

Corona als Katalysator für Veränderungen beim Bezahlen

Von Albrecht Kiel



Durch die Corona-Krise hat die Veränderung beim Bezahlverhalten gleich mehrere Jahre stetiger Entwicklung übersprungen, sagt Albrecht Kiel. Die Entwicklung zum kontaktlosen Bezahlen geht über die Ladentheke hinaus. Als Beispiel nennt Kiel das im September gestartete kontaktlose Ticketingsystem Bonnsmart in Bonn. Die Veränderung, die Corona in Gang gesetzt hat, ist deshalb auch kein Strohhalm. Denn die Krise offenbart den praktischen Nutzen von Innovationen. Die werden deshalb auch weiterhin gefragt sein, so Kiels Prognose. Dabei seien Partnerschaften die treibende Kraft. Red.

Bargeldloses Bezahlen war Anfang 2020 in einer stabilen Wachstumsphase. Das mobile Bezahlen mit Anbietern wie Google Pay und Fitbit Pay war im Alltag vieler Verbraucher angekommen, immer häufiger musste das Bargeld den neuen Bezahlösungen weichen. Laut der im November 2019 von GS1 veröffentlichten „Mobile in Retail“-Studie sollten 2022 noch 44 Prozent der Einkäufe in Geschäften mit Münzen und Scheinen bezahlt werden – und 2024 nur noch 40 Prozent.

Mehrere Jahre stetiger Entwicklung übersprungen

Was zu diesem Zeitpunkt niemand ahnen konnte, war, dass Corona dazu führen würde, all diese Einschätzungen binnen weniger Wochen zu überholen. Durch die Pandemie geriet kontaktloses

und mobiles Bezahlen von dem Weg kontinuierlicher Entwicklung auf eine rasante Überholspur. Innerhalb kürzester Zeit übersprangen digitale Zahlungen mehrere Jahre an stetiger Entwicklung. Als Supermärkte und Geschäfte des täglichen Bedarfs ihre Kunden dazu aufforderten, bevorzugt kontaktlos zu bezahlen, war klar – diese Art des Bezahlers war zum Teil des „New Normal“ geworden.

Regierungen und die Industrie unterstützten diesen Aufwärtstrend: So wurden in diesem Jahr in insgesamt 24 europäischen Ländern die Limits für kontaktlose Zahlungen angehoben. Deutschland war dabei Vorreiter. Schon seit 2017 können hier kontaktlose Visa-Transaktionen bis 50 Euro ohne PIN oder Unterschrift abgewickelt werden. Nun können Verbraucher europaweit auch größere Einkäufe kontaktlos an

Zahlungsterminals tätigen: Unsere Erhebungen zeigen, dass mehr als 75 Prozent der Visa Zahlungen nun kontaktlos erfolgen. In Deutschland hat sich der Anteil der kontaktlosen Visa Transaktionen im Vergleich zum Vorjahr um ein Drittel erhöht.¹⁾

Die Zahlen des „Mobile Payment Monitor 2020“ belegen diese Untersuchungen. Diese Studie hat Visa in Zusammenarbeit mit Forsa seit 2019 nun zum zweiten Mal durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, wie sehr sich das Bezahlverhalten in Deutschland im letzten Jahr verändert hat: Mittlerweile bezahlen auch hier 75 Prozent der Befragten kontaktlos – 2019 waren es noch 55 Prozent. Die Zahl jener, die in diesem Jahr bereits mobil bezahlt haben, hat sich im Vergleich zum Vorjahr sogar verdoppelt. Die Hygienebedenken in der aktuellen Pandemie haben diese Entwicklung beschleunigt: 55 Prozent der Befragten finden es vorteilhaft, dass sie beim kontaktlosen Bezahlen weder mit dem Kassenterminal noch mit Bargeld in Kontakt kommen.²⁾

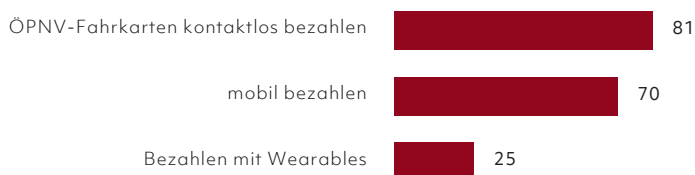
Über die Ladentheke hinaus: kontaktloses Ticketing in Bonn

Dieses Bezahlverhalten geht über die Ladentheke hinaus. Auch in anderen Bereichen des täglichen Lebens sollen



Albrecht Kiel, Regional Managing Director Central Europe, Visa, Frankfurt am Main

Kontaktlos und mobil bezahlen in fünf Jahren alltäglich



Welche Bezahlformen nach Einschätzung von Verbrauchern in fünf Jahren alltäglich sein werden, in Prozent, n= 1800 Verbraucher ab 18 Jahre, repräsentative Online-Umfrage im Mai/Juni 2020
Quelle: Visa/Forsa

Verbraucher die Möglichkeit bekommen, sich für die individuell bevorzugte Bezahlform entscheiden zu können. Wie das funktioniert, zeigt das Projekt Bonnsmart. Es ist das erste kontaktlose Ticketingsystem im deutschen ÖPNV und wurde Anfang September in Bonn gestartet. Gemeinsam mit zahlreichen Partnern, unter anderem der Bonn Verkehrs-GmbH (SWB), der Postbank, Scheidt & Bachmann, Computop und Payvision wurde daran gearbeitet, dass die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel einfacher, günstiger und allen zugänglich wird.

230 Busse und 99 Bahnen wurden dafür mit der notwendigen Technik ausgestattet. Von nun an halten Fahrgäste sowohl beim Einstieg als auch beim Ausstieg ihre kontaktlose Debit- oder Kreditkarte vor ein Prüfgerät. Genauso einfach funktioniert der Bezahlvorgang mit einem Smartphone oder einer Smartwatch, auf welchen die Kartendaten hinterlegt sind. Auf diese Weise übermitteln die Fahrgäste anonymisiert Beginn und Ende einer Fahrt. Im Anschluss wird nach dem Best-Price-Prinzip der günstigste Fahrpreis auf Basis des 24-Stunden-Tarifs ermittelt. Dieser wird nach der Fahrt über die eingesetzte Karte der Fahrgäste berechnet. Es wird kein Papierticket mehr benötigt und auch die Kontrolle verläuft völlig digital.

Mobilität wird digital

Gerade jetzt profitieren Fahrgäste mehr denn je auch von dem Hygieneaspekt, der dieser modernen Art des Ticketkaufs zugrunde liegt. Schließlich muss niemand mehr Touchscreens oder Knöpfe von Ticketautomaten berühren, kein Kleingeld mehr zusammensuchen und auch der Kontakt zu Busfahrern wird reduziert, da die Auskunft nach dem Tarif entfällt. Gerade in diesen he-

rausfordernden Zeiten werden öffentliche Verkehrsmittel auf diese Weise attraktiver. Das motiviert die Menschen, das eigene Auto auch einmal stehen zu lassen, was für weniger Verkehr und somit für eine Entlastung der Umwelt sorgt.

Damit treffen Projekte wie Bonnsmart genau den Nerv der Zeit und sind ein weiterer Schritt in Richtung digitale Zukunft. Denn mit der zunehmenden Digitalisierung wachsen auch die Anforderungen der Menschen im Bereich Mobilität. Es spielt keine Rolle, ob Bus, Bahn, Carsharing oder Last-Mile-Scooter – alle modernen Transportmodelle haben eines gemeinsam: Verbraucher müssen für ihre Nutzung bezahlen. Der Bezahlvorgang soll dabei so benutzerfreundlich, transparent und nahtlos gestaltet werden wie nur möglich. Schließlich ist jede Art des Reisens grundlegend mit dem Bezahlen verknüpft. Durch technologischen Fortschritt können diese Reiseströme komfortabel bewältigt werden. In jedem Fall ist das ein Feld, das Payment-Experten in den nächsten Jahren weiter intensiv beschäftigen wird.

Topaktuell ist, dass die Pandemie bis heute für viele Unternehmen und Händler enorme Veränderungen und Herausforderungen nach sich zieht. Digitale Zahlungen spielen während der Corona-Krise eine wichtige Rolle bei der Unterstützung des Handels. Visa hat es sich zur Aufgabe gemacht, die durch Corona angeschlagene Wirtschaft bei ihrer Erholung zu unterstützen. Deshalb liegt der Fokus darauf, die Kartenakzeptanz auszubauen, lokale Läden zu unterstützen aber auch die Online-Präsenz der Läden auszubauen.

Wir gehen davon aus, dass der Wiederaufbau der Wirtschaft „digital first“ sein wird. Dabei stehen kleine Unternehmen

besonders im Fokus von Visa. Denn sie sind ein wichtiger Bestandteil der lokalen Wirtschaft, sie schaffen Arbeitsplätze, sorgen für Einkommen und fördern Innovationen. Unsere Untersuchungen haben ergeben, dass nur weniger als jeder zweite kleine Händler in Europa in der Lage ist, Zahlungen online zu akzeptieren. Gemeinsam mit unserem Netzwerk von Finanzinstituten und Technologieunternehmen wollen wir deshalb kleinen Händlern und Gewerbetreibenden beim Aufbau digitaler Kompetenzen helfen: Dafür wurde das Visa-Online-Portal für Händler in Deutschland erweitert. Dort können sie sich einen Überblick über verschiedene Angebote für die Akzeptanz am Point of Sale verschaffen.

Partnerschaften sind die treibende Kraft

Wie digitale Möglichkeiten die Existenz sichern können, hat eine gemeinsame Aktion mit der Nachbarschaftsplattform nebenan.de, der Deutschen Bank und der Postbank gezeigt. Als im April Corona-bedingte Schließungen ihren Höhepunkt erreichten, bekamen Konsumenten mit der Initiative „Kauf nebenan!“ die Möglichkeit, Gutscheine für ihre Lieblingsläden zu erwerben um sie gerade in diesen schwierigen Zeiten finanziell zu unterstützen. Gemeinsam mit der Deutschen Bank und der Postbank hat Visa alle Beträge für die Händler verdoppelt. Die Aktion erzielte überwältigende Ergebnisse. Der Verdopplungstopf von insgesamt 1 Million Euro war im Rekordtempo ausgeschöpft.

Starke Partnerschaften waren sowohl für Bonnsmart als auch für kaufnebenan.de die treibende Kraft. Auch weiterhin werden sie für solche Innovationen von großer Bedeutung bleiben. Natürlich setzt Visa dabei weiterhin auf die bewährte Zusammenarbeit mit den traditionellen Bankpartnern. Doch als eines der ersten Fintechs der Geschichte ist Visa immer auch offen für junge, aufstrebende Unternehmen aus dem Finanzsektor. Beispiele dafür sind die Zusammenarbeit mit der Solarisbank, Kontist, Finanzguru oder Vivid Money. Vivid setzt mit einer neuen Visa Debit Karte ganz auf das Smartphone, und auch die Visa Debit „Finanzguru Card“ wird eine virtuelle Karte sein. Und mit der Einführung von Samsung Pay im Oktober ist die mobile Nutzung der Vi-

sa Debit Karte einem noch breiteren Publikum in Deutschland zugänglich.

Die Krise offenbart den Nutzen von Innovationen

Blickt man auf die aktuelle Situation, so ist die Karte das beliebteste Zahlungsmittel – 56 Prozent bevorzugen diese, das sind drei Prozentpunkte mehr als 2019. Dagegen hat das Bargeld an Beliebtheit verloren, statt 38 Prozent setzten nur noch 32 Prozent auf Schei-

ne und Münzen. Dazu hat auch die Krise ihren Teil beigetragen, doch es ist zu erwarten, dass der Trend zu kontaktlosen und digitalen Bezahlungen auch nach Corona anhält. Schließlich haben Verbraucher nun den praktischen Nutzen erkannt.³⁾

Die Wünsche der Kunden entwickeln sich stetig weiter, deshalb arbeitet Visa mit seinen Partnern kontinuierlich an der Entwicklung von Bezahlinnovationen. In herausfordernden Zeiten, wie jetzt während Corona, offenbart sich

ihr Potenzial – denn Technologie ist in der Lage, die Wirtschaft durch eine Krise zu manövrieren. Wir sehen die Rolle von Visa darin, einen sicheren, einfachen und nahtlosen Handel zu ermöglichen – unabhängig davon, wie, wo und wann Menschen bezahlen.

Fußnoten

- 1) Daten aus dem Visa Netzwerk, Stand Juni 2020
- 2) Visa Mobile Payment Monitor 2020 in Zusammenarbeit mit forsa, Daten von Mai-Juni 2020
- 3) Visa Mobile Payment Monitor 2020 in Zusammenarbeit mit forsa, Daten von Mai-Juni 2020