

# PERSBERICHT

## De Nederlandsche Bank lanceert campagne 'Over op IBAN'

**Amsterdam – De Nederlandsche Bank (DNB) heeft op 9 mei het startschot gegeven voor de nationale campagne 'Over op IBAN'. De campagne moet consumenten maar vooral bedrijven ervan bewust maken dat ze zich moeten voorbereiden op de overgang naar het International Bank Account Number (IBAN). Uit onderzoek van DNB blijkt dat Nederlandse bedrijven en consumenten nog weinig kennis hebben over het gebruik van IBAN als rekeningnummer. De komende periode gaan steeds meer organisaties dit rekeningnummer gebruiken voor alle binnen- en buitenlandse eurobetalingen. Vanaf 1 februari 2014 maakt iedereen alleen nog maar gebruik van IBAN voor het overschrijven van euro's.**

Zowel bij bedrijven als bij consumenten is er nog onvoldoende kennis over de overgang naar de gezamenlijke Europese betaalmarkt SEPA (Single Euro Payments Area). Uit de SEPA-monitor 'Voorjaar 2012'<sup>1</sup> blijkt dat momenteel 70% van het midden- en kleinbedrijf (MKB) en 34% van de middelgrote bedrijven zich nog niet bewust is van de impact die de overgang met zich meebrengt. Van de consumenten heeft 55% eerder iets gehoord over SEPA, zo blijkt uit het onderzoek 'Grensoverschrijdend betalen 2012'. 63% van de Nederlandse consumenten heeft wel eens gehoord van IBAN. Frank Elderson, directeur DNB: "SEPA is dichterbij dan men denkt. We voeren deze voorlichtingscampagne namens het Nationaal Forum SEPA-Migratie om consumenten en bedrijven te informeren over en voor te bereiden op deze veranderingen. Voor consumenten is het vooral van belang dat zij hun IBAN weten te vinden. Voor bedrijven is het belangrijk dat zij tijdig in actie komen om klaar te zijn voor de overgang."

Minister van Financiën Jan Kees de Jager staat achter de campagne en onderstreept het belang van een soepele overgang naar het IBAN-nummer.

### Over op IBAN

Op dit moment wordt IBAN vooral gebruikt voor buitenlandse betalingen. Uiterlijk 1 februari 2014 wordt dit nummer ook gebruikt voor alle binnenlandse betalingen. Tot die tijd is er sprake van een overgangsfase, waarbij steeds meer bedrijven en overheden IBAN gaan gebruiken. Voor consumenten is het vooral van belang dat ze weten waar ze hun IBAN kunnen vinden. Op dit moment weet 55% van de consumenten hun IBAN te vinden, zo blijkt uit het onderzoek van DNB. De consument weet minder goed het IBAN van een ander persoon of organisatie te vinden: 35% is hiervan op de hoogte. Bart Combée, directeur van de Consumentenbond: "Consumenten hoeven gelukkig niet zoveel te doen, zolang voor hen maar duidelijk is waar ze hun IBAN kunnen vinden, bijvoorbeeld op hun rekeningafschriften. Het meeste werk gebeurt de komende jaren achter de schermen, door bedrijven, banken en overheden."

---

<sup>1</sup> In de SEPA-monitor worden de volgende definities voor groepen van bedrijven gehanteerd: MKB: 1-199 werknemers, middelgrote bedrijven: 200-999 werknemers, grote bedrijven: 1000 en meer werknemers.

Over op



Houd er rekening mee.

### **IBAN-proof bedrijfsvoering**

Uit de SEPA-monitor blijkt dat 15% van het MKB en 59% van de middelgrote bedrijven inmiddels bezig is met voorbereidingen om over te gaan op IBAN, maar dat het merendeel nog niet aan de slag is. Hans Biesheuvel, voorzitter van MKB-Nederland: *“Wij adviseren bedrijven om voor de zomer een inventarisatie en een plan van aanpak te maken. Alleen dan kunnen ondernemers de veranderingen die de komst van IBAN en SEPA meebrengen voor hun organisatie tijdig doorvoeren.”* 56% van de grote bedrijven en 69% van de publieke instellingen zeggen een volledig beeld te hebben van de veranderingen die de komst van IBAN binnen de organisatie teweegbrengt.

Naast het gebruik van IBAN als rekeningnummer gaat iedereen binnen SEPA ook gebruik maken van nieuwe standaarden voor overschrijvingen en incasso's. Bedrijven zullen hun financiële, personeels- en klantenadministratie en de financiële correspondentie hierop moeten aanpassen. Ook moeten leveranciers en klanten worden ingelicht. Grotere bedrijven worden geadviseerd om de migratie aan te pakken als een programma. Een duidelijk projectplan, inclusief impactanalyse en planning is daarbij van groot belang.

### **De campagne “Over op IBAN”**

De voorlichtingscampagne 'Over op IBAN' helpt consumenten en bedrijven bij de overgang op IBAN. DNB voert de campagne namens het Nationaal Forum SEPA-migratie (NFS). De leden van het NFS hebben een nationaal migratieplan opgesteld, om de overgangperiode soepel en gefaseerd te laten verlopen. Boele Staal, voorzitter van de Nederlandse Vereniging van Banken: *“De banken ondersteunen bedrijven en consumenten zoveel mogelijk om de overgang goed te laten verlopen. Bijvoorbeeld door services als het omzetten van grote volumes rekeningnummers of het automatisch omzetten van adresboeken voor internetbankieren.”*

Door middel van advertenties, tv-commercials, bannering en de speciale campagnewebsite [www.overopIBAN.nl](http://www.overopIBAN.nl) worden consumenten en bedrijven geïnformeerd over de overgang op IBAN. Op de website is ook een speciale [toolkit voor bedrijven](#) te vinden met een checklist voor het maken van een plan van aanpak. Daarnaast biedt de toolkit voorbeeldteksten en beeldmateriaal dat bedrijven kunnen gebruiken voor hun eigen communicatie.

---

### **Noot voor de redactie**

De IBAN-migratie wordt in Nederland begeleid door het Nationaal Forum SEPA-migratie (NFS). Hierin zitten vertegenwoordigers van banken, bedrijven, consumenten, overheden, softwareleveranciers en andere organisaties. Zij maken afspraken over de migratie van de Nederlandse betaalmarkt. Het NFS is door het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (MOB) opgericht om de overgang naar IBAN/SEPA goed te organiseren met commitment van betrokken partijen. Het NFS staat onder voorzitterschap van de Nederlandsche Bank.

U vindt meer informatie op [www.overopIBAN.nl](http://www.overopIBAN.nl).

Contactpersoon: Herman Lutke Schipholt, woordvoerder DNB, tel. 06-5249 69 00  
9 mei 2012