Durchbruch mit der Girocard?

sb ▬ „Mobiles Bezahlen" ist ein Begriff, der nicht ganz klar definiert ist. Zum einen ist das der Bezahlprozess im Rahmen von Online-Käufen, die mithilfe eines mobilen Endgeräts abgewickelt werden. Hier dürfte Deutschland in der internationalen Entwicklung mithalten. Schließlich blüht der Online-Handel. Und immer mehr Deutsche nutzen für solche Einkäufe im Internet ein Tablet oder Smartphone. Als mobiles Bezahlen werden diese Transaktionen vom Verbraucher aber kaum empfunden.

Szenario Nummer zwei sind Bezahlvorgänge zwischen Privatpersonen, etwa wenn es darum geht, Geld für ein Geschenk oder das Bezahlen einer Rechnung einzusammeln oder jemandem einen ausgelegten Betrag zurückzuerstatten. Hier stoßen Handy-zu-Handy-Bezahlverfahren in eine echte Lücke vor, die die klassischen Kartensysteme über lange Zeit aus verschiedenen Gründen nicht schließen konnten. Der Erfolg nicht zuletzt der kreditwirtschaftlichen Angebote wie Kwitt spricht für sich.

Quelle: BVR

Ganz anders sieht es beim mobilen Bezahlen an der stationären Ladenkasse aus. Diesem Mobile Payment im engeren Sinn ist zwar schon häufig der Durchbruch vorausgesagt worden. Alle diese Prognosen haben sich aber nicht erfüllt. Das liegt zum einen daran, dass die Kunden im Bezahlen per Smartphone nur sehr begrenzten Mehrwert im Vergleich zur Kartenzahlung sehen – vor allem wenn auch Letztere kontaktlos erfolgen kann und entsprechend schnell geht. Es liegt aber auch an einem Überangebot an Einzellösungen. Zur Erinnerung: Angefangen hat das Bezahlen per Smartphone mit speziellen Apps einzelner Händler – sicher kein Erfolgsrezept für den Massenmarkt, dafür ist das Modell zu umständlich. Natürlich gibt es auch Wallet-Lösungen, initiiert zum Beispiel von Mobilfunkanbietern, die das Bezahlen überall dort ermöglichen, wo kontaktlosfähige Terminals stehen und die hinterlegten Karten akzeptiert werden. Knackpunkt hierbei ist die Tatsache, dass normalerweise nur die Kreditkarte hinterlegt werden kann. Und die ist in Deutschland für Alltagseinkäufe eben häufig immer noch nicht die Karte der Wahl. Sondern elektronisches Zahlungsmittel Nummer eins ist die Girocard. 1,54 Milliarden Transaktionen im ersten Halbjahr 2017 mit einem Umsatz von 78 Milliarden Euro und ein Anteil von bald einem Viertel an den Umsätzen des Einzelhandels sprechen für sich.

Aufgerollt werden kann der Markt für das mobile Bezahlen also vermutlich nur über die Debitkarte der deutschen Kreditwirtschaft. Damit steht und fällt der Erfolg des mobilen Bezahlens in Deutschland mit dem entsprechenden Engagement der Banken und Sparkassen. Mit Blick auf die Marktanteile bei den privaten Kunden spielen dabei die Sparkassen und Genossenschaftsbanken die wichtigste Rolle. Dass beide Verbünde daran arbeiten, die Girocard „mobil" zu machen, sie also digitalisiert ins Smartphone zu bringen, ist insofern eine gute Nachricht. Im kommenden Jahr soll das dann richtig losgehen. Die Genossenschaftsbanken haben für das erste Halbjahr 2018 einen Endkundenpiloten angekündigt, die Sparkassen wollen im zweiten Halbjahr mit dem Rollout des mobilen Bezahlens beginnen, wobei sowohl Kreditkarten als auch die Sparkassen-Card, also die Girocard, hinterlegt werden kann.

Auch dann werden die Kunden sicher nicht massenweise von heute auf morgen die Karte stecken lassen und dafür an der Kasse das Smartphone zücken. Denn die Veränderung des Bezahlverhaltens ist ein evolutionärer Prozess. Die Chancen für den Erfolg des mobilen Bezahlens werden aber mit Girocard mobile zweifellos steigen – vor allem bei solchen Kunden, die schon bei Handy-zu-Handy-Zahlungen das mobile Bezahlen als komfortabel empfunden haben. Das Mobile Payment wäre dann der erste Bereich, in dem tatsächlich ein kreditwirtschaftliches System, noch dazu ein nationales, den Durchbruch vor internationalen Verfahren oder auch den Systemen der Internet- und Technologiegiganten erreichen könnte. Man darf gespannt sein. ▬

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH