

Payments sind ein robustes Geschäft in Krisenzeiten

Von Marcus W. Mosen



Dass sich das Geschäftsmodell der Zahlungsdienstleister in der Krise als stabil erwiesen hat, darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass ein großer Bedarf nach Veränderung besteht, so Marcus W. Mosen. Durch das Festhalten an überholten Strukturen in der deutschen Kreditwirtschaft sei die Chance zu sinnvoller Konsolidierung verpasst worden. Der regulative Druck führe jedoch zur Angleichung der nationalen Märkte. Die Nutzung der neuen Möglichkeiten zu grenzüberschreitenden Aktivitäten setze jedoch erhebliche Investitionen voraus. Red.

Die Payment-Branche erweist sich in den aktuellen Krisenzeiten weiterhin als stabil. Sie erfüllt auch in dieser angespannten Marktsituation zwei wichtige Funktionen:

- Sie leistet ihren Beitrag zur Aufrechterhaltung des Zahlungsverkehrs durch den reibungslosen Ablauf des Bezahlvorgangs am Point of Sale im Handel.
- Zum anderen garantiert sie bei der Verarbeitung eines Milliarden Transaktions- und Umsatzvolumens für den Handel ein hohes Maß an Sicherheit und Kosteneffizienz. Damit sind und bleiben Payment-Dienstleister für ihre Partner in der Retailbranche ein verlässlicher Part-

ner im harten Wettbewerb um Kunden. Die Gründe für die robuste Marktposition von Payment-Anbietern liegen auf der Hand: Die führenden Dienstleister bieten mit ihrem Geschäftsmodell dem Handel entscheidende Vorteile bei der Erzielung von Umsätzen durch den Einsatz des kartenbasierten Zahlungsverkehrs. Die Entwicklung dieses Marktsegments ist seit seiner Einführung stetig und zeigt für die Zukunft ein nachhaltiges Wachstum.

Die Payment-Branche bildet in ihrem Geschäftsmodell die Anforderungen des Retailbusiness ab. Die großen Payment-Anbieter treiben dabei Innovationen gemeinsam mit ihren Kunden im Handel und in der Finanzindustrie mit teils erheblichen Investitionen voran. Ziel dieser Investitionen ist es, das Kerngeschäft „Payments“ bei gleichzeitiger Einführung neuer Funktionalitäten noch marktgängiger, sicherer und schneller zu machen, um die Bereitschaft des Endverbrauchers zur Nutzung seiner Payment-Karten zu steigern.

Durch die wachsenden Anforderungen des Marktes wird damit auch das Pay-

ment-Processing zunehmend ein Markt für Spezialisten mit entsprechendem Know-how.

Die aktuellen politischen Regulierungsbestrebungen, wie zum Beispiel die „Single European Payment Area“ (Sepa) zur Harmonisierung von Payment-Standards, werden auch auf absehbare Zeit eine völlige Abschaffung nationaler Paymentstrukturen und -besonderheiten nicht bewirken.

Nationale Lösungen weiter gefragt

Nationale Märkte werden weiterhin von den komplexen und proprietären Zahlungsverkehrslösungen der jeweiligen nationalen Payment-Standards geprägt bleiben. Die Marktteilnehmer fühlen sich mit ihren markterprobten Lösungen weiterhin gut aufgestellt.

Insbesondere im realen Händlergeschäft wird auf die Unterstützung von markterprobten und effizienten Lösungen (zum Beispiel OLV oder Girocard in Deutschland) Wert gelegt, da diese in den händlerseitigen Geschäftsprozessen integriert sind und bleiben.

Der Payment-Brache steht zudem ein gewaltiger Wachstumsmarkt in Europa zur Verfügung: Alleine im größten europäischen Markt Deutschland weisen die

Zum Autor

Marcus W. Mosen ist Geschäftsführer der easycash Holding GmbH, Ratingen.

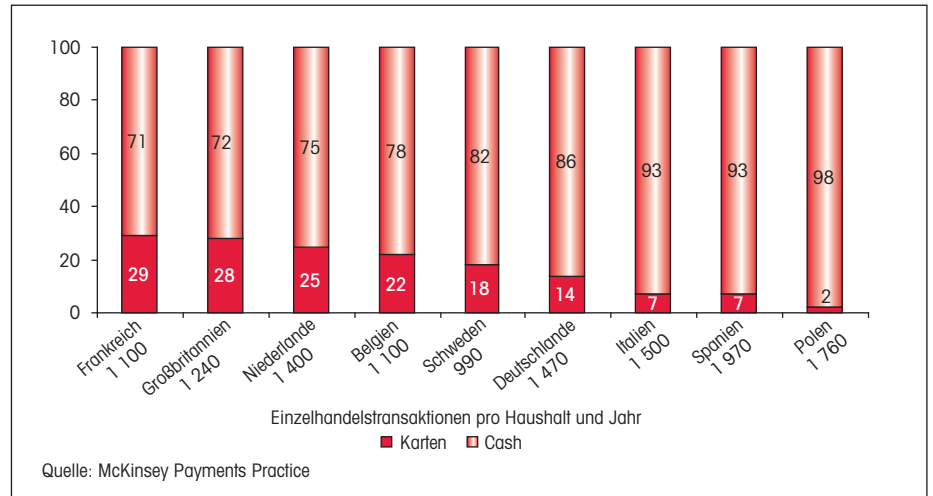
Kennzahlen mit über 50 Prozent des weiterhin mit Bargeld abgewickelten Zahlungsverkehrsvolumens im Handel den Weg zu einem natürlichen Wachstum des kartenbasierten Zahlungsverkehrs.

Primäres Ziel des in Deutschland im Bereich der Transaktionsvolumina führenden Payment-Anbieters Easycash ist, dieses Marktpotenzial umfänglich zu heben. Dabei wird es tatsächlich darauf ankommen, den Endverbrauchern das Bezahlen per Karte „as easy as cash“ zu gestalten und dabei für die Transaktionsabwicklung Sicherheit, Handling und Effizienz weiter zu optimieren.

Easycash hat hierzu in den letzten beiden Jahren eine klare Strategie des Wachstums – sowohl organisch als auch durch Konsolidierung – und des Ausbaus von händlerorientierten Lösungen, zum Beispiel mit dem Kompetenzzentrum „Easycash Loyalty Solutions“, verfolgt.

In seiner Position als führender, bankenneutraler und somit strikt marktfokussierter Anbieter von Paymentlösungen für den Handel erweist sich das Unternehmen Easycash angesichts der Krise der Banken und deren Auswirkungen auf Payment-Assets der Banken und deren Ge-

Karteneinsatz unterschiedlich in der EU (Angaben in Prozent)



schäftspolitik als nochmals ein Stück besser und robuster aufgestellt als der Gesamtmarkt der Payment-Dienstleister.

Die bewusst unabhängige Positionierung ermöglicht Easycash, auf die Bedürfnisse des Handels einzugehen. Die Umsetzung findet sowohl mit markterprobten Lösungen wie OLV als auch mit innovativen Lösungen wie zum Beispiel biometriebasierte Zahlverfahren wie „Payeasy“ statt.

Dabei hat sich die strategische Entscheidung, mit Investitionen in Millionenhöhe

die eigene IT-Infrastruktur weiter zu entwickeln, als zielführend herausgestellt: Erhöhung der aktuellen Leistungsfähigkeit bei gleichzeitiger Antizipation der strategischen Herausforderungen der nahen und mittleren Zukunft (zum Beispiel Sepa).

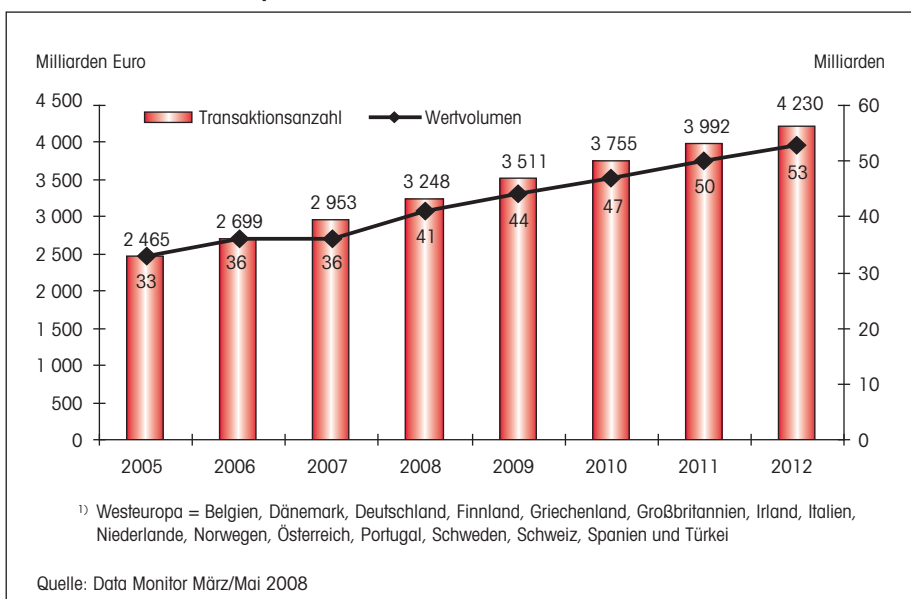
So wird im Rahmen des Easycash-IT-Entwicklungsprojekts „Delta“ im Sommer eine neue Infrastrukturmgebung in Betrieb genommen, die auf höchsten Sicherheitsstandards, mit extrem schnellen Reaktionszeiten, höchster Ausfallsicherheit und maximaler Verfügbarkeit Maßstäbe in der Netzbetriebsarchitektur setzt.

In Zahlen bedeutet dies, dass bis zu 1 500 Transaktionen pro Sekunde verarbeitet werden können und die Antwortzeit auf eine OLV-Transaktion bei unter 200 Millisekunden liegt.

Zeitfenster für Konsolidierungen nicht genutzt

Der deutsche Payment-Markt als größter europäischer Einzelmarkt stellt sich – ähnlich wie andere Teilmärkte in Europa – nach wie vor fragmentiert dar. Das Zeitfenster für sinnvolle Konsolidierungen wurde in den vergangenen Jahren aufgrund divergierender Interessenlagen nicht genutzt.

Wachstum in Westeuropa¹⁾ Wertvolumen und Transaktionsanzahl



Die verpasste Chance hat ihre Ursache mutmaßlich in den politisch geprägten und strukturkonservativen Elementen der deutschen Kreditwirtschaft. Hier ist weiterhin eine Tendenz des Erhaltens überholter Strukturen zu verzeichnen.

Ein deutlicher Wille zum Aufbruch hin zu einer international wettbewerbsfähigen, europäischen Struktur ist vorläufig nicht auszumachen. Es bleibt daher für die deutsche Kreditwirtschaft weiterhin offen, wie im Vergleich zu anderen, wesentlich stärker positionierten und organisierten

europäische Standardisierung aber nur dann, wenn zumindest bei den führenden Dienstleistern auch die Bereitschaft und Fähigkeit vorhanden ist, in diesem Feld signifikant in Produkte und Infrastrukturen zu investieren. Dass es hier bei vielen bankenabhängigen Payment-Anbietern noch offene Flanken gibt, die durch die Krise ihrer Eigentümer/Gesellschafter nochmals verschärft werden, dürfte unbestritten sein.

Sofern zukünftig die Markteintrittsbarrieren weiter reduziert werden, wird zum Beispiel

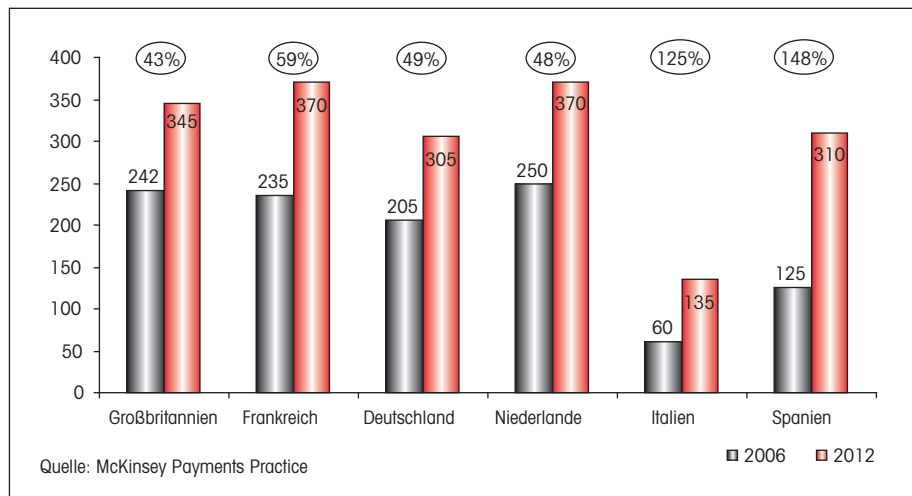
Compliance ermöglichen werden. Die Spezialisierung wird fortschreiten und damit der Abstand von Payment-Anbietern mit hoher Investitionsfähigkeit, effizienten Verarbeitungsstrukturen und Innovationspotenzial zu Anbietern, die wenig Gestaltungsspielräume aufgrund gesellschaftlicher Vorgaben haben, wachsen.

Erfordernis nach Veränderung bleibt

Dennoch: Hunderte Millionen E-Transaktionen für hunderte Milliarden Transaktionsumsatzvolumina bleiben ein im Kern spannendes Massengeschäft, das für die fokussierten Teilnehmer im Markt sowohl Wachstumspotenzial als auch Möglichkeiten zur Differenzierung im Wettbewerb birgt.

Handel und damit Wirtschaft funktioniert nicht ohne Bezahlen – diesen Grundsatz kaufmännischen Handelns gilt es zu beachten und er wurde sogar in der diesjährigen „Berliner Rede“ des Bundespräsidenten aufgegriffen: „Unmittelbar gilt es, den Geldkreislauf wieder in Gang zu bringen. Wir sprechen von der Lebensader der Wirtschaft.“

Entwicklung bargeldloser Transaktionen 2006 bis 2012 (Transaktionsanzahl pro Einwohner)



nationalen Strukturen eine ebenbürtige Gesprächspartnerschaft hergestellt werden soll.

Schwierige Standardisierung

Allein die Märkte Großbritannien, Frankreich und Deutschland repräsentieren etwa 63 Prozent aller europäischen E-Transaktionen. Der regulative Druck der Europäischen Gemeinschaft wird dazu führen, dass sich die jeweiligen nationalen Märkte in ihren Paymentstrukturen annähern müssen. Die Standards werden mit zunehmend einheitlichen Regeln konfrontiert.

Gelingen kann diese für Endverbraucher, Handel und Dienstleister wünschenswerte

durch Crossborder-Aktivitäten den bisher überwiegend national auftretenden Payment-Anbietern ein dynamisches, sogar exponentielles Wachstum möglich. Dies setzt jedoch zielgerichtete Vermarktungsstrategien und -strukturen voraus, die investiv zu begleiten sind.

Händlermarkt offener für Outsourcing

Der Händlermarkt wird künftig mehr Offenheit zeigen, komplette Infrastrukturen im Payment-Bereich outzusourcen, wobei Kosteneffizienz nicht der alleinige Grund für dieses Handeln sein wird. Easycash bereitet zu diesem Thema Komplettlösungen für den Handel vor, die großen Handelsunternehmen sogar das Outsourcing komplexer Themen wie PCI-

Der Handel verkörpert traditionell das Idealbild kaufmännischen Handelns. Er hat bislang den Geldkreislauf am Leben erhalten und mit einem bislang ungebremsten Konsum der Krise getrotzt. Die Payment-Branche hat gleichfalls ihren Beitrag zu einem funktionierenden Geldkreislauf geleistet, in dem sich ihr prinzipielles Geschäftsmodell auch in der Krise als stabil und belastungsfähig erwiesen hat.

Dies kann jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Erfordernis nach Veränderung sowohl in der Krise als auch danach bestehen bleibt. Wer nicht wächst und investiert, wird es zukünftig immer schwerer haben, sich in einem dynamisch entwickelnden, europäischen Markt zu behaupten.