

Mobile Terminals: Der Handel kann handeln

Von Rainer Sureth



Beim mobilen Zahlen verhalten sich Kunden wie Händler derzeit noch abwartend – zu viele verschiedene Anwendungen konkurrieren. Beide Seiten sehen die Etablierung neuer Zahlverfahren in erster Linie als Aufgabe der Banken. Angesichts der verbreiteten Zurückhaltung gegenüber den Angeboten von Start-Up-Unternehmen ist nun Concardis mit einer Mobile-Payment-Lösung fürs Smartphone am Markt. Denn Rainer Sureth ist sich sicher: Das mobile Zahlen bietet Vorteile für kleine wie große Händler gleichermaßen. Wenn Händler hier selbst aktiv werden, könne die bargeldlose Gesellschaft schneller Realität werden. Red.

Mobile Zahlungsanwendungen für das Smartphone des Kunden werden immer zahlreicher. Die Vielzahl an Lösungen ist aber auch einer der wichtigsten Gründe, warum der Erfolg dieser Anwendungen noch ausbleibt. Eigentlich eine paradoxe Situation, denn: Kartenzahlungen gewinnen auf allen Kanälen immer weiter an Bedeutung. Um Mobile Payment entscheidend voranzubringen, sollten also kartengestützte Zahlungssysteme mit den Vorzügen der ortsunabhängigen Zahlungsabwicklung kombiniert werden. Die komfortable und günstige Lösung: Kartenterminals für mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets.

Verbraucheranwendungen für Mobile Payment genießen derzeit besonders große Aufmerksamkeit. Kein Wunder, versprechen bunte Payment-Apps doch eine Art von Konsum, die sich perfekt in einen modernen Lebensstil fügt: geprägt von hoher Flexibilität, Unabhängigkeit, schnellem Konsum und der ständigen Verfügbarkeit von Waren und Dienstleistungen. Für Händler und Banken sind die vielen Verbraucher-Apps zum Mobile Payment wie ein Vorbote für die ersehnte bargeldlose Gesellschaft.

Händler und Kunden warten ab

Ein Vorbote, dem bislang jedoch nur wenig folgt. Denn gespannt warten die Händler darauf, dass sich abzeichnet, welche Methode, welcher Anbieter oder welche Smartphone-App sich durchsetzt. Keine leichte Einschätzung bei der großen und beinahe täglich wachsenden Zahl von Anbietern. Deshalb ist es nachvollziehbar, dass sich der Handel in dieser Situation mit Investitionen zurückhält und Verbraucher sich ebenfalls nicht entscheiden wollen,

Zum Autor

Rainer Sureth, Vorsitzender der Geschäftsführung, ConCardis GmbH, Eschborn.

welcher Lösung sie mehrheitlich den Vorzug geben.

Neben der bislang geringen Verbreitung und einem fehlenden einheitlichen Standard bremst aber noch etwas den schnellen Erfolg von Mobile Payment: Viele Experten sind sich einig, dass die meisten der existierenden Angebote zumindest momentan einfach keinen Mehrwert bieten, weil sie schlichtweg noch zu langsam und unpraktisch seien im Vergleich zu bereits etablierten schnelleren und komfortableren Zahlverfahren. Und genau zu denen gehören Kartenzahlungen ohne Zweifel. Könnte man also nicht jene klassischen Kartentransaktionen zur Grundlage einer Mobile-Payment-Lösung machen?

Kartenzahlungen als solide Basis

Aktuelle Studien, etwa die der Europäischen Zentralbank oder des Kölner EHI Retail Instituts, zeigen, dass Kartenzahlungen immer beliebter werden. Laut EHI-Untersuchung „Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2014“ hat der Bargeldanteil auch 2013 wieder abgenommen. Gleichzeitig stieg der Kartenumsatz im vergangenen Jahr um rund sieben Milliarden auf 166 Milliarden Euro. Das sind 42,6 Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes im engeren Sinne – also ohne Berücksichtigung des Erwerbs von Kraftfahrzeugen und Kraftstoffen sowie des Kaufs in Apotheken und im Ver-

sandhandel, aber inklusive der Umsätze von Tankstellenshops. Nach Einschätzung der Forscher vom Rhein wird dieser Trend fortbestehen und der Kartenanteil bis zum Jahr 2018 auf fast 49 Prozent steigen.

Setzt sich die Entwicklung der Zahlungsanteile tendenziell fort, werde der Bargeldanteil schon in drei bis vier Jahren weniger als die Hälfte aller Transaktionen ausmachen. Und auch die EZB konstatiert in ihren Untersuchungsergebnissen, dass Kartenzahlungen europaweit gegenüber allen anderen Zahlverfahren im Einzelhandel die größten Wachstumsraten aufweisen.

Die EHI-Studie zeigt außerdem: Der Handel sieht Kunden und Banken nach wie vor im „Lead“, wenn es darum geht, neue Zahlverfahren zu etablieren. Sich selbst sehen nur etwa elf Prozent der befragten Händler in dieser Rolle.

Mit mobilen Kartenterminals zu neuem Schub für die bargeldlose Gesellschaft

Um sich Anteile am Gesamtumsatz im Handel zu sichern, können Händler jedoch deutlich mehr tun, als nur auf die Gunst des Kunden zu warten. Vielmehr kann der Handel Mobile Payment durch den Einsatz von Kartenterminals für Smartphones und Tablets selber aktiv voranbringen.

Dank günstiger mobiler Kartenterminals können Händler zeit- und ortsunabhängig bargeldlose Zahlungen entgegennehmen und somit ihre ganz eigene, händlerbasierte Version von Mobile Payment verwirklichen. Die Systeme basieren für gewöhnlich auf einer mobilen Softwareanwendung und einem Kartenlesegerät für das Smartphone und sind ohne großen Implementierungsaufwand oder hohe Kosten zu realisieren. Zigtausende fahrende Händler, Kioskbesitzer, Handwerker und Taxifahrer können so quasi über Nacht ganz einfach Kartenzahlungen akzeptieren. Kartenterminalsysteme für Mobilgeräte haben dadurch sogar das Po-

tenzial, der bargeldlosen Gesellschaft insgesamt den nötigen Schub zu verleihen.

Ganz nebenbei bauen Händler mit den Systemen zur mobilen Kartenakzeptanz ihr Geschäft aus. Denn sie werden mehr Kunden vom Kauf ihrer Waren und Services überzeugen. Warum? Weil Zahlungskarten den Kunden schlichtweg vertraut sind und sich seit Jahrzehnten bewährt haben. Fast jeder Verbraucher besitzt heute eine Kredit- oder Debitkarte. Millionen Verbraucher warten also eigentlich nur darauf, mit ihren Karten nicht mehr nur im Supermarkt, im Kaufhaus und an der Tankstelle einzukaufen, sondern auch den Schlüsseldienst und den Pizzaboten mit Mastercard, Visa und Co. zu bezahlen. Ein attraktives Szenario für alle Beteiligten.

Vom Bauchladen bis zum Megastore

Natürlich sind mobile Kartenterminals besonders geeignet für Handelsvertreter, fahrende Händler, Taxiunternehmen, Lieferservices und Handwerker – eben all jene, bei denen der Verkauf nicht im Ladengeschäft, sondern unterwegs stattfindet.

Aber auch der stationäre Handel dürfte nicht abgeneigt sein, den Bezahlvorgang von den klassischen Kassensystemen mit zentralem Check-out unabhängig zu machen. Vor allem könnten mobile Kartenterminals das Kassen-Dilemma des Selbstbedienungsmarktes auflösen: Einerseits soll das Bezahlen an der Kasse natürlich möglichst schnell gehen, andererseits erwarten die Kunden eben dort auch einen gewissen Service, beispielsweise beim Umtausch. Mit mobilen Kassen – und genau das sind Kartenterminals für das Smartphone oder Tablet – ließe sich beides im Ladengeschäft leichter verbinden.

Servicemitarbeiter würden also gleichzeitig zu Kassierern, bei denen die Kunden nach der Beratung direkt bezahlen könnten. Die Kunden sparen Zeit, weil sie nicht

an der Kasse Schlange stehen müssen, sind zufriedener und haben aufgrund des insgesamt besseren Einkaufserlebnisses einen höheren Anreiz, bei nächster Gelegenheit wiederzukommen. Schon das bedeutet tendenziell mehr Umsatz für die Händler, von den Ersparnissen für aufwendige zentrale Kassensystemen einmal ganz abgesehen.

Der Handel zieht die Möglichkeit mobiler Kassen bereits heute in Betracht: Laut einer Studie plant über die Hälfte der Einzelhändler (52 Prozent), ihr Verkaufspersonal mit mobilen Endgeräten auszustatten, welche die Kassensystemen integrieren können. Und jedes zehnte Unternehmen macht bereits jetzt von dieser Möglichkeit Gebrauch. Das geht aus der Untersuchung „Kassensysteme 2014“ des EHI hervor. Das Institut hatte für die Studie 55 überwiegend große Handelsunternehmen befragt, die zusammen europaweit mehr als 80 000 Kassen betreiben.

Bargeldeigenschaften und Interchange Fee beschleunigen die Entwicklung

Neben den Umsatzanreizen motivieren auch ganz praktische Erwägungen Händler zu mehr Kartenakzeptanz – und begünstigen die Verbreitung mobiler Kartenterminals somit zusätzlich. Gerade Handeltreibende ohne eigenes Ladengeschäft spüren die Last des Bargelds buchstäblich am eigenen Leib. Wer einmal auf einer Verkaufstour den ganzen Tag kleine Beträge in klingender Münze entgegennehmen musste, der wird sich eine bargeldlose Alternative schnell herbeisehen.

Bevorratung und Abtransport von Bargeld sind außerdem schlichtweg teuer. Selbst die Banken machen deshalb zunehmend Druck. Das Ergebnis: Schon längst nicht mehr können Kunden überall in Europa am Bankschalter beliebig viel Geld einzahlen oder abheben. Bestes Beispiel ist Schweden. Seit 2010 haben die Banken in dem skandinavischen Land ihren Bargeldservice schrittweise eingestellt. Dazu



Verlag und Redaktion:

Verlag Fritz Knapp GmbH
Postfach 111151, 60046 Frankfurt am Main,
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt am Main,
Telefon 0 69/97 08 33-0,
Telefax 0 69/7 07 84 00,
E-Mail: red.karten@kreditwesens.de
www.kreditwesens.de

Herausgeber: Klaus-Friedrich Otto

Chefredaktion: Dr. Berthold Morschhäuser, Swantje Benkelberg, Philipp Otto. **Redaktion:** Barbara Hummel, Petra Uhe, Frankfurt am Main.

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten worden ist. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.

Manuskripte: Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Autor das ausschließliche Verlagsrecht sowie das Recht zur Einspeicherung in eine Datenbank und zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken in jedem technisch möglichen Verfahren. Die vollständige Fassung der Redaktionsrichtlinien finden Sie unter www.kreditwesens.de.

Verlags- und Anzeigenleitung: Uwe Cappel

Anzeigenverkauf:

Hans-Peter Schmitt, Tel. 0 69/97 08 33-43.

Anzeigendisposition:

Anne Guckes, Tel. 0 69/97 08 33-26,
sämtl. Frankfurt am Main, Aschaffener Straße 19.

Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 25 vom 1.1.2014.

Erscheinungsweise: Jeweils am 1. Februar, 1. Mai, 1. August und 1. November 2014.

Diese Ausgabe liegt der Zeitschrift „bank und markt – Zeitschrift für Retailbanking“, Heft 8/2014, als Supplement bei.

Bezugsbedingungen: Abonnementpreise incl. MwSt. und Versandkosten: jährlich € 132,00. Ausland: jährlich € 133,20. Preis des Einzelheftes € 27,50 (zuzügl. Versandkosten).

Studentenabonnement 50% Ermäßigung (auf Grundpreis).

Zusätzliche, kostenlose Serviceleistung für alle „Karten“-Abonnenten: 8x jährlich der „Karten“-Infobrief aus „bank und markt – Zeitschrift für Retailbanking“.

Probeheftanforderungen bitte unter 0 69/97 08 33-25.

Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt.

Bestellungen direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

Bankverbindungen:

Landesbank Hessen-Thüringen – Girozentrale,
Frankfurt am Main IBAN: DE 7350 0500 0000 1055 5001,
BIC: HELA DEFF
Postbank Frankfurt IBAN: DE 9650 0100 6000 6048 2609,
BIC: PBNK DEFF

Druck: Druckerei Hassmüller Graphische Betriebe GmbH & Co. KG, Königsberger Straße 4, 60487 Frankfurt am Main.
ISSN 0937-597X

passt, dass die Schweden den Schokoriegel am Kiosk, die Kirchenkollekte und teilweise selbst eine Spende an Obdachlose auf der Straße mit Kreditkarte zahlen können. Wie weit die Abkehr vom Bargeld dort bereits vollzogen ist, zeigte Björn Ulvaeus, ehemals Mitglied der schwedischen Popgruppe Abba, in einem Selbstversuch. Ein Jahr lang lebte der Musiker ohne Bargeld. Was ihn nach eigener Aussage am meisten gestört hat: dass man ein Münze brauchte, um im Supermarkt einen Wagen auszuleihen. Wer weiß, vielleicht ist selbst das mittlerweile nicht mehr nötig, immerhin hat Ulvaeus das Experiment schon vor ein paar Monaten beendet.

Neben dem aufwendigen Handling und den damit verbundenen Kosten ist es auch das Risiko von Überfällen, das die Banken überall in Europa dazu bewegt, auf Bargeld verzichten zu wollen. Eine Entscheidung, die sich empirisch begründen lässt: Eine Studie von sechs US-Wissenschaftlern der Universität Missouri-St. Louis ergab, dass bargeldlose Transaktionen zu einer Reduktion der Kriminalitätsrate führen.

Hinzu kommt: Die Begrenzung und Vereinheitlichung der Interbankenentgelte durch die EU wird Kartenzahlungen für Händler kostengünstiger und somit auch attraktiver machen. Das sorgt im Handel insgesamt für eine höhere Bereitschaft zur Akzeptanz von Karten, vor allem von Kreditkarten. Denn die rücken durch die Deckelung kostenmäßig deutlich in die Nähe des aktuellen Gebührenniveaus von Debitkarten.

Skepsis gegenüber Start-Up-Anbietern

Derzeit machen mehrere Anbieter das Mobilgerät des Händlers zum Kartenterminal und damit zur Kasse. Bis jetzt sind jedoch fast ausschließlich Start-Up-Unternehmen wie Sum-Up, i-Zettle, Streetpay und Payleven im Bereich der händlerinitiierten mobilen Zahlungen aktiv. Die Prognose: Händ-

ler werden – ähnlich wie bei all den neuen Anbietern mobiler Zahlungslösungen für die Verbraucherseite – zum Teil Bedenken haben, sich beim wichtigen Thema Zahlungsabwicklung auf relativ unerfahrene Player wie diese zu verlassen. Deshalb bietet Concardis Händlern als erstes deutsches Acquiring-Unternehmen ab sofort ein Zahlungskartenterminal für das Smartphone. Zwanzig ausgewählte Vertragspartner werden die Mobile-Payment-Lösung in den kommenden Wochen ausgiebig testen können. Ab Ende dieses Jahres steht „Concardis Optipay“ dann auch allen anderen Händlern zur Verfügung.

Die Zukunft mit NFC: Karten bleiben

Es zeigt sich: In Zukunft wäre die Zahlung mit Kreditkarte und Co. dank mobiler Kassenslösungen flächendeckend endlich auch an Kiosken, auf Märkten, bei Handwerkern und Lieferservices möglich. Weil sie somit stark zur Verbreitung mobiler Zahlverfahren auf Akzeptanzseite beitragen, können mobile Kartenterminals die bargeldlose Gesellschaft ein entscheidendes Stück voranbringen.

Ergänzt wird diese Entwicklung besonders gut durch den Funkstandard NFC, der laut Experten schon bald eine Alltagstechnologie sein wird. So könnten auch EMV-Chip-Terminals für Smartphones zukünftig um eine integrierte Kontaktlosfunktion erweitert werden. Das macht die Zahlung noch schneller und komfortabler. Außerdem entsteht somit die Möglichkeit, auch andere Zahlungsmittel mit integriertem NFC-Chip am mobilen Händlerterminal zu nutzen, seien dies das Mobilgerät des Kunden, seine Armbanduhr oder vielleicht eines Tages auch sein Handrücken.

Ob die Karte bei der Zahlung physisch anwesend ist oder nicht: Auch in Zukunft werden die Transaktionen über die Kredit- oder Debitkarte abgerechnet. Denn sie bilden nach wie vor das zentrale und entscheidende Element der allermeisten mobilen Zahlungslösungen.