

Pokern um Apple Pay: Ein Spiel auf Zeit

sb ■ Bei der Deutschen Bahn ist der Begriff „in Kürze“ extrem dehnbar. Er kann mancherlei bedeuten. Der Zug ist seit zwei Minuten weg, der Zug kommt gleich oder auch: Bis auf Weiteres ist gar kein Zug zu erwarten. Ganz so schlimm ist es bei Apple Pay nicht. Und doch hat die Aussage „kommt bald“ zu mancherlei Spekulationen angeregt.

Die Unsicherheit darüber, wann das Apple-eigene Mobile-Payment-Verfahren, dem schon so oft die Markteinführung in Deutschland als unmittelbar bevorstehend vorausgesagt worden war, nun tatsächlich startet, mag ein Stück weit Absicht sein. Man macht es spannend, damit i-Phone-Nutzer sich umso länger darauf freuen können wie einst diejenigen, die vor den Apple Stores campierten, um unter den Ersten zu sein, die ein neues Modell erwerben konnten. Übertragen auf das mobile Bezahlen würde das vermutlich bedeuten, das mit Spannung erwartete neue Bezahlfahrer gleich auszuprobieren, wenn es denn endlich verfügbar ist.

Die Verbände zeigen sich zurückhaltend

Das vage „kommt bald“ auf einer speziellen deutschen Apple-Pay-Seite im Internet kann aber ebenso gut darauf hindeuten, dass es mit entsprechenden Vereinbarungen mit der Kreditwirtschaft doch noch langsamer vorangeht als erwartet. Die Deutsche Bank hat sich bereits explizit als Launch-Partner geoutet. Doch Apples Aussage: „funktioniert mit den wichtigsten Bankkarten“ ist zweifellos

übertrieben, solange nur die „üblichen Verdächtigen“ an Bord sind – Comdirect, Fidor Bank, Hanseatic Bank, Hypovereinsbank und N26.

Knackpunkt sind unverkennbar die beiden Verbände. DZ-Bank-Vorstand Thomas Ullrich hat im Herbst dieses Jahres ganz unmissverständlich klargestellt: Die Genossenschaftsbanken wollen Apple Pay nicht ausschließen. Sie werden es aber keinesfalls um jeden Preis einführen. Bei den Sparkassen ist die Sichtweise ganz ähnlich. Man prüft, sieht aber keinen Handlungsdruck. In der von Apple genannten Liste der „wichtigsten“ Bankkarten kommen die Sparkassen wie auch die Genossenschaftsbanken deshalb Mitte November noch nicht vor.

Apple unter Zeitdruck

Die beiden Verbände tun vermutlich auch gut daran, sich Zeit zu lassen – ist doch der Zeitdruck für sie ungleich geringer als für Apple selbst. Nachdem sich das Technologieunternehmen endlich offiziell zu einem tatsächlich bevorstehenden Markteintritt in Deutschland bekannt hat, werden Nutzer erwarten, dem auch Taten folgen zu lassen und die Aussage „kommt bald“ nicht so zu überdehnen, wie es Bahnfahrer von der Bahn kummervoll gewohnt sind.

Damit dieser Start dann kein Fehlstart wird, weil durch eine allzu begrenzte Anzahl der Bankpartner der Anteil derjenigen Kunden, die Apple Pay tatsächlich nutzen können, enttäuschend gering ist, kann

davon ausgegangen werden, dass diese Situation die Verhandlungsbasis für die beiden Verbände eher verbessert. Sie können sich das Pokern leisten.

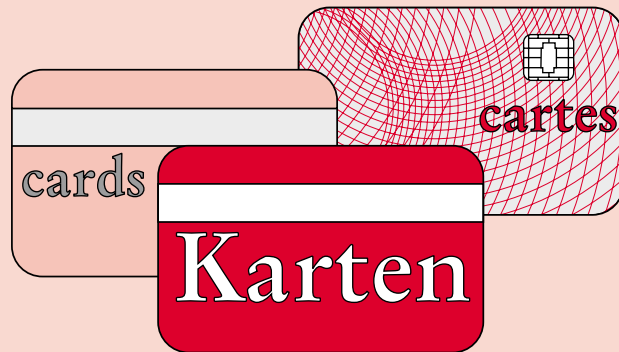
Das Rad nicht überdrehen

Doch auch sie sollten das Rad nicht überdrehen. Apple kann nicht um jeden Preis auf Sparkassen und Genossenschaftsbanken warten. Und wenn sie Apple Pay nicht unterstützen, dann tun das andere. Und je mehr das werden, umso mehr wird wiederum der Handlungsdruck auf die Verbände steigen, wollen sie die i-Phone-Nutzer unter ihren Kunden nicht an den Wettbewerb verlieren und zugleich ihre Verhandlungsposition verschlechtern. Man muss nicht immer und überall bei den Ersten sein. Eine Nachzügler-Rolle tut aber meistens auch nicht gut.

Im Grunde zeichnet es sich ab, dass Kreditinstitute in Deutschland sich Apple Pay nicht mehr sehr lange werden verweigern können. Noch ist eine Unterstützung des Verfahrens nicht wettbewerbskritisch. Doch in dem Maße, wie das mobile Bezahlen in Deutschland Verbreitung finden wird, könnte es das vielleicht überraschend schnell werden.

Selbst unter Zugzwang gesetzt

In gewissem Sinne hat sich die deutsche Kreditwirtschaft insofern durch das Vordringen des mobilen Bezahlers per Girocard und die Integration digitaler Karten in ihre Apps selbst unter Zugzwang gesetzt. Das soll freilich nicht heißen, dass es falsch gewesen wäre, diese Themen zu verfolgen, bei denen Deutschland ohnehin international nicht vorne ist. Als Folge gilt es aber nun, das richtige Zeitfenster für Apple Pay zu finden.



Marktnotizen

Erste biometrische Karte in Europa im Test

Die italienische Bank Intesa Sanpaolo und Mastercard haben mit Nutzern in Turin, Mailand und Rom einen auf 16 Wochen angelegten Test einer biometrischen, kontaktlosen Zahlungskarte gestartet. Die Authentifikation erfolgt dabei per Fingerabdruck. Die Erhebung der biometrischen Daten erfolgt an Fingerabdruck-Scannern in den Filialen. Die Daten werden auf dem Chip gespeichert. Beim Bezahlen wird die Karte ans Terminal gehalten und der Dauernutzer auf den Sensor der Karte gehalten.

American Express bei Lidl

American Express und Lidl haben ihre Partnerschaft bekanntgegeben. Seit Ende Oktober akzeptieren alle rund 3200 Filialen des Lebensmittel-Discounters die Kreditkarten von American Express.

Twint bei Migros, SBB und Nespresso

Das Schweizer Mobile-Payment-System Twint hat weitere große nationale Akzeptanzpartner gewonnen: Nespresso, die Schweizer Bundesbahnen (SBB) und die Migros-Gruppe. Die Migros-Gruppe hat die Bezahl-App in allen ihren Supermärkten und in sechs ihrer Fachmärkte an der Kasse sowie online integriert. Bereits seit März 2018 wird Twint in der „M-App“ des Lebensmittel-filialisten eingesetzt. Seit dem 1. November kann zusätzlich in über 800 Migros-Filialen an rund 10000 Kassen via QR-Code mobil bezahlt werden. Neben den

Supermärkten der Migros wurde die Bezahl-lösung auch in den Fachmärkten Melectronics, SportXX, Do it + Garden, Micasa, Bikeworld und Interio an der Kasse und online integriert. Ab 5. Januar 2019 können auch die täglich über 1,26 Millionen Kunden der SBB per Twint bezahlen. Anfänglich steht die Bezahloption nur auf SBB Mobile und SBB.ch zur Verfügung. Die Fahrkartenautomaten und Reisezentren sollen bis Mitte 2019 folgen. Insgesamt gibt Twint die Anzahl der Akzeptanzstellen jetzt mit über 75000 an, die Anzahl der Nutzer mit mehr als einer Million.

Alipay bei WMF und Müller

Ingenico Payment Services implementiert das mobile Bezahlverfahren Alipay bei der WMF Group. Die Pilotphase ist Ende Oktober in einer Filiale in Frankfurt gestartet, danach soll sukzessive der bundesweite Roll-out der größten Mobile-Payment-Lösung Chinas folgen.

Ebenfalls seit Ende Oktober kann in den Filialen der Drogeriekette Müller mit Alipay bezahlt werden. Die technische Implementierung übernimmt in diesem Fall Epay.

UTA übernimmt Road Account von Airplus

Der Multi-Marken-Tankkarten-Anbieter Union Tank Eckstein GmbH & Co. KG (UTA), eine Tochtergesellschaft der Pariser Edered-Gruppe, übernimmt von Airplus das Portfolio von rund 2500 Kunden von Road Account. Unter dieser 2007 gegründeten Marke hatte Airplus Abrechnungslö-

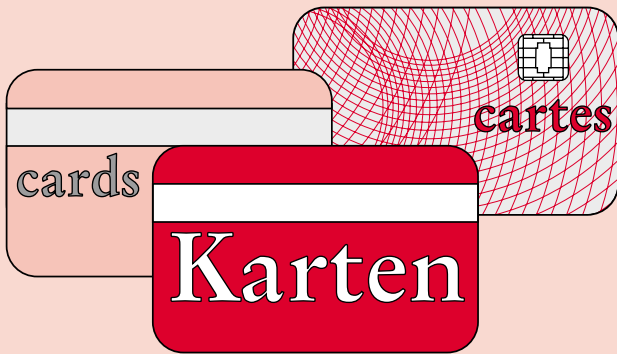
sungen für die Lkw-Maut angeboten. Das Unternehmen will sich künftig aber ganz auf das Kerngeschäft Business Travel Management konzentrieren.

Amex: Monatliche Kartengebühr kommt an

Seit April können neue Karteninhaber bei American Express wählen, ob sie die Kartengebühr jährlich zahlen wollen oder den Beitrag monatlich begleichen. Die neue Gebührenregelung ist gültig für alle Privatkundenkarten. Mit der monatlichen Kartengebühr will das Unternehmen dem Kundenwunsch nach überschaubaren Vertragslaufzeiten und mehr finanzieller Flexibilität bei der Zahlung von Kreditkartengebühren begegnen. Seit der Einführung zeige sich, dass Kunden die neue Abonnement-Struktur gerne nutzen.

Worldline kooperiert mit Paytrek und Hotels Pro

Worldline hat eine Partnerschaft mit Paytrek und der an Reiseprofis gerichteten Online-Reservierungsplattform Hotels Pro bekannt gegeben. Die Zusammenarbeit konzentriert sich auf End-to-End-Zahlungslösungen, bei denen Paytrek als Vertriebspartner der Zahlungsterminals und Acquiring-Dienste von Worldline Reisebüros und Hotelkunden weltweit eine nahtlose Zahlungslösung für Buchungen zur Verfügung stellt. An Hotels Pro angeschlossen sind rund 34000 Reisebüros und etwa 600000 Hotels. Worldline wird auch die Online-Zahlungsdienste für Hotels Pro übernehmen.



PPRO kooperiert mit China Pay

Die PPRO Group hat eine Kooperation mit dem chinesischen Finanz- und Zahlungsdienstleister China Pay bekannt gegeben. Damit erhalten die chinesischen Händler von China Pay den Zugang zu über 15 europäischen alternativen Zahlungsmethoden für den länderübergreifenden Online-Handel. Bislang war der internationale E-Commerce für chinesische Händler nur schwer möglich, da sie eine lokale Präsenz benötigen, um lokale Zahlungsmethoden zu verarbeiten. Diese Hürde soll nun durch die Cross-Border-Lösung von PPRO beseitigt werden.

Zwipe und Tappy kooperieren bei biometriefähigen Wearables

Das Biometrietechologieunternehmen Zwipe hat eine Kooperation mit Tappy, einem Technologieanbieter im Bereich Wearables, vereinbart. Ziel ist die gemeinsame Entwicklung und Einführung von biometriefähiger Wearables für Zahlung, Zugriff und digitale Authentifizierung.

Fossil integriert chinesische Zahlungsmethoden mit Wirecard

Die Fossil Group nutzt das ePoS-Ökosystem von Wirecard und integriert internationale Payment-Methoden in rund 150 Filialen in elf europäischen Ländern, darunter Deutschland, Italien und Großbritannien.

Trustly eröffnet Niederlassung in Helsinki

Die Trustly AB, Stockholm, hat eine neue Niederlassung in Helsinki eröffnet. Zur Begründung heißt es, Direktüberweisungen per Online-Banking seien zwar bei Ver-

brauchern europaweit beliebt, besonders populär aber seien sie auf dem finnischen Markt: Hier bevorzugten 40 Prozent der Online-Käufer diese Bezahlweise.

Shopify integriert Rechnungskauf und Sofortüberweisung

Die E-Commerce-Plattform Shopify will in Kooperation mit Klarna die Bezahloptionen Rechnungskauf und Sofortüberweisung von Klarna über Shopify Payments integrieren. Die Sofortüberweisung („Sofort bezahlen“) können Händler sofort als Bezahlmethode in ihrem Checkout anbieten; der Rechnungskauf („Später bezahlen“) soll in den kommenden Wochen verfügbar sein. Durch die Integration wird die bereits seit 2017 bestehende Partnerschaft von Klarna und Shopify weiter gestärkt. Derzeit arbeiten die beiden Unternehmen in neun Märkten zusammen, darunter Deutschland, Großbritannien, Österreich, die Niederlande, die USA und Skandinavien.

Hanseatic Bank senkt Jahresgebühr für die Goldkarte

Die Hanseatic Bank senkt die Jahresgebühr ihrer Gold Card. Im ersten Jahr ist sie gebührenfrei, ab dem zweiten Jahr sinkt die Jahresgebühr von bisher 45 auf 35 Euro. Bei einem jährlichen Kreditkartenumsatz von 3 000 Euro entfällt sie ganz.

Paymill senkt Gebühren

Der Online-Bezahldienstleister Paymill stellt auf zwei Preismodelle mit gesenkten Gebühren um. Im Einzelnen sinkt das Disagio für europäische Transaktionen von 2,95 auf 1,95 beziehungsweise 1,35 Prozent. Etwas gestiegen ist hingegen das internationale Disagio. Die monatliche Grundge-

bühr beträgt 4,95 Euro (Basis) beziehungsweise 19,95 Euro (Professional). Durch die Senkungen der fixen Transaktionsgebühren und des Disagios für europäische Transaktionen soll Händlern die Möglichkeit gegeben werden, die monatliche Grundgebühr zu kompensieren. Nach Angaben von Paymill können Händler in der Regel ab einem Monatsvolumen von 5 000 EUR von der neuen Kostenstruktur gegenüber dem alten Modell profitieren.

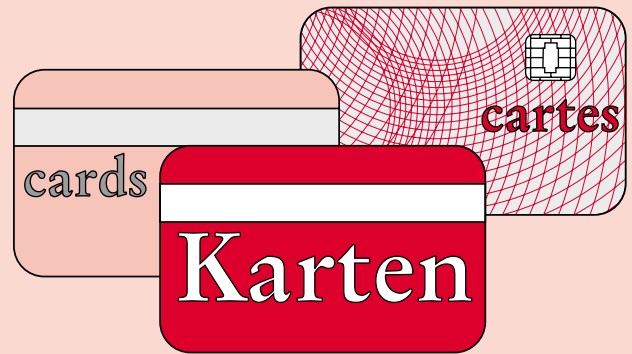
BVZI mit neuem Vorstand

Der Bundesverband der Zahlungs- und E-Geldinstitute (BVZI) e.V. (vormals „Bundesverband der Zahlungsinstitute“) hat einen neuen Vorstand gewählt. Neuer Sprecher ist Stephan Dumröse (Ingenico Payment Services). Neu in den Vorstand gewählt wurde Eva Asch (BS Payone). Die Nachwahl war erforderlich geworden, nachdem Stephan Neuberger sein Amt als Sprecher des Vorstands niedergelegt und sein Ausscheiden aus dem Vorstand erklärt hatte. Unverändert gehören dem Vorstand an: Christof Kohns (Cardtech), Dr. Karsten von Diemar (Concardis) und Dr. Claudia Willershausen (Euro Kartensysteme) als stellvertretende Schatzmeisterin.

Mit der Aufnahme der Ratepay GmbH und der First Data GmbH als neue Verbandsmitglieder ist die Anzahl der Mitgliedsunternehmen für das Mitgliedsjahr 2019 auf insgesamt 20 Unternehmen angewachsen.

Impressum

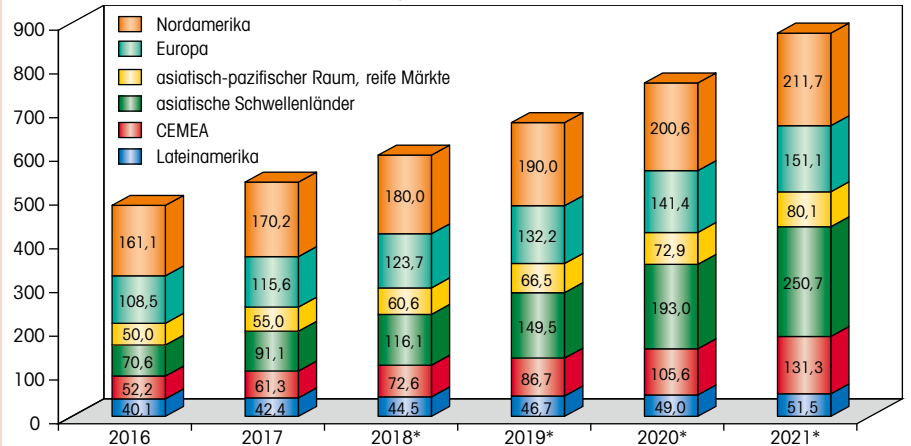
Herausgegeben von der Redaktion der Zeitschrift **cards Karten cartes**, Postfach 700362, 60553 Frankfurt am Main. Beilage zu bank und markt 12/2018. Die nächste Service-Ausgabe erscheint im Januar 2019



Asien treibt Zunahme der bargeldlosen Zahlungen

Von 2016 bis 2021 wird die Anzahl der weltweiten bargeldlosen Transaktionen von jährlich um durchschnittlich 12,7 Prozent wachsen, in den Schwellenländern um 21,6 Prozent so die Prognose des World Payments Reports 2018 von Capgemini. In den Schwellenländern Asiens beträgt die durchschnittliche Wachstumsrate pro Jahr sogar 28,8 Prozent.

Anteil der weltweiten bargeldlosen Transaktionen 2016 bis 2021* nach Regionen
(Angaben in Prozent)



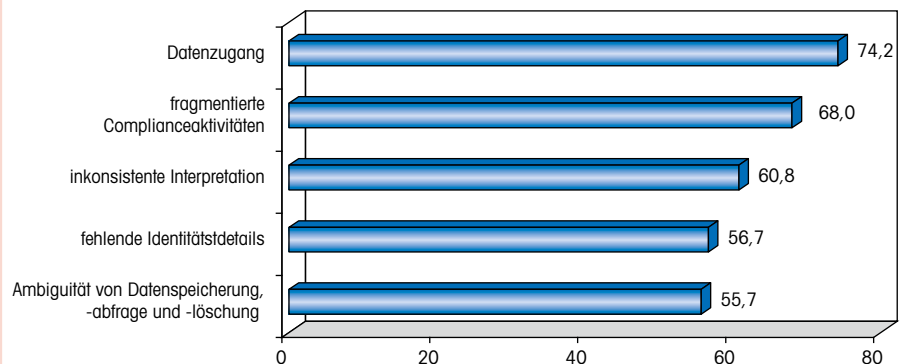
CEMEA (Zentraleuropa, Naher Osten, Afrika) umfasst Algerien, Bulgarien, Kroatien, Kenia, Nigeria, Ägypten, Israel, Marokko und die Vereinigten Arabischen Emirate; Asiatische Schwellenländer umfassen: Malaysia, Thailand, Indonesien, Philippinen, Taiwan, Pakistan, Sri Lanka und Bangladesch; Reife asiatische Märkte umfassen: Japan, Australien, Südkorea, Singapur
Quelle: Capgemini, World Payments Report 2018

*Prognose

PSD2 und DSGVO fördern Unsicherheit

Die Hauptstoßrichtung von PSD2 und DSGVO ist die gleiche: Datenschutz und Datenqualität. Dennoch gibt es Inkonsistenzen: Die PSD2 verlangt den Konten-zugang für Dritte und fördert eine Open-Banking-Umgebung. Gleichzeitig wartet die DSGVO mit Sanktionen auf und macht Open-Banking-Konzepte damit nicht einfacher.

Bedeutung widersprüchlicher Parameter von PSD2 und DSGVO aus Sicht von Payment-Experten (Angaben in Prozent)



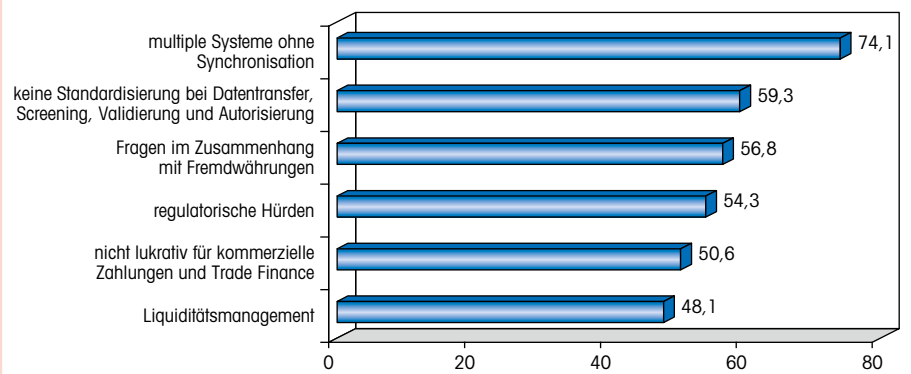
Quelle: Capgemini, World Payments Report 2018

n = 101 Experten-Interviews

Instant Payments fehlt es an internationalen Standards

Um die Akzeptanz von Echtzeitzahlungen zu beschleunigen, müssen Interoperabilitätsprobleme der verschiedenen regionalen Systeme reduziert werden. Das ist das Ergebnis der Experteninterviews für den World Payments Report 2018. Neben Standardisierungs- und Synchronisationsproblemen macht die Studie aber auch Betragsbegrenzungen und Cut-off-Zeiten als Probleme für die Unternehmen aus.

Herausforderungen bei Echtzeitzahlungen für Unternehmen (Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen)



Quelle: Capgemini, World Payments Report 2018