

Karten-Blickpunkte

Kontaktloses Zahlen

Verschenkte Potenziale

Nicht alles, was die Deutsche Kreditwirtschaft in Sachen Payment-Innovationen auf den Weg gebracht hat, hat sich in der Praxis als Erfolg erwiesen, schon gar nicht immer als schneller Erfolg. Das scheint beim kontaktlosen Bezahlen mit der Girocard anders zu sein, das von den Verbrauchern ungewöhnlich schnell angenommen wird. Und doch scheint es, als ob selbst hier die Potenziale noch nicht ausgeschöpft werden – aus schlichtem Unwissen der Verbraucher.

29 Prozent der Girocard-Inhaber gaben im Juni bei einer Allensbach-Umfrage im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme an, über eine Girocard mit Zahlungsfunktion zu verfügen. Sowohl die Genossenschafts- als auch die Sparkassenorganisation haben jedoch mittlerweile mehr als die Hälfte ihrer Karten mit NFC-Technologie ausgestattet. Bei der Reichweite der beiden Verbände im Privatkundengeschäft ließen sich die 29 Prozent somit kaum in dem Fall erklären, dass die übrigen Kreditinstitute sich der Kontaktlos-Technologie prinzipiell verweigern würden, was indessen nicht der Fall ist. Das Umfrageergebnis kann somit nur eines bedeuten: Es muss eine erkleckliche Anzahl an Kunden geben, die zwar über eine kontaktlose Karte verfügen, dies aber noch gar nicht wahrgenommen haben.

Die hier – wieder einmal – offenbar werdenden Kommunikationsdefizite (die Geldkarte lässt grüßen) sind angesichts der auch so zu verzeichnenden dynamischen Entwicklung vermutlich zu verschmerzen. Denn die Erfahrung zeigt, dass neue Bezahlfverfahren an der Kasse auch zur Nachahmung anregen. Je häufiger also jene Karteninhaber, die sich der

Kontaktlosfunktion ihrer Karte gar nicht bewusst sind, andere durch Vorhalten der Karte bezahlen sehen, umso mehr steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sie das irgendwann für das normale Verfahren halten und es selbst ausprobieren, ohne eigentlich zu wissen, ob ihre Karte NFC-fähig ist. Das heißt aber nicht, dass die Kommunikation der neuen Funktion nicht noch optimiert werden könnte. Die Aussagekraft so manches Begleitschreibens zur neuen Karte hält sich immer noch sehr in Grenzen.

Red.

Marktforschung

Ohne staatliche Aufsicht

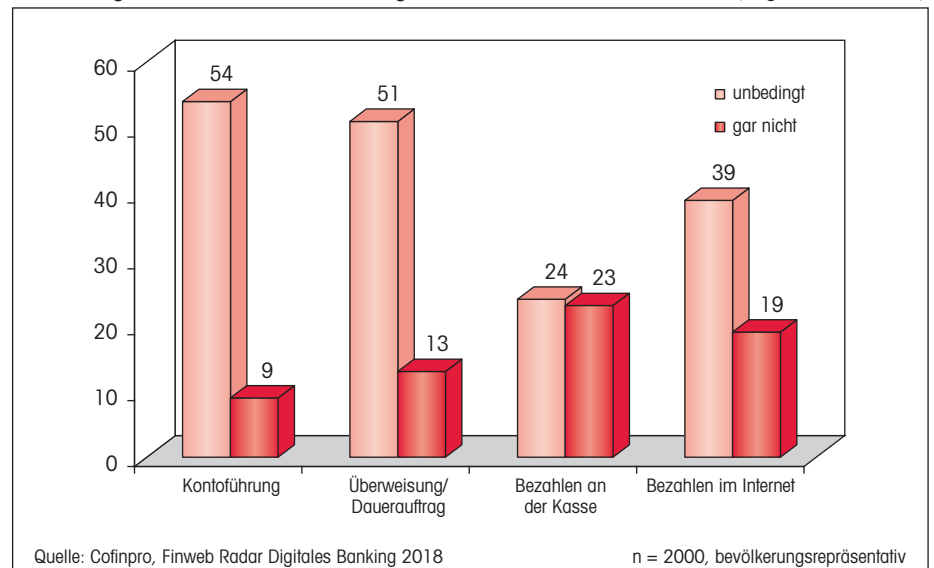
Payment ist kein Thema, das Verbrauchern besonders am Herzen liegt; es ist schlicht ein Mittel zum Zweck. Wie dieser Zweck erreicht werden kann, das ist Verbrauchern zunehmend egal. 89 Prozent der Deutschen können sich laut „Finweb Radar Digitales Banking 2018“ grundsätzlich vorstellen, ihren Zahlungsverkehr über Nichtbanken abzuwickeln. Selbst unter den über 50- bis 65-Jährigen, die

den alternativen Anbietern mit der größten Skepsis gegenüberstehen, sind es noch 83 Prozent.

Und die Offenheit gegenüber Nichtbanken im Zahlungsverkehr wächst. Über alle Altersgruppen hinweg ist sie von 2017 bis 2018 um zwei Prozentpunkte gestiegen. In besonderem Maße gilt das erwartungsgemäß für die jüngeren Altersgruppen. Unter den über 50-Jährigen ist die Gruppe jener, die sich die Abwicklung ihres Zahlungsverkehrs über Nichtbanken gar nicht vorstellen können, sogar um einen Prozentpunkt auf 17 Prozent gestiegen. Auch dieser Wert zeigt jedoch, wie sehr sich die etablierten Anbieter weiterhin anstrengen müssen, ihre Kunden zufriedenzustellen. Nur 11 Prozent der Befragten sind gar nicht bereit, für den Zahlungsverkehr zu Nichtbanken zu wechseln. Zum Vergleich: Im Kreditgeschäft und bei der Geldanlage beträgt dieser Anteil 37 beziehungsweise 35 Prozent.

Der Anbieter wird also immer austauschbarer – Hauptsache, es ist sicher, kostengünstig und einfach. Diese drei Punkte

Notwendigkeit einer Bank im Zahlungsverkehr aus Verbrauchersicht (Angaben in Prozent)



führen mit Nennungen von 80 Prozent, 73 Prozent und 51 Prozent das Ranking der wichtigsten Kriterien an.

Sogar die Verfügbarkeit mit jedem Gerät (30 Prozent) ist den Befragten wichtiger als die Abwicklung über ein Unternehmen, das der staatlichen Aufsicht untersteht (26 Prozent) oder ein traditionelles Unternehmen mit hoher Verlässlichkeit (18 Prozent). Woher dann das hohe Maß an Sicherheit kommen soll, darüber machen sich die Menschen offenbar weniger Gedanken. Die Bedeutung der staatlichen Aufsicht hat aus Sicht der Befragten im Vorjahresvergleich sogar um zwei Prozentpunkte abgenommen. Schnelle Prozesse und die Verfügbarkeit rund um die Uhr und mit jedem Gerät werden stattdessen wichtiger.

Interessant sind die Befragungsergebnisse mit Blick auf die Preissensitivität. Die Kosten sind zwar für alle Altersgruppen das zweitwichtigste Kriterium in Sachen Zahlungsverkehr. Allerdings scheint das Preisbewusstsein bei den jüngeren Kunden abzunehmen. Während die Kosten von 78 Prozent der über 50-Jährigen und von 75 Prozent der 35- bis 49-Jährigen als wichtiger Punkt genannt werden, sind es unter den 18- bis 34-Jährigen „nur“ noch 65 Prozent. Für wirklich attraktive Services könnte diese Zielgruppe somit in überschaubarem Umfang zahlungsbereit sein.

Wenn es ums Konto geht, geben 54 Prozent der Studienteilnehmer zu Protokoll, dafür „unbedingt“ eine Bank zu benötigen. Wenn es um das Bezahlen am PoS oder im Internet geht, scheint die Bank indes immer entbehrlicher zu werden. Für das Bezahlen im Internet brauchen immerhin noch 39 Prozent unbedingt eine Bank, an der Ladenkasse sind es 24 Prozent. Fast ebenso finden, dass die hier ihre Bank gar nicht benötigen. Durchgeführt wurde die bevölkerungsrepräsentative Studie übrigens im Juni 2018 – also noch vor der Kooperation von Paypal mit Google Pay. **Red.**

Mobile Payment

Wann kommen die Chinesen?

Google, Apple, Facebook und Amazon (GAFA) gelten der Payment-Branche längst als Wettbewerber, auch in Deutschland. Dass sie noch nicht überall spürbar sind und etwa Apple Pay hierzulande noch nicht verfügbar ist, macht dabei keinen Unterschied. Mittlerweile rechnen viele Marktteilnehmer auch damit, dass es bald nicht mehr nur Wettbewerber US-amerikanischen Ursprungs sein werden, die in den Wettbewerb eingreifen, sondern auch zunehmend solche aus dem asiatischen Raum. Vor allem richtet sich der Blick dabei auf Wechat Pay und Alipay.

Zumindest was die Akzeptanz angeht, machen beide hierzulande kräftige Fortschritte, ebenso wie Union Pay. Die diesbezüglichen Meldungen kommen stetig. Schließlich sind die Betreibergesellschaften ebenso interessiert daran, ihren Kunden auch außerhalb der Heimat ein möglichst dichtes Akzeptanznetz zu bieten, wie es die Akzeptanten sind, sich die Umsätze der als ausgabenfreudigen chinesischen Touristen nicht entgehen zu lassen. Finnland, so meldete Alipay im Oktober, ist das erste Land in Europa mit einer flächendeckenden Alipay-Akzeptanz (zumindest dort, wo Chinesen sie typischerweise nachfragen).

Aber wann werden diese Anbieter ihre Dienste auch europäischen beziehungsweise deutschen Kunden anbieten? Diese Frage ist bisher schwer zu beantworten. Zum einen liegt die Expansion in anderen asiatischen Märkten naturgemäß näher, wo auch die Nutzungsgewohnheiten der Verbraucher den chinesischen vermutlich ähnlicher sind. Ein anderer Punkt sind vermutlich die gesetzlichen Rahmenbedingungen in Europa.

An dieser Stelle ist die Regulierung eher aufseiten der etablierten Anbieter – vor allem mit Blick auf den Datenschutz.

Dass der in China nicht eben groß geschrieben wird und das neue „Sozialkreditsystem“ auch den Zugriff des Staates auf Payment-Informationen verlangt, ist bekannt. Mit den europäischen Datenschutzregeln dürften deshalb viele Praktiken der chinesischen Payment-Systeme schwer vereinbar sein. Hier wären vermutlich zumindest größere Anpassungen erforderlich. Das heißt nicht, dass sich die Chinesen in Europa dauerhaft auf das Akzeptanzthema beschränken werden. Aber vielleicht tun sie das zumindest so lange, bis sich das mobile Bezahlen auch hierzulande etabliert hat und darum herum neue Services entstanden sind, so dass der künftige Wettbewerb nicht gar so ungleich ausfällt. **Red.**

Mobile Payment

Bluecode als europäisches System

Mit seiner Klage darüber, dass europäische Anbieter im Markt der Payment-Lösungen international keine bedeutende Rolle spielen, und seiner Forderung nach einem europäischen Payment-System, das die Abhängigkeit von außereuropäischen Anbietern verringert, hat EZB-Direktoriumsmitglied Yves Mersch nicht alle in der Payment-Branche begeistert. Grundsätzlich sind sich zwar alle einig, dass europäische Lösungen Vorteile vor allem in Sachen Datenschutz haben. Die Umsetzung steht auf einem ganz anderen Blatt.

In diese Lücke will das Wiener Start-up Bluecode International AG mit ihrem Strichcode-basierten Mobile-Payment-Verfahren vorstoßen. „Bluecode ist das Vorzeigemodell eines bisher nicht existenten europäischen Zahlungsnetzwerks für mobile Zahlungen“, heißt es in einer Pressemeldung vom 25. Oktober ganz bescheiden. Bluecode sei die erste paneuropäische Mobile-Payment-Lösung, die bargeldloses Bezahlen per Android-Smartphone, i-Phone und Apple Watch gemein-

sam mit Value Added Services wie Bonusprogramme in einer App ermöglicht. Die Lösung funktioniert mit jedem Girokonto und ist unabhängig von der Übertragungstechnologie (Barcode, QR-Code, Bluetooth, NFC) einsetzbar. Alle Bank- und Handelspartner können das Verfahren direkt in ihre eigene Mobile App integrieren. So bleiben nicht nur Daten und Einnahmen, sondern die gesamte Kundeninteraktion in Europa.

Ausgehend von Österreich, wo Bluecode bereits bei 85 Prozent der Lebensmittelhändler implementiert ist, will das Fintech nun Europa erobern. Nach erfolgreichen Pilotprojekten mit Instituten der Sparkassen-Finanzgruppe, als offizielles Mobile-Payment-Verfahren des Münchner Oktoberfestes und Handelsunternehmen wie Globus und Konsum sowie dem 1. FC Köln, soll der deutschlandweite Ausbau starten. Als erster deutscher Händler bietet die Globus-Gruppe Bluecode bundesweit an. Geschäftsführer Olaf Schumacher lässt sich mit der Aussage zitieren, Bluecode sei im Vergleich zu anderen Zahlungsarten deutlich effizienter und auch mit Mehrwertprogrammen verknüpfbar.

Ein Meilenstein für die internationale Expansion von Bluecode ist die Partnerschaft mit Alipay, nicht nur in Märkten, in denen das Unternehmen bereits vertreten ist (Österreich, Deutschland, Frankreich, Spanien, Großbritannien und Irland), sondern auch in neuen Märkten wie Italien, Nord- und Osteuropa. Dass sich die Chinesen von dem System haben überzeugen lassen, sei ein „Musterbeispiel dafür, dass auch nichteuropäische Lösungen zukünftig über ein europäisches System abgewickelt werden. Ob das ausreichen wird, damit sich Bluecode langfristig durchsetzen oder wenigstens behaupten kann, bleibt abzuwarten. Denn im Wettbewerb spielt schließlich nicht nur die europäische Perspektive eine Rolle, sondern auch die Eigeninteressen aller Beteiligten. Und die werden nicht in jedem Fall für Bluecode sprechen. Dass Bluecode für die internationale Expansion ihres europäischen

Systems den Schulterschluss mit den Chinesen suchen, zeigt jedoch einmal mehr, dass es sich für die Branche lohnt, die asiatischen Anbieter genau im Blick zu behalten. Die Teilnehmer der Studie „Mobile in Retail 2018“, für die GS1 Germany im August 2018 Händler, Markenartikelhersteller sowie Banken befragt hat, waren sich jedenfalls sicher: Spätestens im Jahr 2023 werden Alipay und Wechat für europäische Nutzer verfügbar sein. **Red.**

Kommunikation

Von Zwangstrennung und Ruhestand

Euro Kartensysteme hat die Scheidung eingeleitet: nämlich die von Karte und PIN. „Trennung muss sein!“, so die Botschaft einer aktuellen Kampagne – aus Sicherheitsgründen, auch wenn in einer animierten Version des Motivs dabei bei der Karte die Tränen fließen.



Quelle: Euro Kartensysteme

Gestartet ist die Kampagne am 22. Oktober. Insgesamt fünf Wochen lang soll sie in 35 Städten auf Großflächenplakaten zu sehen sein, parallel dazu als animiertes Bild auf Facebook. Seit dem 1. November lautet es bis zum Jahresende in 95 Märkten in 15 Städten auch auf den Trennstäben an der Kasse: „Trennung muss sein!“

So lustig und aufmerksamkeitsstark diese Kampagne auch sein mag – im Grunde hat sie doch einen wenig erfreulichen Hintergrund. Dass es noch immer nicht gelungen ist, das Aufschreiben der PIN auf der Karte oder das gemeinsame Aufbe-

wahren der beiden effektiv auszumerzen, ist kein Rumesblatt für die Banken. Hier zeigt sich einmal mehr ein Defizit in der Kommunikation, vielleicht auch in der technischen Weiterentwicklung.

Gewiss hätte man schon seit Jahren sehr viel intensiver auf die Sicherheitsrisiken hinweisen müssen, wenn Karte und PIN gemeinsam im Geldbeutel herumgetragen werden. Dass entsprechende Hinweise im Anschreiben sich keiner hohen Wahrnehmung erfreuen, ist schließlich hinreichend bekannt. Vielleicht hätte man auch die Wunsch-PIN früher einführen (und die Möglichkeit, die PIN zu ändern, besser herausstellen) können. Und vielleicht wird es auch einfach Zeit, die PIN etwa durch den Fingerabdruck zu ersetzen. Zwar kann auch der von Hackern bei den Meldeämtern abgegriffen werden, wie vor einiger Zeit bekannt wurde. Dafür würde das Sicherheitsrisiko des PIN-Zettels im Portemonnaie ausgehebelt.

Mit Blick auf die USA sind dies allerdings noch Luxusprobleme. Dort trommelt Mastercard mit einem Online-Video jetzt erst einmal dafür, das Unterschriftsfeld auf der Karte und die Unterschrift auf dem Zahlungsbeleg in Rente zu schicken und durch zeitgemäßere Authentifikationsmethoden abzulösen. Denn auch in den USA ist inzwischen der EMV-Chip auf dem Vormarsch. Einer US-Umfrage von Mastercard zufolge haben ohnehin nur 40 Prozent ihre Karte tatsächlich unterschrieben. Die übrigen sehen keinen Sinn darin.



Quelle: Mastercard

Ab April 2019 sind deshalb Mastercard-Emittenten nicht mehr verpflichtet, auf der Kartenrückseite ein Unterschriftsfeld vorzusehen. Das gilt global. Auch in Deutsch-

land wird die Kombination von Chip und PIN auch bei Kreditkartenzahlungen deshalb wohl zunehmen. Damit schließt sich der Kreis. Denn je mehr PINs der Kunde sich merken muss, umso wichtiger wird es, dass er diese zumindest frei wählen kann, damit er sie eben nicht aufschreiben muss. **Red.**

Datenschutz

Chinesische Verhältnisse?

Digitale Spuren aus der Nutzung von Kreditkarten können verwendet werden, um urbane Lebensstile abzubilden und die menschliche Mobilität zu verstehen, und damit für die Stadtentwicklung zum Einsatz kommen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Massachusetts Institute of Technology, des University College London und der University of California, Berkeley. Das wiederum erleichtert eine sinnvolle Stadtentwicklung.

Für die in „Nature Communications“ veröffentlichte Studie verwendeten die Forscher anonyme und aggregierte Kreditkartendaten aus einer Großstadt, die es ihnen ermöglichten, die städtische Bevölkerung in sechs Gruppen aufzuteilen. Ältere Frauen dominierten dabei die „Homemaker“-Gruppe mit den geringsten Ausgaben und der geringsten Mobilität und den Lebensmittelkäufen als Kernaktivität. Die Gruppe „Pendler“ bestand hauptsächlich aus Männern, die am weitesten vom Stadtkern entfernt lebten. Junge Menschen können in zwei Gruppen aufgeteilt werden, wobei die jüngeren den größten Teil ihrer Ausgaben für Taxis aufwenden. Die etwas ältere Gruppe gibt ihr Geld auch für Computernetze und Informationsdienste aus, tätigt insgesamt überdurchschnittliche Ausgaben und bewegt sich dabei vor allem im Stadtzentrum.

Der Ansatz, der die Verhaltensdynamik der menschlichen Mobilität mit sozioökonomischen und demografischen Informationen verbindet, könnte es den

Wissenschaftlern zufolge politischen Entscheidungsträgern ermöglichen, fundiertere Entscheidungen über die Zuweisung von Ressourcen zu treffen, um sozioökonomische Ungleichheiten, Wirtschaftswachstum und den sozialen Zusammenhalt zu verbessern. Auch Handy-Daten würden bereits für die Transportplanung verwendet.

Theoretisch mag das alles sicher richtig sein. Ob sich dieser Ansatz allerdings auf Deutschland übertragen ließe, ist fraglich. Zum einen müsste man hierzulande die Basis verbreitern und auch Girocard-Transaktionen in die Analyse mit einbeziehen, um aussagefähige Daten zu erhalten. Zum anderen – und das ist wohl eher der Knackpunkt – setzt das voraus, dass sich öffentliche Stellen Zugriff auf Transaktions-

daten verschaffen – und sei es auch nur anonymisiert.

Sollte es ein solches Ansinnen geben oder sollten gar entsprechende Aktivitäten an die Öffentlichkeit gelangen, dann wäre der öffentliche Aufschrei gewiss, ist doch das Erstellen von Bewegungsprofilen seit jeher ein Schreckgespenst für Daten- und Verbraucherschützer. Die weitere Bargeldsubstitution würde durch den Einblick der Politik in Bewegungsmuster und Ausgabeverhalten der Bevölkerung hierzulande sicher nicht befördert werden. In China mit der flächendeckenden Überwachung der Bürger mag, was die Wissenschaftler vorschlagen, durchaus nützlich sein. In Deutschland wird die Payment-Branche es wohl aus gutem Grund nicht unterstützen oder von sich aus ins Gespräch bringen. **Red.**