

Handy statt Kreditkarte: vielfältige Möglichkeiten

Von Claudia Sterrer-Pichler



In dem Maße, wie die mobile Internetnutzung zunimmt, wird auch der Bedarf an mobilen Zahlverfahren wichtiger – sei es für das Bezahlen im Internet, der Übertragung von Geldbeträgen zwischen Endkunden oder auch das Bezahlen an Automaten oder am Point of Sale. Die Autorin nennt verschiedene Beispiele aus den USA und aus Singapur. Deutsche Kreditinstitute warnen sie aber vor Schnellschüssen und rät zunächst zu einer gründlichen Analyse des Kundenbedarfs und technischer Basisarbeit.

Red.

Mobiles Kommunizieren ist aus der heutigen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Noch ist das mobile Telefon vorrangig ein Mittel zur direkten Kommunikation mit Geschäftspartnern, Freunden und Familienmitgliedern, der Trend geht jedoch deutlich zu einer viel umfassenderen Nutzung. Die neuen Smartphones als Telefone zu bezeichnen, trifft nur noch eine der vielen Funktionalitäten. Neben der Vielzahl der Offline-Funktionen ist ihr Herzstück der Internet-Zugang. Damit steht das Smartphone dem Computer deutlich näher als dem Telefon. Denn es offeriert bereits heute so gut wie alle Funktionen, die im Internet verfügbar sind – inklusive der Möglichkeit, im Netz einzukaufen und zu bezahlen. Dass es damit auch für den

mobilen Zahlungsverkehr eingesetzt werden kann, ist somit nur eine logische Konsequenz und eine Entwicklung, mit der sich auch Banken intensiver auseinandersetzen sollten.

Bereits heute verfügt jeder deutsche Haushalt im Schnitt über 1,5 Mobiltelefone, nach Angaben des Statistischen Bundesamtes wählten sich im letzten Jahr 16 Prozent der Internetnutzer über das Handy ein. Damit hat die mobile Internet-Nutzung im Vergleich zum Vorjahr um 78 Prozent zugenommen. Eine Tomorrow-Focus-Studie im Januar 2011 ergab, dass 28,2 Prozent aller Befragten die Möglichkeit des mobilen Internets bereits nutzen.

Auch wenn die generelle Entwicklung mobiler Bezahlssysteme noch am Anfang steht, haben bereits heute einige Unternehmen Bezahlverfahren entwickelt, die auf die neuen Möglichkeiten des mobilen Internets zurückgreifen. Mobile Bezahlverfahren können dabei verschiedene Aufgaben erfüllen:

■ das Bezahlen im (stationären und mobilen) Internet,

- das Bezahlen an Automaten aller Art,
- das Bezahlen gegenüber einer Person (etwa im Kaufhaus oder im Taxi)
- sowie die Übertragung einer Geldsumme zwischen Endkunden.

In Asien bietet beispielsweise Visa mit der Visa-Pay-Wave-Card die Möglichkeit, kontaktlos direkt per Near Field Communications (NFC) durch Vorhalten der Karte an einem gesicherten System des Point of Sale eine Bezahlung durchführen zu können.

American Express: Vernetzung und Kooperation

Ein aktuelles Beispiel für die vielfältigen Möglichkeiten, die mobiles Bezahlen bieten kann, liefert American Express. Das Unternehmen hat Anfang des Jahres seinen neuen Dienst Serve SM vorgestellt: Eine Anwendung, die den Geldtransfer mit Einzelpersonen wie Unternehmen online und mobil ermöglicht – mit lediglich einem Onlinekonto. Um den Dienst zu nutzen, müssen Kunden im Internet oder per Smartphone-App einen Account bei Serve eröffnen. Das Guthaben kann dann vom Bankkonto oder Kreditkarten – oder auch von anderen Serve-Nutzern – aufgeladen werden.

Offline bezahlt wird mit einer wieder aufladbaren Prepaid-Karte überall dort, wo

Zur Autorin

Claudia Sterrer-Pichler ist Geschäftsführerin der Sterrer-Pichler Clauss GmbH, Berlin.

auch American Express akzeptiert wird. Auch kann mit der Karte an Geldautomaten Bargeld abgehoben werden. Im Gegensatz zu anderen Konten bietet Serve die Möglichkeit, schnell und einfach Unterkonten für Freunde, Familienmitglieder oder Kollegen einzurichten. Diese sind dann mit dem Hauptkonto verbunden und können von den jeweiligen Usern für alle möglichen Arten von Zahlungen genutzt werden.

Gleichzeitig bietet Serve durch Kooperationen mit verschiedenen Anbietern, wie zum Beispiel Ticketmaster, seinen Kunden die Möglichkeit, ohne Umwege Konzertkarten zu kaufen. Ebenfalls angeschlossen sind verschiedene Charity-Projekte, für die über Serve gespendet werden kann. Hier tun sich interessante Möglichkeiten auf, die für verschiedene Systeme weiter ausgebaut werden können.

Obopay: Mobile Transaktionen für Kunden und Banken

Ähnlich hinsichtlich des Bezahlverfahrens funktioniert das ebenfalls aus den USA stammende System Obopay. Damit können Banken in kürzester Zeit in das von anderen Finanzdienstleistern dominierte Geschäft der mobilen Transaktionen einsteigen.

So können Kunden Zahlungen per Mobiltelefon, Internetseite oder E-Mail entgegennehmen. Bezahlt wird, indem über die Obopay-Webseite Geld auf andere Plattformen oder direkt auf das Konto des Empfängers transferiert wird. Mit der Debitkarte kann auch direkt vom Konto aus Geld überwiesen werden.

Empfänger können das Geld direkt auf ihr Bankkonto oder auf eine Prepaid-Karte lenken. Die Kunden haben somit weit umfassendere Möglichkeiten, mobile Transaktionen durchzuführen, als sie es mit dem stationären Internet hätten. Und: Auch Banken selbst können Obopay für Transaktionen mit anderen Finanzdienst-

leistern nutzen – ein interessantes Angebot im B2B-Bereich.

Taggo: Bezahlen im Sozialen Netzwerk

Einen Schritt weiter in Richtung Social Networks geht der Serviceanbieter „Taggo“. Mit dieser Anwendung können beliebige mobile Zahlungsmittel direkt mit Facebook-Fanseiten verlinkt werden. Auf diese Weise können bestehende Karten um Loyalitäts- und Bonusprogramme erweitert werden. Eine Möglichkeit für Anbieter ist zum Beispiel, über die Facebook-Fanseite Rabatte zu gewähren, die später bei der Bezahlung mit der Karte automatisch abgerechnet werden, ohne dass hierfür Coupon-Systeme notwendig sind.

Da nach neuesten Umfragen das mobile Internet immer mehr für die Nutzung sozialer Netzwerke verwendet wird, bedeutet die Verknüpfung von Mobile Payment mit dem weltweit größten sozialen Netzwerk eine interessante Option, auch für die Vereinfachung des internationalen Zahlungsverkehrs. „Taggo“ wird derzeit in einem Pilotprojekt in Singapur getestet.

Clair-Mail: Sicherheit und Warnsystem

Eine ganz andere Nutzung des Smartphones steht beim nächsten Beispiel im Fokus: Die Sicherheit. Diesem Aspekt hat sich eine Anwendung des US-Mobile-Banking-Spezialisten Clair-Mail gewidmet: „Fraud Solution“ soll vor Betrug schützen. Die Anwendung ermöglicht Finanzinstituten, in Echtzeit Warnungen an ihre Kunden zu senden. Damit kann der Anwender wesentlich schneller Ausgaben und Transaktionen kontrollieren und Betrugsversuche identifizieren.

Die Anwendung erkennt eigenständig verdächtige Transaktionen und erlaubt dem Nutzer Problemlösungen per Mobiltelefon. Anwender und Banken können auch Warnungen definieren, wenn bestimmte Schwellenwerte überschritten werden. Zu-

dem ist es möglich, festzustellen, wo sich das Mobiltelefon des Kunden gerade befindet, wenn mit dessen Kreditkarte größere Mengen Bargeld abgehoben werden. Die Bank kann somit dem Kunden eine Warnung per SMS schicken, bestimmte Transaktionen zu kontrollieren.

Lohnt sich ein Einstieg ins Mobile Payment?

Diese Beispiele zeigen, dass sich viele Anwendungen für Mobile Payment noch in Entwicklung befinden. Die immer selbstverständlichere Nutzung von Smartphones und der generelle Anstieg der Nutzung des Internets und sozialer Netzwerke gerade durch jüngere Kunden geben einen deutlichen Hinweis darauf, dass sich Banken mit diesem Thema intensiver auseinandersetzen sollten, um Geschäftspotenziale möglichst früh und rasch zu erschließen.

Gerade in der derzeitigen schwierigen Situation für Banken kann das Anbieten mobiler und komfortabler Bezahlösungen ein Weg sein, Vertrauen und enge Kundenbindungen wiederherzustellen. Dabei geht es nicht darum, rasch vereinzelt, unkoordinierte Maßnahmen zu ergreifen, sondern eine umfassende Strategie zur Nutzung des Digital Banking im Allgemeinen und des Digital beziehungsweise Mobile Payment im Besonderen zu entwickeln.

Ein erster Schritt sollte dabei die ausführliche Auseinandersetzung mit den bereits bestehenden Möglichkeiten und Angeboten einerseits und die genaue Analyse der eigenen Kundenstruktur und des dort möglichen Bedarfes an mobilen Lösungen andererseits sein. Vor allem die jüngere Generation sowie Young Professionals nutzen Smartphones sehr häufig. Bei einer entsprechenden Kundenstruktur ist somit das Entwickeln eines Angebots im Bereich Mobile Payment lohnend. Aber auch eine fundierte technische Analyse ist notwendig, da die angebotenen Anwendungen technisch ausgereift, einfach zu bedienen und vor allem sicher sein müssen. ■■■