Bezahlen mit Kryptowährungen – eine Zukunft des Payments

Von Panagiotis Karasavvoglou

Bitcoins & Co. sind mehr als Spekulationsobjekte – sie könnten auch zu einer Art „universellen Währung" werden, mit der Waren und Dienstleistungen bezahlt werden können, so Panagiotis Karasavvoglou. Noch ist das Bezahlen mit Kryptowährungen ein Randphänomen. Um einen größeren Markt zu entwickeln, braucht es Lösungen, für die der Kunde die Kryptowährungen nicht erst in Zentralbankgelt umtauschen und auf eine Karte laden muss – und die dem Händler das Risiko der stark schwankenden Kurse der Kryptowährungen abnehmen. Händler, die sich frühzeitig für das Krypto Payment wappnen, haben damit die Chance, neue Kundengruppen anzusprechen. Red.

Kryptowährungen sind längst mehr als eine Spielerei von Internet-Nerds. Der bekannteste Vertreter Bitcoin erreicht aktuell eine Marktkapitalisierung von über 120 Milliarden US-Dollar. Das ist mehr als der Bargeldumlauf des Schweizer Frankens im Jahr 2018 betrug (etwa 80 Milliarden Dollar nach aktuellem Kurs). Trotz allem sind die auf der Blockchain basierenden Zahlungsmittel hauptsächlich bei Online-Transaktionen verbreitet und als Anlage, beziehungsweise Spekulationsobjekt beliebt. Wird sich das ändern? Wird es in Zukunft ganz normal sein, auch im Geschäft mit Bitcoins zu bezahlen?

Bald ein größerer Markt

Einige große Namen der Internetwirtschaft akzeptieren die Kryptowährung bereits als Zahlungsmittel. Dazu zählen Microsoft, Expedia oder auch Wikipedia (für Spenden). Allerdings ist diese Art des Zahlens noch eher ein Randphänomen, das muss man zugeben. Die bisherigen Anwendungsfälle liegen auch alle im Online-Bereich. Im (stationären) Einzelhandel gab es diese Möglichkeit bisher nicht. Der vergleichsweise geringen Verbreitung als Zahlungsmittel steht eine regelrechte Begeisterung für das digitale Geld gegenüber.

Kryptowährungen und die Blockchain-Technologie allgemein stoßen auf ein ungebrochen großes Interesse. Bei einschlägigen Veranstaltungen, Meet-ups oder Hackathons trifft man auf ein vorwiegend junges Publikum, das sich für die digitalen Währungen und die Technologie im Hintergrund begeistert. Solche Krypto-Enthusiasten würden ihre Bitcoins sicherlich auch gerne öfter im Alltag benutzen. Wir können also davon ausgehen, dass es in Zukunft einen größeren Markt für Bitcoin Payments sowohl im stationären als auch im Online-Handel geben wird.

Besonderes Interesse in China

Auf besonderes Interesse stoßen Kryptowährungen auch in China, Gründe dafür sind eine vergleichsweise schwache Landeswährung und der Handelsstreit mit den USA. Aktuell ist der Bitcoin auch dort vor allem noch ein Anlageobjekt, was sich aber schnell ändern könnte.

Kunden aus dem Reich der Mitte sind ohnehin offen für alternative Bezahlmethoden, was sich unter anderem am Erfolg von Alipay zeigt. Einen derartigen Siegeszug des Mobile Payments hätte noch vor wenigen Jahren sicherlich niemand vorhergesagt oder für möglich gehalten. Es spricht nichts dagegen, dass diese technologieaffine Kundengruppe auch sehr gerne mit Bitcoins bezahlen würde, wenn es entsprechende Angebote gibt. Nutzer der chinesischen Angebote Alipay und Wechat Pay sind außerdem bereits mit dem Barcode-Bezahlsystem vertraut,

Panagiotis Karasavvoglou, Head of Merchant Services, Six Payment Service (Europe) S.A., Frankfurt am Main

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

das dort genauso wie beim Bitcoin Payment zum Einsatz kommt.

Eine universelle Währung

Krypto-Bezahlsysteme, wie sie Worldline in Kürze in der Schweiz einführen wird, funktionieren folgendermaßen: Im Online-Shop oder am PoS wird ein QR-Code generiert, den der Nutzer mit seinem Smartphone scannt – direkt aus einer Wallet App heraus. Dort wird auch der Warenwert in Bitcoins angezeigt. Das hat für die Nutzer Vorteile:

– Erstens müssen Verbraucher ihre Bitcoins nicht umtauschen, um diese praktisch einzusetzen, oder auf eine Kreditkarte „laden", wie es bei anderen Systemen nötig ist.

– Wenn das bezahlen mit Bitcoins irgendwann europaweit möglich sein wird, bietet es für auswärtige Kunden den Vorteil, dass sie nicht mehr verschiedene Wechselkurse umrechnen müssen. Stattdessen haben sie eine universelle Währung, die in allen Ländern gültig ist.

Der Vorteil, der für Händler aus der Akzeptanz von Bitcoin entsteht, ist eigentlich ganz einfach: Je mehr Zahlungsarten sie anbieten, desto größer ist ihre Chance, potenzielle Kunden anzuziehen. Auch wenn Krypto-Payments derzeit noch in den Kinderschuhen stecken, lohnt es sich auf jeden Fall, in die Zukunftstechnologie zu investieren – gerade für Händler, die einen internationalen Kundenkreis bedienen.

Währungsrisiko klären

Wesentlich ist die Klärung des Währungsrisikos: Im Fall der Zusammenarbeit zwischen Worldline und Bitcoin hat der Händler kein wie immer geartetes Risiko, die Auszahlung an ihn erfolgt in seiner jeweiligen Landeswährung. Bitcoin geriet immer wieder durch die starken Kursschwankungen in die Schlagzeilen, schließlich steht hinter der Währung keine Zentralbank als regulierende Instanz. Der Wechselkurs ist wirklich frei und nur von Angebot und Nachfrage bestimmt.

Die Welt der Wallets, ganz zu schweigen von der zugrunde liegenden Blockchain, ist kompliziert. Es ist verständlich, dass Händler das Risiko des Wechselkurses scheuen und sich nicht mit den komplexen Prozessen im Hintergrund befassen möchten. Arbeiten sie mit einem Payment Service Provider zusammen, der die Technologie beherrscht, ist das aber gar nicht nötig. Bei der Worldline-Lösung beispielsweise kommen Händler mit Kursschwankungen gar nicht erst in Berührung und die Abrechnung erfolgt dann wie bei jeder Kartenzahlung.

Aktuell haben Verbraucher noch wenige Möglichkeiten, ihre Bitcoins direkt gegen Waren zu tauschen. Meist müssen sie einen Umweg nehmen und die Kryptowährung zuvor erst umtauschen. Bieten Händler die Möglichkeit, direkt mit der Digitalwährung Rechnungen zu begleichen, wappnen sie sich für die Zukunft des Payments und können auch schon heute neue Kunden ansprechen. Nicht zuletzt zeigen sie damit auch ihren Willen zu Innovationen sowie ihre Zukunftsfähigkeit. ■

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