezichtspunten voor het bekijken en analyseren van de factuur. Op hoofdlijnen kunnen er drie dimensies onderscheiden worden: de inhoudsdimensie, de formaatdimensie en de procesdimensie.

Financial Supply Chain

Ook wel financial logistics genoemd. Engelse term voor het gehele proces van order- of afleveringbevestigingen, inkomende en uitgaande goederenstromen, inkomende en uitgaande geldstromen, etc. Kenmerkend hierbij is dat de uitgaande stromen van de ene partij inkomende stromen voor de andere partij zijn.

FTP

File Transfer Protocol. Methode om data van een computer naar de andere te versturen via internet of een netwerk.

Fysieke factuur

De factuur in fysiek formaat. In de praktijk is dit altijd de factuur op papier. Zie ook bij Factuur.

GUI

Graphical User Interface. Soort user interface die de gebruikers in staat stelt om te communiceren met een computer en computer gestuurde eenheden die grafische iconen, visuele indicatoren en speciale grafische elementen gebruiken, naast tekst, labels of tekstnavigatie om informatie en beschikbare acties aan de gebruiker te presenteren. De gebruiker kan doorgaans acties uitvoeren door directe aansturing van grafische elementen.

HTML

HyperText Mark-up Language. De dominante opmaaktaal voor de creatie van webpagina's. Door middel van labels wordt de opmaak en structuur voor specifieke tekst- of documentelementen vastgelegd.

HTTP

HyperText Transfer Protocol. Methode om informatie te communiceren via het world wide web (internet). Oorspronkelijk opgezet voor het publiceren en opvragen van HTML pagina's.

iDEAL

Online betaalmethode waarbij de consument via een link gevraagd wordt in te loggen op zijn Online Banking portaal. Daar krijgt hij automatisch een voorgevuld online overboekingsformulier te zien waarmee hij de betaling in kwestie kan autoriseren op de wijze zoals geldt voor betreffend portaal. De partij die de betaling ontvangt krijgt in real time een bevestiging van autorisatie.

Incasso/Machtiging

Betaalmethode waarbij de consument de leverancier machtigt om éénmalig of op regelmatige basis een vooraf afgesproken bedrag af te schrijven van de rekening van de consument.

Invoicing

Engelse term voor factureren, meestal gebruikt in de B2B context

ISO

International Organisation for Standardisation. Een niet-gouvernementele organisatie die zich bezig houdt met internationale standaardisatie en normalisatie en bestaat uit vertegenwoordigers van nationale normalisatie instituten.

ISO 20022

Meta-standaard van ISO gericht op het creëren van een universeel berichtenprotocol voor financiële diensten en dienstverleners.

My Portal

Webportaal van de leverancier waarop zijn consumenten kunnen inloggen met gebruikersnaam en wachtwoord om binnen een beveiligde omgeving hun eigen profiel en informatie (inclusief openstaande en betaalde facturen) dat bij betreffende leverancier aangelegd is te bekijken en te beheren.

Online Banking portal

Webportaal van een bancaire instelling waarop hun rekeninghouders kunnen internetbankieren.

Ontvanger

De partij die de factuur in ontvangst neemt, in de regel de kopende partij.

P-Cards

Purchase Cards. Zijn credit cards die alleen binnen een gesloten groep van Ontvangers en Verzenders gebruikt kunnen worden en op deze wijze het proces rondom bestellen, afleveren, afleveraccordering en betalingsautorisatie beheersbaar en controleerbaar maken.

POS transacties

Point-of-sale transacties. Transacties die plaatsvinden op een fysieke verkooplek waarbij verkoper en koper beiden fysiek aanwezig zijn, bijvoorbeeld in een winkel of bij een marktkraam. Bij dit soort transacties vindt overeenkomst, levering en betaling gelijktijdig plaats.

Print&mail

Het aanmaken van de papieren factuur op basis van elektronische gegevens, het verzendklaar maken (in envelop stoppen, adresseren en frankeren) en het daadwerkelijk verzenden per post. Deze set van taken kan door een Verzender worden uitbesteed aan een BSP.

Procurement portal

Portals die opereren als 3rd party consolidator in de B2B context. Kenmerkend hierbij is dat zij commerciële dienstverlening kunnen bieden aan zowel Verzendders als Ontvangers.

PSP

Payment Service Providers. Dienstverlener die ontsluiting biedt naar één of meerdere betaalmethodes voor verkopende partijen die deze betaalmethodes willen aanbieden aan hun klanten. Voornamelijk actief in de wereld van online winkels.

Purchase portal

Portal van specifieke grote inkoper (Ontvanger) waarop zijn leveranciers (Verzendders) aangesloten dienen te zijn om te kunnen leveren en factureren aan betreffende inkopende partij. Het verschil met een procurement portal is dat laatstgenoemde voor zowel ontvangers als verzenders kan worden onderhouden, terwijl een purchase portal alleen door inkopers (Ontvangers) wordt opgezet.

Reconciliatie

Het met elkaar matchen van de juiste stromen met elkaar binnen de Financial Supply Chain.

SGML

Standard Generalised Mark-up Language. Platform onafhankelijke meta-standaard voor het definiëren van opmaaktalen voor documenten. Oorspronkelijk ontwikkeld om documenten leesbaar te maken voor geautomatiseerde systemen zodat deze op geautomatiseerde wijze uitgewisseld kunnen worden. Op basis van SGML ontstonden HTML en XML.

SMTP

Simple Mail Transfer Protocol. De facto standaard voor e-mail verkeer via het internet. De standaard is text-based waarin één of meer ontvangers van een boodschap worden gespecificeerd (en vaak ook geverifieerd), waarna de tekstboodschap wordt verzonden.

STP

Straight Through Processing. Engelse term voor het rechstreeks en volledig geautomatiseerd doorlopen van gegevens uit de Financial Supply Chain stromen in diverse systemen bij verschillende partijen, waarbij ook reconciliatie geautomatiseerd plaatsvindt.

UBL

Universal Business Language. Specifieke versie van XML rondom het onderwerp Financial Supply Chain (met name invoices en aankoopopdrachten). Zie ook XML.

Verzender

De partij die de factuur aanbiedt, in de regel de verkopende partij.

XBRL

Extended Business Reporting Language. Specifieke versie van XML rondom het onderwerp zakelijke, financiële rapportages. Zie ook XML.

XML

Extended Mark-up Language. Standaard voor structurering van inhoud. XML is een opmaaktaal, dat wil zeggen dat de inhoudselementen met labels benoemd worden waardoor ze herkenbaar zijn voor elke toepassing die bekend is met betreffende labels. Door afspraken te maken over een specifieke set van labels ontstaan specifieke versies van XML.