

Herausforderungen und digitale Chancen für Visa

Von Albrecht Kiel



Das kontaktlose und mobile Bezahlen wächst derzeit in Europa so schnell wie keine andere Zahlungsart. Dazu tragen die digitalen Trends und nicht zuletzt das Internet der Dinge bei, das völlig neue Bezahlsituationen und -bedürfnisse entstehen lässt, so Albrecht Kiel. Um diesen Bedürfnissen gerecht zu werden, setzt Visa zum einen auf die Tokenisierung. Zum anderen wird verstärkt ein kollaborativer Ansatz verfolgt, der Visa zu einer offenen Plattform werden lässt. Red.

Die Digitalisierung verändert die Zahlungsindustrie schnell und signifikant: Vom E-Commerce über mobile Geräte und Anwendungen bis hin zu einer Welt des Internet of Things (IoT). Der europäische E-Commerce-Markt wächst hierbei schneller als in jeder anderen entwickelten Region. Verbrauchern bieten sich dabei neue Möglichkeiten für bequemes und sicheres Bezahlen.

Besonders stark erleben wir das zurzeit bei der dynamischen Entwicklung des kontaktlosen und mobilen Bezahlers, das in Europa so schnell wächst wie keine andere Zahlungsart. Und das weitere Wachstumspotenzial ist enorm: Etwa 65 Prozent aller Zahlungen im Handel erfolgen immer noch in bar. Dabei sind die technischen Voraus-

setzungen für das einfache und bequeme Bezahlen mit der Karte oder dem Mobiltelefon längst vorhanden: Etwa drei Millionen Terminals sind technisch bereits in der Lage, kontaktlose und mobile Zahlungen vor Ort zu verarbeiten. Ab sofort wird außerdem jedes Terminal, das neu installiert oder aktualisiert wird, standardmäßig kontaktlos sein.

Parallele Entwicklung in Zentraleuropa

Um diese Potenziale zu nutzen, arbeitet Visa in der Region Zentraleuropa, das heißt in Deutschland, Belgien, den Niederlanden, Luxemburg, Österreich und der Schweiz, strategisch und inhaltlich eng zusammen. Dabei gibt es bereits zahlreiche gemeinsame Entwicklungen, auf die sich zurückblicken lässt:

■ In Deutschland ist die Visa-Akzeptanz in diesem Jahr stark angestiegen, insbesondere durch die großen Händler wie beispielsweise Aldi und Lidl. Neun der zehn umsatzstärksten Händler in Deutschland akzeptieren mittlerweile

Zahlungen mit Visa und V-Pay, die meisten von ihnen auch kontaktlose Zahlungen.

■ Ebenso positiv entwickelte sich die Akzeptanz in den Niederlanden: Als einer der größten Händler akzeptiert dort Jumbo nun ebenfalls Zahlungen mit Visa. In Luxemburg ist V-Pay mittlerweile das wichtigste Debit-System mit einem sehr hohen Marktanteil. Alle V-Pay-Karten werden dort in Kürze mit der kontaktlosen Zahlungsfunktion ausgestattet.

■ In der Schweiz kann V-Pay jetzt schon kontaktlos eingesetzt werden. Ein weiteres Highlight aus der Schweiz ist die Einführung der Swatch Bellamy, der ersten Uhr in Europa mit kontaktloser Visa Technologie. Und auch die erfolgreiche Einführung von Apple Pay unterstreicht die Bedeutung einer gut ausgebauten Kontaktlos-Infrastruktur als Basis für weitere verbraucherfreundliche Innovationen.

Diese Entwicklungen geben auch den anderen Ländern in der Region wichtige Impulse und zeigen das Potenzial, das von der Digitalisierung ausgeht.

Zum Autor

Albrecht Kiel, Regional Managing Director für Zentraleuropa, Visa Europe Management Services Ltd., Frankfurt am Main

Neue digitale Trends

Welche Entwicklungen und Trends der Digitalisierung sind von grundlegender Bedeutung? Mehr als ein Fünftel der Deutschen ist heute beispielsweise kontinuier-

lich mit dem Internet verbunden. Dabei kommt man leicht auf mehr als zehn vernetzte Geräte pro Person – vom Computer über das Mobiltelefon bis hin zur vernetzten Playstation – und das ist erst der Anfang. Denn die Digitalisierung setzt neue Standards in Bezug auf das Einkaufs- und Bezahlerlebnis: Echtzeit-Erlebnisse ohne Wartezeit auf Antworten, Produkte oder Dienstleistungen, die beispielsweise Whats-App oder Amazon Prime ermöglichen, werden die zukünftigen Entwicklungen prägen.

Internet of Things schafft neue Anwendungsfelder fürs Bezahlen

Außerdem erhöhen zahlreiche digitale Anwendungen den Komfort für Verbraucher, zum Beispiel durch die Integration verschiedener Dienstleistungen, wie Buchung und Zahlungsabwicklung, bei Moovel oder Uber. Ein weiterer Trend bei digitalen Angeboten ist die zunehmende Personalisierung. Zahlreiche Industrien erfüllen diese Wünsche bereits. Verbraucher übertragen ihre Erwartungen daher auch immer stärker auf das Bezahlen.

Vorangetrieben wird die Entwicklung auch durch eine schnelle Verbreitung und Akzeptanz des Internet of Things. IoT-Geräte, also vernetzte Gegenstände, ermöglichen neue Anwendungsfelder für die Abwicklung von Zahlungen. Der Amazon Dash Button bietet beispielsweise einen bequemen Bestellprozess für vorausgewählte Waren.

Ein weiteres Beispiel ist eine Kooperation von Visa und Honda: Unter Verwendung des Visa Token und des Visa Checkout Services hat Honda eine Anwendung in das Armaturenbrett integriert, die erstmals das Bezahlen von Tankrechnungen oder Parkgebühren im Wagen pilotiert.

Ein weiterer Wachstumstrend ist die Share Economy. Heute kaufen Kunden eine Ware häufig nicht mehr, sondern mieten be-

ziehungsweise teilen sie. Zahlreiche erfolgreiche Unternehmen basieren auf diesem Geschäftsmodell wie zum Beispiel Uber oder Airbnb. Das Angebot muss dabei für den Konsumenten einfach und bequem sein. Auch hier stehen das Echtzeiterlebnis, Komfort und Personalisierung im Vordergrund.

Die große Akzeptanz und Nachfrage der Verbraucher nach Share-Economy-Angeboten fördern auch das digitale Bezahlen. Insbesondere bei In-App-Zahlungen ist eine starke Steigerung des digitalen Bezahlvolumens zu erwarten.

Zahlungsindustrie als Gestalter des Handels

Die Zahlungsindustrie muss und wird den Wandel stark beeinflussen. Sie hat sich von einem Unterstützer zu einem wichtigen Gestalter des Handels gewandelt. Visa will Kunden und Partnern helfen, von den Entwicklungen der digitalen Ära zu profitieren. Ein wichtiger Pfeiler dafür bleibt das Vier-Parteien-System. Um die Partner noch besser unterstützen zu können, wird immer stärker ein offener, kollaborativer Ansatz verfolgt. So können Kunden noch einfacher digitale Angebote auf Basis der Visa-Technologien entwickeln. In diesem Jahr wurde deshalb der Tokenisation Service (VTS) ausgeweitet. Dadurch können deutsche Finanzinstitute und Unternehmen Tokens auf verschiedene Weise in Services integrieren:

- Android Pay oder bankeigene mobile Bezahl-Apps sowie Wearables und andere vernetzte Geräte,
- Internetbrowser-basierte Wallets und händlerspezifische Checkout-Angebote,

■ Bezahloptionen mit vorab hinterlegten Karten (Card-on-file beziehungsweise Credentials-on-file), die häufig von führenden Online-Händlern genutzt werden.

Visa wird erstmals zu einer offenen Plattform

Diese Ausweitung ermöglicht es Finanzinstituten und Technologieunternehmen, aktiv am Zahlungssystem teilzunehmen – basierend auf einer einheitlichen Token-Service-Plattform von Visa. Es gibt einen klar wachsenden Trend hin zu bequemen, innovativen Bezahllösungen, die in Apps und eine Vielfalt vernetzter Geräte integriert werden können. Mit Hilfe von Tokens werden diese Services nun Realität. Mit der Einführung von Visa Developer wird Visa außerdem zum ersten Mal in der Firmengeschichte zu einer offenen Plattform. Ziel ist es, Innovationen beim Bezahlen und im Handel voranzutreiben. Der neue Ansatz arbeitet mit offenen und standardisierten Programmierschnittstellen (Application Programming Interfaces, kurz APIs).

Als Fazit lässt sich festhalten: Die Reise zu einer zunehmend digitalen Zukunft hat gerade erst begonnen. Neue Wettbewerber und Anbieter treiben den digitalen Umbruch. Und Verbraucher sind heute aufgeschlossener gegenüber Innovationen als je zuvor. Die aktuelle Entwicklung zeigt auch, dass sich aus der digitalen Transformation zahlreiche Chancen für neue Entwicklungen und neue Formen der Zusammenarbeit ergeben. Diese Chancen gilt es zu nutzen, um starke Partnerschaften und ein Kundenerlebnis zu schaffen, das reibungsloses Bezahlen zu jeder Zeit, an jedem Ort und über jedes Gerät ermöglicht. ■■■■

Der Beitrag basiert auf einem Vortrag des Autors auf dem Bankkarten-Forum 2016

Kennen Sie auch unsere Fachbücher? Unser Verlagsprogramm liegt für Sie bereit!

Fritz Knapp Verlag | Postfach 70 03 62 | 60553 Frankfurt am Main
Fax: 069/707 84 00 | E-Mail: vertrieb@kreditwesen.de