

Covid-19 fördert die Akzeptanz des mobilen Bezahlens

Von Christoph H. Winnefeld und Laura Michels



Vor der Corona-Krise war der Durchbruch des mobilen Bezahlens in Deutschland noch immer nicht in Sicht. Die Epidemie hat jedoch das Bezahlverhalten verändert – und damit auch dem Mobile Payment neuen Schwung verliehen. Denn nur beim Bezahlen mit dem eigenen Endgerät kann das kontaktlose Zahlen gänzlich ohne Berühren des PIN-Pad ausgeführt werden. Der Trend dürfte deshalb dahin gehen, dass Karten durch E-Wallets ersetzt werden. Die Autoren verweisen in diesem Kontext allerdings auch auf das Risiko, dass bestimmte Zielgruppen immer mehr abgehängt werden. Red.

Der Zahlungsmarkt wächst seit Jahren stetig, die Umsätze haben sich in den letzten zehn Jahren nahezu verdoppelt. So verwundert es kaum, dass immer mehr Unternehmen, deren Kerngeschäft eigentlich in anderen Bereichen liegt, in diesen Markt einsteigen wollen. Das Smartphone hat sich im letzten Jahrzehnt zum ständigen Begleiter eines Großteils der Bevölkerung entwickelt. Es vereint sämtliche Funktionen in einem Gerät: neben E-Mails, Social Media und dem Lesen der Nachrichten, zuletzt auch das persönliche Finanzmanagement. Dies stellt einen wichtigen Anknüpfungspunkt für das Mobile Payment dar.

Unter Mobile Payment wird das Bezahlen mit einem mobilen Endgerät verstanden. Dazu gehören das Smartphone, aber auch Tablets und Wearables wie Smartwatches. Dennoch verbreitete

sich die Akzeptanz dieser Zahlungsmethode nur langsam. Vor allem in Geschäften nutzte man in Deutschland bisher vorrangig Bargeld. Die Nutzung von Bargeld bringt allerdings auch wesentliche Nachteile gegenüber einer kontaktlosen Zahlung mit sich.

„Zwangsdigitalisierung“ und Relevanz des Smartphones

Besonders dem Aspekt der Hygiene ist in der Corona-Pandemie große Aufmerksamkeit gewidmet worden. Viele Händler fordern ihre Kunden nun sogar aktiv an der Kasse auf, kontaktlose Bezahlmethoden zu verwenden. Laut dem Präsidenten des deutschen Digitalverbandes Bitkom gibt es „kaum ein Verhaltensmuster, das durch Corona ähnlich stark verändert wurde wie das Bezahlen an der Kasse.“

Die Corona-Pandemie hat in vielen Bereichen des täglichen Lebens Missstände deutlich aufgezeigt. Das beinhaltet auch Chancen zur Verbesserung. Besonders im Bereich Digitalisierung besteht ein großer Handlungsbedarf. Sei es im deutschen Bildungssystem, bei der Integration von Homeoffice ins Berufsleben oder aber auch im Finanzwesen: Die Digitalisierung wurde vielen durch die Krise aufgezwungen. Was sonst möglicherweise noch Jahre gedauert hätte, wurde innerhalb weniger Wochen umgesetzt. Laut einer Bitkom-Studie nutzten bereits 2019 85 Prozent der Befragten* ausschließlich oder zumindest hauptsächlich Online-Banking. Im Vorjahr waren es noch 80 Prozent.

Hierbei nimmt die Bedeutung des Smartphones vor allem bei jüngeren Menschen zu. 63 Prozent der Befragten unter 29 nutzten zum Zeitpunkt der Studie regelmäßig Mobile Banking. Aber auch insgesamt ergab sich seit Beginn der jährlichen Studie im Jahre 2014 ein konstant positiver Trend. Durch die Schließung von Bankfilialen während der Krise waren viele Kunden dazu gezwungen, auf Online-Banking umzusteigen. Es wird daher prognostiziert, dass zahlreiche Banken innerhalb der nächsten fünf Jahre bis zu 3.500 weitere Filialen dauerhaft schließen und ver-



Dr. Christoph H. Winnefeld,
Dozent für Finanzwirtschaft
und Bankbetriebslehre,
Hochschule Trier

stärkt auf digitale Angebote setzen werden. Die Schließung von Geschäften verstärkte zudem den Trend zum Online-Shopping. Auch Händler sind somit dem gestiegenen Druck zur Digitalisierung und dem Ausbau des E-Commerce ausgesetzt, bei dem das Smartphone zunehmend eine wichtige Rolle spielt.

Die Angst vor Ansteckung durch Bargeld

Bargeld wechselt innerhalb des Bargeldkreislaufs sehr häufig den Besitzer. Dabei ist es Aufgabe der Deutschen Bundesbank, beschädigtes oder verschmutztes Geld auszusortieren und zu ersetzen. Dies verhindert jedoch nicht, dass sich eine Vielzahl von Keimen auf Bargeld befindet. Dabei kommt es vor allem auf das Material an, aus dem das Geld hergestellt wird. Auf glatten Oberflächen wie Münzen befinden sich entsprechend weniger Keime als auf Banknoten.

Euro-Banknoten werden aus Baumwollfasern hergestellt, auf denen sich Keime und Krankheitserreger besser festsetzen können als auf Banknoten beispielsweise aus Kunststoff. Die Besiedelungsdichte dieser Krankheitserreger reicht jedoch in der Regel nicht aus, um tatsächlich eine Infektion beim Menschen zu verursachen. Auch im Zusammenhang mit dem Corona-Virus bestätigt die WHO, dass es bisher keine nachgewiesenen Infektionsfälle durch kontaminierte Geldscheine gibt. Die Nutzung von Bargeld ist demnach nicht gefährlicher als der Kontakt mit anderen häufig berührten Oberflächen wie Türklinken oder PIN-Pads an Geldautomaten oder Kassenterminals.



in

Laura Michels,
Hochschule Trier

Die Bedenken hinsichtlich des Bezahlers mit Bargeld halten sich dennoch. Einigen Nachrichtenagenturen zufolge wurden in den besonders vom Corona-Virus betroffenen Regionen Chinas gebrauchte Banknoten eingezogen, desinfiziert, unter Quarantäne gestellt und durch frisches Bargeld ersetzt. Auch in Deutschland führt die Befürchtung eines potenziellen Infektionsrisikos dazu, dass viele Bürger ihr Bezahverhalten verändert haben. Dies legt eine Umfrage des Bankenverbandes an deutschen Supermarktkassen nahe. 26 Prozent der Befragten gaben an, durch die Corona-Krise bewusst auf Barzahlungen zu verzichten. Weitere 35 Prozent haben auch schon vor der Krise meist bargeldlos bezahlt. Damit ergibt sich ein Gesamtanteil der bargeldlosen Zahlungen mit Karte oder Smartphone von rund sechzig Prozent.

Ob das Bezahverhalten aufgrund der Krise geändert wurde, ist den Umfrageergebnissen zufolge auch abhängig vom Alter der Person. Der Anteil derer, die bereits vor der Krise kontaktlos bezahlt haben, war besonders bei den Befragten unter 40 Jahren relativ hoch. Die Anzahl derer, die ihr Bezahverhalten aufgrund der Krise geändert haben, ist am höchsten in der Altersgruppe von 50 bis 59 Jahren. Aber nahezu jeder zweite Befragte über 60 gab an, sein Bezahverhalten nicht geändert zu haben.

Fehlende Kundeninformation wird nachgeholt

Es wurden einige Maßnahmen ergriffen, um die Anzahl der Bartransaktionen auf ein Minimum zu reduzieren. Zahlreiche Geschäfte, in denen das Bezahlen bisher nur mit Bargeld möglich war, wie zum Beispiel Bäckereien, haben nun Near Field Communication (NFC)-fähige Terminals eingeführt. Einige Händler nehmen trotz der gesetzlich festgelegten Annahmepflicht für Bargeld aufgrund der gesonderten Umstände kein Bargeld mehr an.

Fehlendes Marketing und fehlende Information der Kunden waren vor der Krise ein zentrales Hindernis für die Nutzung von Mobile Payment. Zahlreiche Kunden waren sich der Möglichkeit zum kontaktlosen Zahlen vor der Krise nicht bewusst. Diese Informationslücke wird nun dadurch kompensiert, dass

Kunden in vielen Geschäften aktiv dazu aufgefordert werden, kontaktlos mit Karte oder Smartphone zu zahlen. Dadurch soll sowohl der Kunde selbst als auch das Kassenspersonal vor Infektionsrisiken geschützt werden.

Außerdem hat die Deutsche Kreditwirtschaft im April beschlossen, das Limit für kontaktlose Zahlungen ohne PIN-Eingabe von 25 Euro auf 50 Euro zu erhöhen, um den Kunden den Kontakt mit dem PIN-Terminal weitestgehend zu ersparen. Diese Maßnahmen, zusammen mit der Sensibilisierung der Kunden, haben zu einem deutlichen Anstieg der kontaktlosen Zahlungen geführt. Die Sparkassen verzeichneten im März einen Anstieg der Anzahl der Kartenzahlungen um 11,4 Prozent im Vergleich zum Vormonat. Die Funktion zum kontaktlosen Einsatz via NFC bieten bereits 95 Prozent aller Sparkassen-Girocards. Deren Nutzung hat sich innerhalb des letzten Jahres, vor allem auch bedingt durch die Krise, etabliert. Im März 2020 wurde mehr als jede zweite Transaktion kontaktlos getätigt, im Vorjahr war es dagegen nur jede vierte.

Auch nach der Krise weiter im Trend

Beim Bezahlen mit dem Smartphone sind die Entwicklungen ebenfalls positiv. Die sparkasseneigene App „Mobiles Bezahlen“ hat mittlerweile mehr als eine Million Nutzer und auch Apple Pay wird von den Kunden häufiger genutzt. Auch eine von der Initiative Deutsche Zahlungssysteme durchgeführte Studie kommt zu dem Ergebnis, dass 36 Prozent der Befragten verstärkt die Kontaktlosfunktion ihrer Karte nutzen. Knapp ein Drittel der Befragten gab zudem an, eine Karte im Smartphone hinterlegt zu haben oder zumindest zu planen, dies zu tun.

Die Gründe für das kontaktlose Zahlen sind vielfältig.

- Über den gesamten Zeitraum der Studie standen bei den Befragten der Respekt vor dem Kassenspersonal und die Hygiene im Vordergrund.

- Zu späteren Zeitpunkten der Befragung wurde als Motivation auch verstärkt der Vorteil angegeben, immer passend zahlen zu können.

Auch die Zahl der Befragten, die angab, ohne besonderen Grund häufiger kontaktlos zu zahlen, ist gestiegen.

Die Studie kommt daher zu dem Schluss, dass sich kontaktlose Zahlungen mit Smartphone oder Karte auch nach der Krise weiterhin durchsetzen werden. Kunden wurden durch die Krise dazu animiert, kontaktlose Zahlungen zu nutzen, haben die Vorteile für sich entdeckt und werden diese Methoden daher auch weiterhin anwenden.

Payment-Branche profitiert

Vor der Krise war ein entscheidender Faktor, der die Akzeptanz von Mobile Payment hemmte, der fehlende Mehrwert für den Kunden. Durch die Angst vor einer Infektion mit dem Corona-Virus ist nun einem Faktor besondere Bedeutung zugekommen, der vorher kaum Beachtung fand: der Hygiene.

Das Bezahlen mit dem Smartphone ist die einzige Lösung, mit der Kunden vollständig kontaktlos bezahlen können, da die Autorisierung ebenfalls am eigenen Smartphone stattfindet. Dies ist mit kontaktlosen Kartenzahlungen nicht möglich, da nach einer Gesamtsumme von 150 Euro oder spätestens nach fünf Transaktionen eine PIN eingegeben werden muss. Der Kunde ist somit also gezwungen, das möglicherweise kontaminierte PIN-Pad zu berühren.

Von der gesteigerten Kartennutzung profitieren vor allem die Banken und Netzbetreiber, aber auch Zahlungsdienstleister. Diese Unternehmen erhalten für jede ausgeführte Transaktion eine Gebühr, die der Händler zahlen muss. Da die Zahlungsbranche hohe Fixkosten für die benötigte Infrastruktur hat, ist es von Vorteil, dass durch das gestiegene Transaktionsvolumen Skaleneffekte entstehen und die Kosten besser umgelegt werden können. Die aktuell günstigen Umstände

durch das veränderte Zahlungsverhalten spiegeln sich auch in den Aktienkursen von Visa, Mastercard und Paypal wider. Während die Kurse Anfang April unter anderem bedingt durch das stark reduzierte Konsumverhalten einbrachen, stiegen sie seitdem wieder kontinuierlich an. Auch Paypal profitiert von stark gestiegenen Nutzerzahlen. Der Kurs der Aktie befand sich Anfang Juni auf einem Allzeithoch. Da davon auszugehen ist, dass die Konsumenten weltweit ihr verändertes Zahlungsverhalten beibehalten werden, sind die Prognosen zudem positiv.

Risiko der gesellschaftlichen Spaltung

So wie die durch das Corona-Virus verursachte Krise Chancen hervorbringt, werden auch die Risiken besonders deutlich. Ein Problem ist hierbei die Spaltung der Gesellschaft in „online“ und „offline“. Gemäß einer Umfrage des deutschen Digitalverbandes Bitkom fühlt sich jeder Siebte überfordert durch das Tempo der Digitalisierung. Nicht nur die ältere Generation fühlt sich häufig abgehängt und verfügt nicht über die nötige Infrastruktur und Kompetenz, das Internet zu nutzen. Auch das Einkommen hat oftmals einen Einfluss auf die Möglichkeiten, digitale Angebote zu nutzen.

In der Krise ist die Abhängigkeit von genau diesen digitalen Angeboten jedoch gestiegen. So wurde beispielhaft in manchen Geschäften kein Bargeld mehr angenommen. Dadurch wurden etliche potenzielle Käufer ausgegrenzt, wenngleich auch der Anteil der Deutschen, die nicht über eine Zahlungskarte verfügen, sehr gering ist. Betrachtet man hingegen Mobile Payment, so haben aufgrund der vergleichsweise hohen Anschaffungskosten von Smartphones und Nutzungsgebühren des mobilen Internets weniger Menschen die Möglichkeit, dieses Angebot zu nutzen. Eine Studie des Capgemini Instituts legt zudem nahe, dass digitale Ausgrenzung nicht selten auch zu sozialer Ausgrenzung führt.

Außerdem haben viele Menschen Angst, durch Digitalisierung zum gläsernen Menschen zu werden. Vor allem durch die Auswertung von Daten im Zahlungsverkehr können Unternehmen großen Nutzen ziehen. Ein Beispiel ist die

Preisdiskriminierung im Online-Handel. Dabei werden Preise aufgrund gesamelter Daten individuell an den Kunden angepasst, um die Konsumentenrente möglichst effizient abzuschöpfen.

Viele Deutsche befürchten zudem, dass Europa gegenüber den großen internationalen Datenfirmen, unter anderem Amazon und Google, nicht mehr durchsetzungsfähig sein wird. In diesem Zusammenhang ist ebenfalls der Schutz sensibler Zahlungsdaten relevant.

Auch wenn die Nutzung von Bargeld hygienebedingt zurückgegangen ist, so ist das Vertrauen der Menschen in diese Bezahlmethode immer noch sehr groß. Besonders in Krisenzeiten tendieren Menschen dazu, Bargeld zu horten, aus Angst, von der Bank keines mehr zu bekommen. Dies war vor allem in der Finanzkrise ein sehr ausgeprägtes Phänomen, aber auch in der Corona-Krise kam es zu Beginn vermehrt zu hohen Auszahlungen an Geldautomaten.

Wallet statt Karte

Aufgrund des hohen Vertrauens geht die Deutsche Bank davon aus, dass Bargeld auch in den nächsten Dekaden noch existieren wird. Anstelle der Abschaffung von Bargeld prognostiziert sie die Substitution von Kartenzahlungen durch digitale Wallets. Dafür sprechen die hohen Nutzungsraten von Mobile Payment in Ländern wie China, wo viele Verbraucher vom Bargeld direkt zum Mobile Payment übergegangen sind, ohne jemals eine Zahlungskarte besessen zu haben.

In den industrialisierten Ländern ist die Zahlungskarte jedoch sehr gut etabliert, ein Wechsel findet daher nur sehr zögerlich statt. Das zeigt auch der verstärkte Trend zum kontaktlosen Bezahlen, bei dem vorrangig immer noch die Zahlungskarte zum Einsatz kommt. Nach der Prognose der Deutschen Bank wird die verstärkte Nutzung der kontaktlosen Zahlungskarten ein eher kurzfristiger Trend sein, der mittelfristig in die Integration der materiellen Karten in das Smartphone übergehen wird. Hierfür spricht auch, dass die junge Generation tendenziell offener gegenüber neuen und innovativen Technologien ist.

Dafür, dass Portemonnaies durch digitale Wallets auf dem Smartphone

ersetzt werden, spricht außerdem die universelle Einsetzbarkeit der NFC-Technologie, die nicht nur auf das Bezahlen begrenzt ist. Die Technologie ist weltweit genormt und bietet somit das Potenzial für Weiterentwicklungen in verschiedensten Anwendungen. Es ist denkbar, dass in naher Zukunft auch Personalausweis, Führerschein und sonstige Karten in das Smartphone integriert werden können. Mit dem Smartphone können über die integrierte NFC-Schnittstelle im Gegensatz zum NFC-Chip von Zahlungskarten sowohl Daten gesendet als auch ausgelesen werden. So können zum Beispiel mit Produktinformationen beschriebene NFC-Tags in Geschäften angebracht werden, die der Kunde bei Interesse mit seinem Smartphone auslesen kann.

Social Commerce als Treiber

Auch im sogenannten Social Commerce gibt es Entwicklungen, die ebenfalls die Nutzung von Mobile Payment verstärken könnten, denn der Großteil der Social-Media-Aktivität geht vom Smartphone aus. Besonders im Fokus steht dabei Facebook mit den zugehörigen Anwendungen Instagram und Whatsapp. Facebook hat im Mai verkündet, kleinen Unternehmen, die besonders von der Krise getroffen wurden, den Aufbau einer Online-Präsenz mit der neuen Funktion Facebook Shops erleichtern zu wollen. Einen solchen Shop können Unternehmen kostenfrei eröffnen. Auf diesen können dann plattformübergreifend Instagram- und Facebook-Nutzer zugreifen.

In den USA wird außerdem Live Shopping getestet, welches Nutzern ermöglicht, Produkte zu kaufen während diese zum Beispiel von Influencern in Live-Videos präsentiert werden. Facebook liefert also ein abgeschlossenes Ökosystem, bestehend aus Erregen der Aufmerksamkeit des Kunden und Marketing auf Social-Media-Kanälen, Direktkauf und Bezahlen mittels Facebook Pay, wobei Letzteres in Deutschland noch nicht verfügbar ist.

Durch Corona im Fokus

Obwohl die technischen Voraussetzungen, wie NFC-fähige Smartphones und NFC-fähige Bezahlterminals im Handel

bereits größtenteils vorhanden sind, hielten viele Deutsche bis zu Beginn des Jahres 2020 am Bargeld fest. Dabei bietet Mobile Payment zahlreiche Vorteile. Dazu gehören vor allem die universelle Einsetzbarkeit zur Benutzung bei Präsenzzahlungen, im Online-Handel und für Person-to-Person (P2P)-Zahlungen. Der Bezahlvorgang zeichnet sich durch einfache Benutzung und Schnelligkeit im Vergleich zu herkömmlichen Methoden aus. Auch die Sicherheit spricht für den Einsatz von Mobile Payment am Point-of-Sale (PoS), bei der sensible Zahlungsdaten ausschließlich digital verschlüsselt übertragen werden und so besser gegen Hackerangriffe geschützt sind. Außerdem läuft die Identifikation oftmals durch biometrische Merkmale ab, welche ebenfalls dem missbräuchlichen Einsatz des Smartphones zum Bezahlen vorbeugen.

Fehlendes Marketing oder nicht ausreichende Information der Kunden kann für die vormals geringe Nutzung von Mobile Payment, aber auch generell von kontaktlosem Bezahlen verantwortlich gemacht werden. Auch die fehlende Standardisierung und die Vielfalt an Angeboten zum mobilen Bezahlen verschiedenster Unternehmen tragen eher zur Verwirrung der Kunden bei. Umfragen legen zudem nahe, dass ein Großteil der deutschen Bevölkerung mit den bisherigen Bezahlmethoden zufrieden ist.

Abschließend stellt die Diskriminierung einiger Altersschichten oder Bevölkerungsgruppen ein Problem dar, auch wenn die Gruppe derer, die aus verschiedensten Gründen nicht über die digitale Infrastruktur (Online-Banking, Smartphone, Internet, et cetera) verfügen, zumindest in Deutschland eine Minderheit darstellt. Diese bleibt weiterhin auf die Annahmepflicht von Bargeld als gesetzliches Zahlungsmittel angewiesen.

Durch die Corona-Krise, die das Leben der Weltbevölkerung und die Wirtschaft seit Beginn des Jahres tiefgreifend beeinflusst, hat sich auch das Bezahlverhalten vieler Menschen geändert. Das mobile Bezahlen ist dadurch über Nacht aus der Nische geholt worden und steht auf einmal im Fokus.

* Basis: Online-Banking-Nutzer (2019: n = 702, 2018: n = 627) ■