

# Kontaktloses und mobiles Zahlen aus Sicht von Barclaycard

Von Arndt Franzen und Nicola Henning



**Nicht alle Erfahrungen aus Großbritannien lassen sich ohne Weiteres auf den deutschen Markt übertragen. Vermutlich deshalb bietet Barclaycard in Deutschland bislang weder kontaktlose Karten noch Lösungen für das mobile Zahlen an. Im Heimatmarkt sind die Erfahrungen aber mannigfaltig – von Handy-Aufklebern für das mobile Zahlen über eine Kooperation mit Orange bis hin zu einer Anwendung für Person-to-Person-Transaktionen. Und sogar das Abo-Laden, wie es die Sparkassen hierzulande für Girogo anbieten, gibt es mit der kontaktlosen One-Pulse-Visa-Karte in Großbritannien bereits seit fünf Jahren. Red.**

Die deutschen Olympioniken können in diesem Sommer in London Beträge bis 20 Pfund kontaktlos bezahlen. Damit profitieren sie von einem Service, der in Deutschland noch wenig verbreitet, in Großbritannien jedoch schon gängige Praxis ist. In der britischen Hauptstadt gibt es bereits Tausende von Terminals, mit denen kontaktloses Bezahlen ganz einfach möglich ist – egal ob per Karte oder Smartphone. Weitere 3 000 Terminals sind im Zuge der olympischen Sommerspiele hinzugekommen, die im Juli und August in London stattfinden. Einer der Innovationsführer im Bereich des kontaktlosen und mobilen Bezahls ist die Bar-

clays Bank. Das weltweit tätige Finanzinstitut ist mit rund 48 Millionen Kunden in über 50 Ländern eines der größten Bankhäuser der Welt. In Deutschland feierte das Unternehmen mit dem Geschäftsbereich Barclaycard im vergangenen Jahr sein 20-jähriges Firmenjubiläum. Hier ist die Direktbank heute mit knapp 1,3 Millionen herausgegebenen Karten Nummer drei auf dem nationalen Kreditkartenmarkt und Nummer eins im Bereich der revolving Kreditkarten. Seit 2008 bietet Barclaycard in Deutschland auch Verbraucherkredite an. Im Januar 2012 erfolgte der Einstieg ins Einlagengeschäft.

In der Arena des mobilen Bezahls tummeln sich heute zahlreiche Akteure, dazu gehören in erster Linie Banken, Kreditkartenorganisationen, Händler, Kartenproduzenten, Netzbetreiber und Terminalhersteller. Mehr oder weniger neu mit dabei sind jetzt Telekommunikations- und Technologieunternehmen wie zum Beispiel Google. Diese Player treiben die innovativen Zahlungsmethoden aus ganz unterschiedlichen Interessen voran und versuchen, ein Stück des lukrativen Geschäfts

zu erobern. Dabei lautet die Devise: Nur nicht den Anschluss verlieren. Der Markt der elektronischen Zahlungsmittel wandelt sich rasant und ist immer noch extrem unübersichtlich. Während im Vereinigten Königreich erste Allianzen marktfähige Lösungen etablieren, gibt es in Deutschland lediglich einzelne unabhängige Pilotinitiativen.

Der Schlüssel für kontaktloses oder mobiles Bezahlen ist der NFC-Chip (Near Field Communication), der sich praktisch überall wiederfinden kann: auf Debit- oder Kreditkarten, im Mobiltelefon, in der Kleidung oder auch auf Produktverpackungen. Viele dieser möglichen Einsatzgebiete sind noch Zukunftsmusik, andere sind bereits heute mehr oder weniger erprobt. Am häufigsten findet sich der Chip auf der Kreditkarte oder im Mobiltelefon wieder. Er speichert und versendet Informationen über kurze Strecken. Dabei werden Daten per Funk und nicht über die Kontaktierereinheit des Terminals ausgetauscht, so dass in der Regel weder PIN noch Unterschrift zur Autorisierung der Zahlung notwendig sind.

Beim Bezahlvorgang hält der Kunde nur noch sein NFC-fähiges Smartphone oder die kontaktlose Kreditkarte an ein entsprechendes Zahlungsterminal, und schon wird der fällige Betrag für die Zeitung, die Eiscrème und den Kaffee belastet. So macht der Chip das Handy zur digitalen Geldbörse und den Zahlungsverkehr noch einfacher. Bisher bieten in Deutschland nur wenige Banken ihren Kunden die Möglich-

## Zu den Autoren

**Arndt Franzen** ist Head of Cards, **Nicola Henning** ist Head of Product and Commercial Management bei Barclaycard Barclays Bank PLC, Hamburg.

keit, via Funk zu bezahlen. Und auch die Zahl der Nutzer von NFC-fähigen Handys ist derzeit noch überschaubar. Doch glaubt man neuesten Prognosen, dürfte sich das bald ändern. Laut einer Marktanalyse von IMS Research gab es 2011 bereits 35 Millionen Smartphones weltweit mit Funktechnologie, für 2012 werden bereits 80 Millionen prognostiziert, Tendenz weiter steigend. Diese Entwicklung hat also zunehmende Relevanz für den Zahlungsverkehr – auch in Deutschland.

Die Vorteile für den Nutzer liegen auf der Hand: ein Plus an Komfort und ein Zeitgewinn im Alltag. Auch der Handel profitiert von dieser neuen Zahlungslösung. Das Bezahlen mit einem NFC-Chip geht schneller als mit der herkömmlichen Debit- oder Kreditkarte. Lange Warteschlangen an der Kasse gehören dann der Vergangenheit an. Folglich sind auch höhere Umsätze möglich. Und mit weniger Bargeld entfällt das aufwendige Prüfen, Zählen und der Transport von Scheinen und Münzen.

**„One-Pulse“: Abo-Laden in Großbritannien seit 2007**

Die Entwicklungen auf dem Markt des kontaktlosen und mobilen Bezahlers sind für Barclays Grund genug, die passenden innovativen Lösungen weiter voranzutreiben. In Großbritannien ist das Finanzinstitut ganz vorne mit dabei, denn hier bietet der Kreditkartenspezialist seinen Kunden bereits verschiedene Lösungen, kontaktlos und/oder mobil zu bezahlen.

Bereits 2007 präsentierte Barclaycard ein Novum im Bereich des bargeldlosen Zahlungsverkehrs die Barclaycard One Pulse auf dem britischen Markt. Diese Visa-Karte beinhaltet neben der kontaktlosen Kreditkartenfunktion auch die Funktionalität einer Oyster Card, also einer elektronischen Fahrkarte für den öffentlichen Personennahverkehr in London und im Großraum London. Der Clou an der Karte: Das Guthaben auf der Oyster-Card-Anwendung lädt sich, falls gewünscht, automa-

tisch wieder auf, wenn ein bestimmter Schwellenwert unterschritten wird. Damit entfällt für Pendler das lästige Anstehen an den entsprechenden Automaten der Transport for London, um das Guthaben der Oyster Card wieder aufzufüllen.

**Kooperation mit Orange ...**

Der nächste Schritt erfolgte vier Jahre später. Barclaycard startete gemeinsam mit dem britischen Telekommunikationsunternehmen Orange eine Kooperation. Angetreten waren beide Partner mit dem Ziel, das erste massentaugliche Smartphone mit Bezahlungsfunktion in Europa herauszugeben. Mit Quick Tap boten sie im Frühjahr 2011 Großbritanniens erste mobile Zahlungslösung an, die es dem Inhaber einer Barclaycard Kreditkarte ermöglichte, Einkäufe in Höhe von 15 Pfund mit dem Mobiltelefon zu bezahlen. Dabei hilft eine anwenderfreundliche App, die auf dem Smartphone installiert wird. Für den Zahlungsvorgang halten Nutzer von Quick Tap das Telefon an das Empfängerlesegerät am Point of Sale und können so den jeweiligen Betrag begleichen, zum Beispiel bei den britischen Sandwich-Ketten Pret A Manger oder Subway. Mittlerweile können Kunden aller britischen Banken Beträge in die Quick-Tap-App von Barclaycard laden. Zudem kündigte Orange an, sein Portfolio an Quick-Tap-fähigen Handy-Modellen auszubauen.

**... und Person-to-Person-Transaktionen**

Mit Pingit brachte Barclays dann im Februar dieses Jahres die erste Person-to-Person Payment Solution auf den britischen Markt – eine innovative Anwendung für Smartphones, mit der der Kunde einfach und schnell Geld an einen bekannten Empfänger übertragen kann. Pingit funktioniert nach dem „Überweisungsprinzip“

– nur viel einfacher und schneller. Über die spezielle Pingit App registriert der Nutzer einmalig und kostenfrei seine Handynummer und Kontoverbindung. Dann wählt er nur noch den Empfänger aus, der ebenfalls für diesen Service angemeldet sein muss, sowie die Überweisungshöhe und bestätigt den Transfer. Ein akustisches Signal – das charakteristische Ping – besiegelt dann die Übertragung. Auf diese Weise können Kunden Beträge bis zu 300 Pfund pro Tag (rund 370 Euro) überweisen oder auch selber erhalten – und das innerhalb von Minuten!

**Pay Tag: Handy-Sticker im Test**

Im April 2012 lancierte Barclaycard in Großbritannien dann den Pay-Tag-Sticker – ein kleiner schwarzer Aufkleber, der ganz einfach auf die Rückseite eines jeden

**Quick Tap – mobiles Zahlen in Kooperation mit Orange**



Smartphones passt und jedes mobile Endgerät in ein mobile payment device verwandelt. Das Mobiltelefon mit dem Pay-Tag-Aufkleber wird an ein Terminal für kontaktlose Zahlungen gehalten und die Zahlung erfolgt. Derzeit testet eine ausgewählte Kundengruppe in Großbritannien Barclaycard Pay Tag, bevor das Angebot dann weiter ausgerollt wird. Mit Pay Tag können die Inhaber einer Barclaycard Visa Kreditkarte Beträge bis zu 20 Pfund (rund 24 Euro) begleichen.

Laut Visa wird sich die Anzahl der kontaktlosen Terminals im britischen Handel in diesem Jahr um 50 Prozent auf rund

150 000 Terminals erhöhen. Bedeutende Einzelhandelsketten, die kontaktloses Bezahlen in Großbritannien bereits anbieten oder einführen werden, sind unter anderem McDonald's, die Drogeriemarktkette Boots oder die Supermarktgruppe Tesco.

Besonders spannend für die junge Zielgruppe ist das Barclaycard Pay Band. Für Besucher des Barclaycard Wireless Musicfestival 2012 vom 7. bis 8. Juli 2012 im Londoner Hyde Park war das spezielle Armband Eintrittskarte und Zahlungsmittel zugleich. Die Festivalbesucher mussten einfach nur den gewünschten Betrag auf das Pay Band laden und konnten dann bequem Cola, Hot Dog oder das T-Shirt der Lieblingsband bargeldlos bezahlen. Damit war das Festival das erste seiner Art, bei dem die Besucher vollständig ohne Bargeld auskamen und alles kontaktlos bezahlen konnten. Denn neben dem Pay Band wurden auch die anderen bekannten Zahlungsoptionen von Barclaycard – Quick Tap und Pay Tag – akzeptiert.

### **Mobiles Bezahlen in Deutschland – noch viele Fragen offen**

Kontaktloses und mobiles Bezahlen ist klar auf dem Vormarsch, und es ist nur noch eine Frage der Zeit, bis sich diese Art des Zahlungsverkehrs im Massenmarkt durchsetzt. Beim Thema „kontaktlose Zahlungslösungen“ kann man fast schon behaupten, sie seien im Markt angekommen. Wenn auch noch vereinzelt, so gibt es heute schon viele Händler, die ihre Filialen sukzessive für den kontaktlosen Zahlungsverkehr aufrüsten – auch in Deutschland.

Im Bereich des mobilen Bezahls sieht die Situation anders aus. Hier sind noch diverse Systemfragen offen. Welche Basistechnologie wird sich letztlich durchsetzen? Werden Zahlungen also künftig via NFC-Chip oder „over the air“ abgewickelt? Macht die NFC-Technologie das Rennen, gehen die Fragen weiter: Wer übernimmt die Herrschaft über das Secure Element – über den Ort, an dem

### **Mobiltelefon mit Pay-Tag-Sticker für das kontaktlose Zahlen**



die Payment Application sicher verwaltet wird? Wird die Personalisierung des Secure Elements auf der SIM, auf einem gesicherten Chip in der Hardware des Smartphones oder vielleicht zukünftig in der Cloud abgewickelt? Und welche Geschäftsmodelle werden die einzelnen Player etablieren?

In jedem Fall ist die Dominanz von drei bis vier Betriebssystemen wie Android, iOS oder RIM im Bereich der Smartphones eine Entwicklung, die die Voraussetzungen für die massenmarktfähige Etablierung mobiler Bezahlsysteme deutlich verbessert, muss doch nicht mehr für jedes Handset eine angepasste Lösung entwickelt werden. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass in dem ohnehin margschwachen Geschäft des Zahlungsverkehrs in vielen Szenarien zusätzliche Player einen Teil des Kuchens für sich beanspruchen.

Wie also das Ecosystem in fünf Jahren wirklich aussieht, kann zum jetzigen Zeitpunkt sicherlich niemand mit Sicherheit vorhersagen. Was in anderen Märkten bereits ansatzweise funktioniert, wird auch Deutschland früher oder später erreichen. Länder wie England oder auch die Türkei zeigen eindrucksvoll, was möglich ist, wo die Reise hingehet und wie viel Erfahrung notwendig ist, um Lösungen zu schaffen, von denen letztlich alle Parteien profitie-

ren. Die Barclays Gruppe spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle als Innovator und Treiber im Markt.

Noch ist uns England einen ordentlichen Schritt voraus. Aber wir sehen auch, dass Deutschland langsam nachzieht. Allerdings lassen sich die Innovationen und Erfahrungen aus dem vereinigten Königreich nicht so einfach aufs deutsche Festland übertragen.

■ Nach wie vor zahlen noch über 50 Prozent der Deutschen bevorzugt bar, wie eine Studie von TNS Emnid aus dem Jahr 2011 belegt. Mit Scheinen und Hartgeld in der Tasche haben deutsche Konsumenten das Gefühl, einen besseren Überblick über ihre Ausgaben zu bewahren.

■ Darüber hinaus gelten die Deutschen als kritischer und sicherheitsorientierter als andere Europäer oder als die US-Amerikaner. Themen wie die Sicherheit bei der Datenübertragung via Funk als auch Haftungsfragen verunsichern viele Verbraucher in Deutschland.

Kontaktloses und mobiles Bezahlen wird die Verdrängung von Bargeld zwar beschleunigen und es besteht wenig Zweifel, dass sich die Innovationen auch hierzulande durchsetzen werden. Die Erfahrung lehrt uns jedoch, dass diese Prozesse Zeit erfordern – und viel Aufklärungsarbeit.

### **Händler sind nicht die Treiber**

Händler gelten aktuell nicht als Treiber neuer Bezahlararten und Technologien. Ausgewählte Händler wie zum Beispiel die Douglas-Gruppe stellen hier ein leuchtendes Vorbild dar. Sie gehören jedoch immer noch zur Ausnahme in Deutschland. Von einer flächendeckenden Akzeptanz sind wir noch weit entfernt. In Ländern wie Deutschland, Österreich und der Schweiz gehen 43 Prozent der Händler (Quelle: EHI-Jahrestagung 2011) davon aus, dass das Bezahlen per Mobiltelefon erst in ein bis drei Jahren zum Einsatz kommt.

Hierzulande sind es vorrangig die Emittenten und Kartenorganisationen, die initiativ voranschreiten, wenn es um neue Möglichkeiten des Bezahls geht. Für eine Verbreitung bedarf es jedoch zahlreicher zeitlich abgestimmter Initiativen, Tests und Einführungen sowohl auf Händler- wie auf Emittentenseite.

In Großbritannien ist die Barclays Bank klarer Treiber des kontaktlosen und mobilen Bezahls. Das Unternehmen hat in der Vergangenheit immer wieder als First Mover Innovationen im Markt etabliert. Bis Ende 2011 wurden von Barclaycard in Großbritannien bereits über 60 000 kontaktlose Terminals installiert und 13 Millionen kontaktlose Karten herausgegeben. Barclaycard Deutschland profitiert von diesem Erfahrungsschatz der englischen Kollegen und hat auch hierzulande immer

wieder Neuerungen im Bereich des kartengestützten Zahlungsverkehrs hervorgebracht. Allerdings steht bei Barclays immer der Kundennutzen an erster Stelle. Das Unternehmen wird dann neue Zahlungslösungen präsentieren, wenn sie dem Kunden einen echten und erlebbaren Mehrwert bieten.

### Neue Player im Auge behalten

Für viele etablierte Player im Markt wäre es sicherlich die einfachste und vermeintlich erfolgversprechendste Lösung, auf der bereits bestehenden Basistechnologie für kontaktloses beziehungsweise mobiles Bezahlen aufzusetzen, sich also der etablierten NFC-basierten Funktechnik zu bedienen. Beim Secure Element sehen viele eher die Telekommunikationsunternehmen

und nicht etwa die Mobiltelefonhersteller vorne. Aber Vorsicht: Dieses so augenscheinlich sichere „Ecosystem“ könnte bereits morgen aus dem Gleichgewicht geraten und die Vorzeichen umkehren.

Speziell die Kreditinstitute haben gegenüber neuen Marktteilnehmern einen klaren Wettbewerbsnachteil – zum Beispiel in puncto Innovationsfähigkeit und Geschwindigkeit. Für Unternehmen wie Apple oder Google wäre es aufgrund ihrer Marktmacht und Finanzstärke ein Leichtes, den Handel mit der notwendigen Infrastruktur auszurüsten und damit proprietäre Lösungen in den Markt zu drücken, die die etablierten Unternehmen leer ausgehen lassen. Die Banken und Kartenorganisationen sind also gut beraten, die neuen Player gut im Auge zu behalten und ihre eigenen Entwicklungen voranzutreiben. ■

Mit VR pay bietet CardProcess jetzt umfassende Leistungen für den bargeldlosen Zahlungsverkehr – von der Kartenakzeptanz über den POS-Netzbetrieb bis hin zu Terminals. Volksbanken und Raiffeisenbanken steht damit ein komfortables Angebot für ihre Händlerkunden zur Verfügung.



Die Nr. 1 im Händlergeschäft –  
erfolgreich mit VR pay und CardProcess