

### P2P-Payments

## Mit Jiffy Geld in Echtzeit überweisen

**Person-to-Person Payment hat das Potenzial, die Branche für den elektronischen Zahlungsverkehr nachhaltig zu verändern. Die italienische SIA hat mit Jiffy eine App entwickelt, mit der Nutzer Geld in Echtzeit überweisen können. Auch eine P2B-Anwendung ist bereits in Planung. Nach dem Erfolg in Italien soll Jiffy auch in anderen europäischen Märkten angeboten werden. Red.**

**Von Cristina Astore** ■ Der Markt für Finanzinnovationen wird derzeit vornehmlich von Nichtbanken beherrscht. Start-ups – im Finanzsektor auch Fintechs genannt – setzen die etablierten Anbieter von Finanzdienstleistungen immer mehr unter Druck. Darüber hinaus stehen auch große Technologiekonzerne kurz vor dem Eintritt in den Zahlungsverkehr; Apple, Google und Amazon haben hier bereits ihre ersten Schritte getan. Umso wichtiger ist es, dass Banken nun zügig mit eigenen innovativen Angeboten reagieren, um nicht endgültig ins Hintertreffen zu geraten. Die P2P Payment App Jiffy von SIA ist ein Beispiel dafür, wie die Bankenbranche in Zusammenarbeit mit Technologiepartnern neue Standards setzen kann.

### 80 Prozent Marktanteil in Italien

Denn Jiffy ist eine innovative Lösung, die Banken unmittelbar in ihre eigene App integrieren können. Ende 2014 brachte SIA die Anwendung in Italien auf den Markt: Sie wird mittlerweile bereits von 13 großen Bankgruppen angeboten, darunter unter anderem Unicredit, Intesa San Paolo, UBI, Gruppo Carige, Cariparma (Gruppo Credit Agricole) und BNL (BNP Paribas Gruppe) sowie Widiba (Gruppo Monte dei Paschi di Siena). Das bedeutet

für Jiffy einen Marktanteil von 80 Prozent aller italienischen Girokonten.

Die Lösung ist durch klassisches Homebanking oder durch eine entsprechende App zugänglich und kann leicht in jedes Kontensystem integriert werden. Nach dem Download und der Installation der App wird der Nutzer über seine Telefonnummer identifiziert, die dann mit seinem Bankkonto verknüpft wird. Sicherheit, Anmeldung und Nutzerautorisierung werden durch die jeweilige Hausbank gewährleistet. Der Anwender von Jiffy muss schließlich nur noch denjenigen, dem er Geld überweisen will, über dessen Telefonnummer identifizieren und die gewünschte Summe eintragen. Das Geld wird dem Nutzer unmittelbar vom Konto abgebogen und dem des Empfängers gutgeschrieben.

Entwickelt wurde der Service auf Grundlage einer umfangreichen Banken- und Endverbraucher-Analyse. Damit die Endverbraucher das Produkt nachhaltig akzeptieren, spielen laut Untersuchung unterschiedlichste Faktoren eine Rolle. Dazu zählen Benutzerfreundlichkeit, unmittelbare Überweisung, Kosten, große Verbreitung, Ausgabenkontrolle, Sicherheit, Datenschutz sowie eine einfache Anmeldung.

Das vornehmliche Interesse der Banken ist es dagegen, ihre Kunden mit einem solchen innovativen Produkt auch weiterhin an sich zu binden und keine Marktanteile im Zahlungsverkehr an branchenfremde Anbieter zu verlieren. Darüber hinaus wollen die Finanzinstitute ihre Infrastruktur weiter auslasten, die neue Lösung einfach in bestehende IT-Systeme sowie hauseigene Banking Apps oder Wallets integrieren können und dabei nicht mit regulatorischen Anforderungen

in Konflikt geraten. Natürlich spielen auch Kosteneffizienz, Interoperabilität, lokal und global, sowie eine einfache Anmeldung eine entscheidende Rolle.

In die Entwicklung von Jiffy flossen nicht nur die Anforderungen, sondern auch das Know-how der Banken ein. Letztere schlossen sich zu einem Beirat zusammen, welcher von Beginn an an der Konzeption der App beteiligt war – und dessen Weiterentwicklung noch immer unterstützt. Bereits heute entspricht Jiffy allen Empfehlungen des Euro Payment Retail Boards (EPRB). Da der P2P Service derzeit der einzige ist, der auf Sepa-Standards beruht, hat Jiffy einen Vorsprung gegenüber anderen P2P Payment Apps.

### Den europäischen Markt im Blick

Bei den Nutzern kommt die Anwendung gut an. So gut, dass Banken bereits auf den nächsten Evolutionsschritt drängen: das sogenannte P2B Payment. Diese Bezahlvariante wird es den Nutzern erlauben, Handwerker, Taxis oder andere Dienstleistungen mit Jiffy anstelle mit Bargeld zu bezahlen. Der Aufwand der Finanzinstitute, um Jiffy in ihr Serviceportfolio zu integrieren, ist sehr gering. Gegenüber ihren Kunden treten sie als „Brand Owner“ der Lösung auf und können somit den Preis, zu dem sie diesen Service anbieten, selbst festlegen.

Doch das ist nur der Anfang, denn SIA plant für Jiffy eine Expansion. Zielmärkte, in denen das Unternehmen bereits aktiv ist, sind zunächst Deutschland, Frankreich und Spanien. In der Eurozone gibt es mehr als 400 Millionen potenzielle Kunden auf diese smarte Lösung.

**Cristina Astore, Head of SIA Group, Mailand**