

# Nationale Verfahren sind kein Auslaufmodell

Von Mirko Hüllemann

**In den Wettbewerb im Zahlungsverkehr ist kräftig Bewegung gekommen. Das heißt aber nicht, dass nationale Bezahlverfahren so schnell zum Auslaufmodell werden, meint Mirko Hüllemann. Dies gilt allein schon deswegen, weil es gar nicht so einfach ist die kritische Masse aufseiten sowohl der Konsumenten als auch des Handels zu erreichen. Potenzial sieht der Autor – Sicherheit vorausgesetzt – für sogenannte One-Click-Payments. Davon könnte auch Paydirekt profitieren. Doch das Entgelt-Verhandlungsmodell ist für die Händler mühsam. Hier spielen deshalb Payment Service Provider als Mittler eine große Rolle. Red.**

Die politisch forcierte Neuregelung des elektronischen Zahlungsverkehrs bringt Bewegung in den deutschen Payment-Markt: Nationale Zahlungsverfahren konkurrieren verstärkt mit internationalen Bezahldiensten und neuen, kontaktlosen Bezahlverfahren. Zum Auslaufmodell werden Girocard, Lastschrift und Bargeld vorerst aber nicht. International einsetzbare Bezahlverfahren sind einer der wichtigsten Trends im Payment-Markt. Doch sind die Bezahlvorlieben und Bedenken von Kunden schon innereuropäisch so unterschiedlich, dass Händler schnell an die Grenzen des profitabel Machbaren stoßen.

Hinzu kommt: Die Abschaffung des Bargelds wird international heiß diskutiert, ist derzeit aber eher theoretischer Natur – allein in Deutschland werden nach wie vor rund 80 Prozent der Transaktionen im Einzelhandel bar bezahlt. Am Umsatz macht Bargeld jedoch nur noch knapp 50 Prozent aus, Tendenz weiter sinkend. Gleichzeitig steht Mobile Payment international in den Startlöchern, steckt hierzu-lande aber noch in den Kinderschuhen.

Die wesentlichen Einflussfaktoren, vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen:

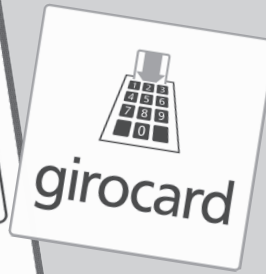
- Kosten für Kreditkartenzahlungen sind gesunken,
- Paydirekt wird von immer mehr Banken und Händlern angeboten und macht Paypal Konkurrenz,
- Mobile-Payment findet international zunehmend Anwendung.

Derzeit beschäftigen zwei Entwicklungen die Welt des Zahlungsverkehrs: das Inkrafttreten der europäischen Interchange-Regulierung (Multilateral Interchange Fee – MIF), im Vier-Parteien-System auch als

## Zum Autor

**Mirko Hüllemann**, Geschäftsführer, Heidelberger Payment GmbH, Heidelberg

giro pay



girocard

paydirekt

„Interbankentgelt“ bezeichnet, sowie das Ende der flächendeckenden Händlergebühr für Zahlungen per Girocard der Deutschen Kreditwirtschaft.

## Politische Regulierung soll Wettbewerb stärken

Die Interchange-Regulierung deckelt die Gebühren auf 0,3 Prozent des Umsatzes, wodurch das Bezahlen im Internet und im stationären Handel per Debit- und Kreditkarte für Händler deutlich günstiger werden soll. Diesem Ziel dient auch die Abschaffung des seit 1989 einheitlichen Händlerentgelts, das nach den Plänen des Bundeskartellamts zukünftig bilateral zwischen dem Handel und der Deutschen Kreditwirtschaft verhandelt wird.

Ob das tatsächlich zu Vergünstigungen führt, darf zumindest bezweifelt werden: Wie der Handelsverband Deutschland (HDE) kritisierte, seien insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen oft gar nicht in der Lage, mit allen Payment-Anbietern individuelle Konditionen zu vereinbaren, und deshalb abhängig von den sogenannten verhandlungsführenden „Konzentratoren“. Weil das vorgeschlagene Konzentratorenmodell der Deutschen Kreditwirtschaft bislang nicht die erhofften Optimierungen im Bereich der Konditionen erbracht hat – ganz im Gegenteil wurden die Abläufe immer komplexer –, bleibt ein Wettbewerb auf der

Girocard bislang aus. Paradoxe Weise erlebt das elektronische Lastschriftverfahren (ELV) in Deutschland durch die hausgemachten Unsicherheiten aktuell eine Renaissance – mehrere Handelsunternehmen haben bereits auf ein ec-cash/ELV-Mischverfahren umgestellt.

### Kreditkarten auf dem Vormarsch

Das Zahlungsmittel, das international noch am weitesten verbreitet ist, ist die Kreditkarte – wobei es auch hier Unterschiede gibt: Während Visa und Master-

card den europäischen Markt dominieren, wird in den USA vielfach auch American Express genutzt. Ganz anders sieht es wiederum in Asien aus. Was sich bereits heute beobachten lässt: Das Bezahlen auf Kredit wird insbesondere für international tätige Handelsunternehmen immer attraktiver, weil Kreditkarten nicht mehr nur an Tankstellen und im Internet, sondern auch an immer mehr Einzelhandelskassen Akzeptanz finden.

Damit eröffnet sich auch Kreditkartenherausgebern die Chance – trotz EU-Gebührenschnitt –, dank höherer Kartenverbrei-

tung und -nutzung langfristig mehr zu verdienen. Hier hat Europa mit der Sepa-Lastschrift einen wichtigen Schritt hin zur kontinentalen Vereinheitlichung unternommen; auch außerhalb Deutschlands nehmen Kunden Sepa immer besser an.

### Innovatoren haben es schwer

Da die Art des Bezahlers aber auch stark durch nationale Vorlieben getrieben wird, wirkt die neue Zahlungsmittelfreiheit hierzulande noch nicht so belebend auf den Payment-Markt, wie sie könnte: Es gibt einige bargeldlose Zahlverfahren, die den Markt dominieren, wie etwa Kreditkarten und Paypal. Neben den Big Playern und den nationalen Zahlarten ist es für Anbieter neuer Zahlungsmittel sehr schwierig, Fuß zu fassen. Denn dafür ist zweierlei erforderlich: Zum einen müssen die Händler ein neues Bezahlverfahren anbieten, zum anderen müssen es die Konsumenten nutzen. Für den erfolgreichen Launch eines neuen Zahlungsmittels bedarf es also einer kritischen Masse auf beiden Seiten.

Generell gilt aber: Je einfacher und sicherer das Zahlverfahren, desto größer ist seine Marktmacht – was man eben am Erfolg von Kreditkarten und Paypal sieht, die beide im Gegensatz zu anderen Zahlarten komfortabel zu bedienen und sehr sicher sind – datenschutzrechtliche Bedenken einmal außen vor gelassen. Den einen Zahlartenmix gibt es nicht. Zu unterschiedlich sind die Präferenzen der Kunden in den einzelnen Ländern.

■ In Frankreich bezahlen Online-Käufer fast ausschließlich per Debit- und Kreditkarte.

■ In den Niederlanden hingegen werden rund 80 Prozent der Transaktionen im E-Commerce über das nationale Online-Überweisungsverfahren Ideal abgewickelt.

■ Und während Schweden und Dänemark ihren Zahlungsverkehr radikal digitalisieren,

■ bevorzugen deutsche Kunden nach wie vor den Rechnungskauf.

Für Online-Händler muss es darum gehen, den idealen Zahlartenmix für das Land zu finden, in dem sie aktiv sind – oder tätig werden wollen. Wenn jedoch ein neues Zahlungsmittel auf Händlerseite preislich überzeugen kann und wenn es Konsumenten einen echten Mehrwert gegenüber etablierten Methoden bietet, hat es eine Chance, sich am Markt festzusetzen.

Großes Potenzial besitzt beispielsweise One-Click-Payment: Kunden müssen im Online-Shop nur einmal klicken, um einen Einkauf samt Bezahlung abzuschließen. Sind die dahinter befindlichen Zahlarten sicher, wird sich der Express-Checkout sicherlich durchsetzen, da er dem Wunsch der Kunden nach Komfort optimal Rechnung trägt.

### Neue Chancen durch Paydirekt

Die Grundfrage für den Handel lautet daher: Welches Zahlungsmittel funktioniert am einfachsten? Die NFC-Technologie, also das kontaktlose Bezahlen am Point-of-Sale per eigenem Smartphone, wird bislang kaum genutzt. Immer mehr Dienstleister setzen beim Thema Kundenbindung daher auf eigene Smartphone-Apps, die mehr Service und Zusatznutzen für den Verbraucher bieten. Nachteil: Das Zahlen per App erfordert die Eingabe sensibler Daten und Kontoinformationen, die oftmals weiterverkauft und unkontrolliert von Dritten verwendet werden dürfen.

Im Gegensatz zu Paypal oder den verschiedenen App-Angeboten ermöglicht Paydirekt dem Nutzer das Bezahlen über das eigene Online-Banking – der Zahlungsablauf wird dann direkt zwischen dem Händler und der Kundenbank abgewickelt und die Daten werden in Deutschland verarbeitet – ohne Umwege über ein Zwischenkonto oder zwischengeschaltete Dienstleister. Der Checkout ist einfach gestaltet: Zahlungen werden durch Eingabe

der E-Mail-Adresse und des Passwortes ausgelöst. Anders als bei Paypal oder den verschiedenen App-Angeboten sollen Informationen über die Einkäufe dabei nicht weiterverkauft werden. Für deutsche Verbraucher könnte die Rechnung aufgehen, denn Datenschutz und Vertrauen sind wesentliche Eckpfeiler der hiesigen Bezahlkultur.

Bleibt nur die Frage, ob sich Paydirekt etablieren wird. Ist die kritische Masse aufseiten der Kunden erst einmal erreicht, ist davon auszugehen, dass Händler das Zahlungsmittel aufgrund seiner günstigeren Kosten verstärkt einbinden. Für den Online-Handel steht bisher allerdings kein Modell zur Verfügung, das gemeinsame

Konditionen zwischen den Banken und Paydirekt regelt. Insbesondere kleine und mittelständische Händler sind aber nicht in der Lage, mit jeder Bank die Bedingungen individuell auszuhandeln – hierfür braucht es einen erfahrenen Payment Service Provider, über den die Händler die Bezahlabwicklung einkaufen und sich aufschalten lassen können. Das Angebot ist groß: Bei der Wahl sollten Händler darauf achten, dass der Payment-Anbieter über eine lückenlose Komplettlösung verfügt, die auch die neuen Zahlverfahren in kundenorientierte Bestell- und Serviceprozesse einbindet. Als Bindeglied zwischen Kunde und Online-Handel kommt den Payment-Anbietern eine wichtige Mittlerfunktion zu. ■■■