

HANDEL

Lidl Pay in den Startlöchern

Nach einem erfolgreichen Piloten in der Testregion Berlin und Brandenburg hat der Discounter Lidl Mitte September 2020 seine App Lidl Plus bundesweit gestartet. Sie beinhaltet eine digitale Kundenkarte, digitale Coupons sowie einen Rabattsammler, der alle Einkäufe innerhalb eines Monats aufsummiert und dann in verschiedenen Stufen jeweils zusätzliche Coupons gewährt. Zudem erhalten Kunden nach jedem Einkauf ein digitales Rubbellos mit Sofortgewinn. Der Kassenschein wird jeweils auf dem Smartphone gespeichert und kann auch für Umtausche genutzt werden.

Nur eine Funktion fehlte der Anwendung – nach Unternehmensangaben bereits nach der Pilotphase eine der am besten bewerteten Apps im deutschen Handel – noch: eine Zahlungsfunktion. Damit zieht das Unternehmen jetzt nach rund einem halben Jahr nach. Wenig überraschend heißt die Bezahlungsfunktion „Lidl Pay“ – nach der mittlerweile schon fast zum Standard gewordenen Namensbildung für neue digitale Wallets.

Um sie zu nutzen, müssen sich Nutzer der App einmalig mit ihrer E-Mail-Adresse und Postanschrift registrieren. Nach Hinterlegung einer Bankverbindung wird dem Kunden dann ein individuelles Zahlungslimit zugewiesen – dies deshalb, weil die Bezahlung im Wege der Sepa-Lastschrift erfolgt und mithin



nicht garantiert ist. Das Unternehmen weist jedoch darauf hin, dass eine regelmäßige Nutzung von Lidl Pay das Zahlungslimit positiv beeinflussen kann. In der App muss der Kunde dann noch die Zahlungsfunktion mit einem Schieberegler freischalten und erteilt der Lidl Digital Trading GmbH & Co. KG damit ein Sepa-Lastschriftmandat für das eigene Bankkonto. Dazu kommt eine „Einwilligung zur Betrugsprävention“.

Für die Bezahlung ist danach zum einen der Scan der digitalen Kundenkarte an der Kasse notwendig, wie er auch für die Nutzung der aktuellen Rabatte erforderlich ist. Er kann bereits während des Scans der Artikel erfolgen. Die Bezahlung unter Berücksichtigung aller aktivierten Coupons erfolgt allerdings nicht automatisch. Sondern zuvor muss der Kunde die aktivierte Bezahlart Lidl

Pay, also die Sepa-Lastschrift, noch einmal bestätigen.

Ist die Bezahlungsfunktion einmal per Schieberegler eingestellt, bleibt die Aktivierung bestehen und die Lidl-Plus-Karte kann in der App zur Sicherheit nur noch nach der Eingabe einer selbst gewählten PIN oder über biometrische Funktionen des eigenen Smartphones (Touch ID, Face ID) aufgerufen werden. Als zusätzliche Sicherheit ist ein Fehlbedienungsanzeiger eingezogen: Nach fünfmaliger falscher PIN-Eingabe infolge muss der Registrierungsprozess erneut durchlaufen werden.

Bisher ist Lidl Pay noch nicht in allen Märkten nutzbar. Das ist aber wohl nur eine Frage der Zeit. Und dann stehen die Chancen gut, dass die Bezahlungsoption zumindest unter Nutzern der App auch gut angenommen wird. Denn wer ohnehin schon seine digitale Kundenkarte einscannt, dem bringt es ein Mehr an Bequemlichkeit, auch über die App zu bezahlen – und vermutlich auch einen Zeitgewinn gegenüber dem Herauskräften des Geldbeutels und einer Karte. Das kann dann auch zur Verkürzung der Wartezeiten an der Kasse beitragen, da die Bezahlung schon während des Registriervorgangs vorbereitet werden kann.

Dass Lidl Pay in Deutschland erst jetzt kommt, nachdem der Discounter schon in anderen Märkten – Spanien und Polen – mit einer Bezahlungsfunktion Erfahrung gesammelt hat, muss nicht verwundern. Schließlich erlebt das mobile Bezahlen hierzulande erst jetzt einen Aufschwung. Überraschender ist

DIE ZAHL

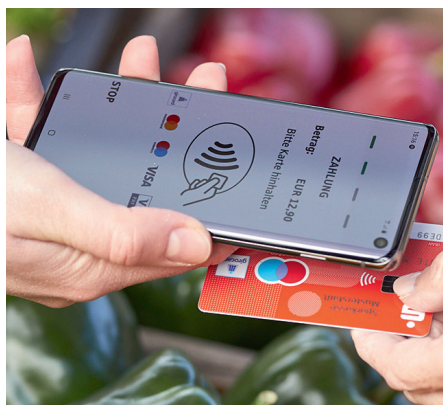
93 Prozent der Banker in Deutschland gehen davon aus, dass die Institute ohne maßgeblichen Einfluss auf den Zahlungsverkehr eine zentrale Schnittstelle zum Kunden verlieren. Das ist eines der Ergebnisse der „Bankenstudie 2021 – Spannungsfeld Digitalisierung“, die von der Beratungsgesellschaft ti&m in diesem Frühjahr unter 211 Experten aus der deutschen Finanzbranche durchgeführt wurde. Entsprechend gehen 65 Prozent der Befragten davon aus, dass sich die heimischen Institute künftig verstärkt im Zahlungsverkehr engagieren werden. Bedenkt man aber, wie stiefmütterlich die Banken und Sparkassen das Geschäftsfeld Zahlungsverkehr in den vergangenen Jahren behandelt haben, mag diese Erkenntnis vielleicht schon zu spät kommen. Denn 84 Prozent der Umfrageteilnehmer stellen fest, dass die Institute den Bereich Zahlungsverkehr immer stärker an bankfremde Unternehmen verlieren. Größtes Problem nach Ansicht der Studie ist die veraltete Unternehmenskultur und eine nicht mehr zeitgemäße IT in den Banken. Genau dies sind aber Faktoren, mit denen die bankfremden Konkurrenten bei der Kundschaft punkten.

die Tatsache, dass die vom 6. Juli 2019 datierende Anmeldung der Marke „Lidl Pay“ beim Deutschen Patent- und Markenamt mittlerweile wieder zurückgenommen wurde. Vielleicht sah das Unternehmen dafür keine Notwendigkeit mehr. Denn wer außer Lidl sollte an dieser Marke Interesse haben? Red.

ACQUIRING

Bewegung im Soft-PoS-Markt

Die Zeiten, in denen Payment-Terminals fest auf dem Kassentresen installiert sein mussten, sind schon lange vorbei. In vielen Geschäften sowie in der Gastronomie machen mobile Terminals das bargeldlose Kassieren leichter. Und vor allem kleine Händler können, ebenfalls schon seit einigen Jahren, das eigene Mobiltelefon als Terminal nutzen. Solche m-PoS-Lösungen erfordern jedoch sogenannte „Dongles“, die auf das Gerät aufgesteckt werden.



Die nächste Entwicklungsstufe lautet Soft-PoS. Wie es der Name schon verrät, geht es dabei um rein softwarebasierte Lösungen, die für den Händler somit noch unkomplizierter sind als m-PoS-Lösungen. Bereits im Herbst 2019 haben Samsung, First Data und Visa eine entsprechende Lösung in Polen gestartet – einem derjenigen Märkte, in denen das kontaktlose Bezahlen schon damals nahezu Standard war. In Deutschland hat Visa die Anwendung „Tap to Phone“ im Herbst 2020 gestartet. Breit im deutschen Markt angekommen ist das Thema jedoch noch nicht.

Das könnte sich nun ändern. Zuerst hat die Deutsche Bank angekündigt, noch in diesem Jahr eine Soft-PoS-Lösung

auf den Markt bringen zu wollen (siehe dazu Interview mit Kilian Thalhammer auf Seite 19). Schon einen Schritt weiter ist die Sparkassen-Finanzgruppe, die Mitte April eine App an den Markt gebracht hat, mit der Firmenkunden ihr Smartphone zum mobilen Kartenlesegerät machen können.

Entwickelt wurde die App von S-Payment und Payone sowie dem Deutschen Sparkassenverlag und Bluesource – Mobile Solutions. Das in der App integrierte digitale Terminal basiert auf der von CCV und dem Münchener Fintech Rubean entwickelten App „S-PoS-Plugin“, die ebenfalls auf dem Händler-Smartphone installiert wird. Dieses digitale Terminal ermöglicht erst die kontaktlosen Kartenzahlungen an der S-PoS-App.

Die Besonderheit dabei: „Sparkasse PoS“ ist die erste Akzeptanz-App am deutschen Markt, die nicht nur Mastercard-, Maestro-, Visa- und V-Pay-Zahlungen, sondern auch Girocard-Transaktionen ermöglicht. Das deckt sich mit der bisherigen Strategie der Sparkassen-Organisation, beim mobilen Bezahlen die Girocard – immerhin die am häufigsten verwendete Bezahlkarte in Deutschland – mit einzubeziehen. Zum Marktstart können Firmenkunden der Sparkassen mit der App zunächst kontaktlos Beträge bis 50 Euro kassieren, sowohl über klassische Plastikkarten als auch über digitale Karten in Bezahl-Apps wie „Mobiles Bezahlen“ oder Apple Pay. Eine Einschränkung gibt es jedoch: Die Akzeptanz-App ist lediglich für Android-Smartphones verfügbar.

Das Potenzial ist vermutlich dennoch groß. Denn bei kleineren Händlern und Dienstleistern ohne Kassensysteme mag zwar im Zuge des veränderten Bezahlverhaltens der Verbraucher infolge der Corona-Pandemie das Interesse daran gestiegen sein, ebenfalls bargeldlose Zahlungen zu akzeptieren. Für sie muss es allerdings so einfach wie möglich sein. Eine Soft-PoS-Lösung kann hier den Einstieg zweifellos erleichtern. Mögliche Kunden sind zum Beispiel Handwerker, Wochenmarktbesucher, Erdbeer-, Sonnenblumenfeld- und Hofladenbetreiber, Taxi-Unternehmer, Kioske, Vereine oder auch Schausteller, wenn es denn irgendwann wieder Jahrmärkte, Handwerkermärkte oder Weihnachtsmärkte geben wird.

Die Auflistung zeigt bereits: Es handelt sich um eine Gruppe von Unternehmen, in der die Marktposition der Sparkassen besonders gut ist. Ihnen über Payone frühzeitig ein Soft-PoS-Angebot machen zu können, ist sicher ein gelungener Schachzug. Red.

MOBILE PAYMENT

NFC oder QR-Code?

Das Augenmerk der europäischen Payment-Branche liegt derzeit auf der European Payment Initiative: Wird es ihr gelingen, das schon mehrfach angegangene, aber immer dringender gewordene europäische Payment Scheme als Alternative zu den internationalen (und außerhalb Europas dominierten) Bezahlfahrern zu realisieren?

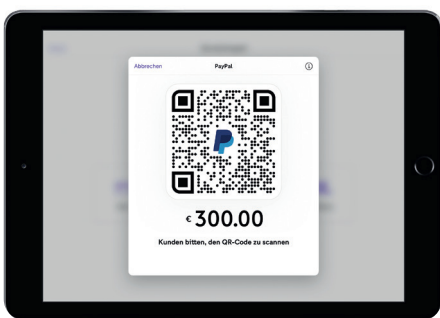
Ein weiterer europäischer Ansatz ist der, den die im Herbst 2019 gegründete European Mobile Payment Systems Association (EMPSA) mit Sitz in Zürich verfolgt. Wie es der Name schon verrät, geht es ihr darum, einen gemeinsamen Standard für mobile Bezahlfahrern zu entwickeln. Zu den sieben Gründungsmitgliedern gehörten Bancontact Payconiq (Belgien), Bluecode (Österreich, Deutschland), Mobile Pay (Finnland, Dänemark), Swish (Schweden), Sibs/MB Way (Portugal), Twint (Schweiz), Vipps (Norwegen). Ihnen allen gemeinsam: Ihre Anwendungen basieren auf optischen Bezahlfahrern, sprich QR-Codes oder Barcodes, die beim Bezahlvorgang eingescannt werden. Inzwischen sind weitere Partner hinzugekommen: Bancomat Pay und Blik (beide Italien), Bankart (Slowenien), Blik (Polen) und zuletzt Bamcard (Bosnien Herzegowina). Damit ist der Fokus über die optischen Bezahlfahrern hinaus erweitert worden.

Neben EMPSA existiert bereits seit Juni 2019 eine weitere Mobile-Payment-Initiative, die sich speziell die Entwicklung eines einheitlichen QR-Code-Formats zum Ziel gesetzt hat. In dieser Mobile Wallet Cooperation arbeiten Bluecode, Momo Pocket (Spanien), Pagaqui (Portugal), Vipps (Norwegen), ePassi, Pivo (Finnland) sowie Alipay (China) zusammen, um die Interoperabilität ihrer jeweiligen Anwendungen zu erreichen. Mit Alipay kooperiert Bluecode ohnehin bereits seit 2018.

Von dem Trend zum bargeldlosen Bezahlen infolge der Corona-Krise hat hierzulande natürlich dennoch vor allem das NFC-basierte Bezahlen profitiert – allein schon der Girocard-Dominanz in Deutschland wegen. Dennoch hat es den Anschein, als seien die optischen Bezahlfverfahren ein Stück weit auf dem Vormarsch. Bluecode konnte unlängst mehrere neue Partnerschaften vermelden: eine mit Epay, eine mit Huawei und eine mit der Drogeriemarktkette Rossmann, die nun auch in allen Filialen das Bezahlen mit Bluecode ermöglicht. Das Barcode-basierte Viacash (in Deutschland als Barzahlen bekannt), ist dank der Kooperation mit N26 neben Deutschland und Österreich nun auch in Italien, Griechenland und Spanien verfügbar.

Der deutlichste Hinweis darauf, dass optische Bezahlfverfahren neue Anhänger gewinnen, ist aber vermutlich die Tatsache, dass auch Paypal bereits im März 2020 die Einführung von QR-Codes als Zahlungsmethode in der Paypal-App angekündigt hat, der dann auch eine QR-Code-Pay-Lösung in der Zettle-App folgte.

Ob dadurch die Dominanz des NFC-basierten Bezahlfverfahrens gebrochen wird, sei einmal dahingestellt. Das zunehmende Nebeneinander beider technischen Ansätze ist aber vermutlich auch etwas, das im Zuge der Entwicklung eines europäischen Payment Schemes



berücksichtigt werden muss. Denn es geht dabei nicht nur um die technische Grundlage, die die Nutzer wohl weniger interessiert. Sondern es geht vor allem um Nutzergewohnheiten.

Der entscheidende Unterschied dabei dürfte sein, dass bei den optischen Bezahlfverfahren immer eine App geöffnet werden muss, während dies bei NFC-basierten Transaktionen nicht zwingend erforderlich ist. Hier wird es spannend

sein, ob sich auf europäischer Ebene einer der beiden Standards durchsetzt oder ob es gelingt, eine Lösung zu schaffen, die dem Kunden die Wahl der Verfahren lässt. Das würde dann zwar ein Stück weit die Komplexität erhöhen, dafür aber vielleicht dazu beitragen, die Nutzerakzeptanz zu verbessern, da sich die Menschen bekanntlich nicht gerne umgewöhnen. Red.

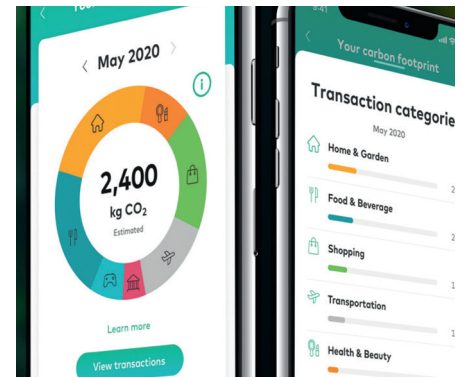
SCHEMES

Mastercard-CO₂-Rechner holt Karteninhaber ins Boot

Mastercard und das schwedische Fintech Doconomy haben einen CO₂-Rechner entwickelt, den Mastercard Carbon Calculator. Er zeigt Verbrauchern eine aktuelle Übersicht über ihre CO₂-Emissionen anhand ihrer getätigten Transaktionen. Die kalkulierte CO₂-Bilanz basiert auf den Berechnungen des unabhängig geprüften Åland-Indexes.

Mit der Funktion wird jedoch – anders als bei anderen Initiativen wie etwa der ebenfalls im April von Klarna angekündigten – nicht nur der ökologische Fußabdruck berechnet. Sondern der Carbon Calculator gibt Karteninhabern auch die Möglichkeit, die eigene CO₂-Bilanz über zertifizierte Klimaschutzprojekte direkt auszugleichen. Sowohl über die Mastercard-Spendenfunktion als auch über die Prämienprogramme von Banken und Händlern können Aufforstungsprojekte der Priceless Planet Coalition unterstützt werden. Mit anderen Worten: Der Rechner gibt Karteninhabern die Möglichkeit, ihr Bekenntnis zum Umweltschutz in entsprechende Kompensationsleistungen umzusetzen, die sie selbst erbringen, sei es durch Spenden oder durch den Verzicht auf Boni, die sie anderenfalls erhalten hätten.

Im Idealfall müsste der Ausweis des ökologischen Fußabdrucks natürlich auch zu einer Verhaltensänderung führen, die vielleicht dann auch sinkende Kartenumsätze zur Folge hätte. Denn wenn derjenige, der bislang viel mit dem Auto unterwegs war – hier fließen dann hohe Tankstellenausgaben in die Kalkulation ein –, künftig mehr Wege zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV zurücklegt oder wenn der Rechner –



nach Corona – die klimaschädlichen Auswirkungen von Flugreisen veranschaulicht und die Menschen veranlasst, weniger zu fliegen, dann dürfte sich das auch in geringeren Kartenumsätzen niederschlagen. Diesen Preis müssen dann auch die Emittenten zahlen. So bietet der neue Carbon Calculator auch den Banken, die ihn über APIs in ihre mobilen Apps integrieren, die Möglichkeit, ihr Engagement für die Umwelt unter Beweis zu stellen, indem sie möglicherweise rückläufige Kartenerträge in Kauf nehmen. Diese Ertragseinbußen dürften sich aber angesichts des starken Trends zum bargeldlosen Bezahlen vermutlich in Grenzen halten.

Als erste Bank in Deutschland will die Oldenburgische Landesbank (OLB) ihren Kunden diesen Service in ihrer mobilen Banking-App zur Verfügung stellen. Weitere Partner werden laut Mastercard in Kürze folgen. Zudem werden Verbraucher den Carbon Calculator in wenigen Wochen auch bankenunabhängig nutzen können. Red.

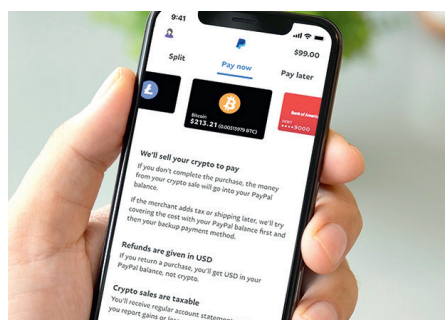
KRYPTOWÄHRUNGEN

Gefahr im Verzug

In gewissem Sinn ist Paypal zumindest für die Payment-Branche ein Gradmesser für Trends, die man nicht verschlafen sollte. Im E-Commerce hat man das verpasst. Hier liegt der Bezahldienst längst so weit vorn, dass er beinahe uneinholbar scheint. Von dem einstigen Ziel, Paydirekt gewissermaßen als Paypal der deutschen Kreditwirtschaft zu etablieren, ist längst nicht mehr die Rede. Zwar mag es niemand aussprechen. Man muss aber wohl ein großer Optimist sein, um daran noch zu glauben. Jetzt soll es die künftige europäische Zahlungslösung richten. Das wird dann

aber wohl die letzte Chance sein. Gelingt es auch damit nicht, eine europäische Lösung international und auch außerhalb Europas breit in den Markt zu bringen, dann war es das wohl mit der europäischen Souveränität im Zahlungsverkehr. Es ist allerdings keineswegs so, dass nur die Kreditwirtschaft Obacht geben muss, am Ball zu bleiben. Sondern das gilt auch für die nationalen Zentralbanken in Europa und natürlich in erster Linie für die EZB. Stichwort ist hier der digitale Euro.

Natürlich ist das Bezahlen mit digitalen Währungen etwas, das der Großteil der Menschen in Europa und namentlich in Deutschland noch verwundert betrachtet – sofern sie es überhaupt zur Kenntnis nehmen. In anderen Teilen der Welt schreitet die Entwicklung jedoch deutlich rascher voran. Deshalb ist es nicht



nur keine Option mehr, das Thema auszusitzen, sondern es besteht zunehmender Handlungsbedarf. Aber die Tatsache, dass auch Paypal inzwischen in den USA das Bezahlen mit Kryptowährungen in der Paypal-Wallet eingeführt hat, ist dafür ein Gradmesser.

Der europäische Gesetzgeber, der die Finanzbranche seit langem dafür kritisiert, dass sie Europas Gewicht im Zahlungsverkehr so klein hat werden lassen, droht nun auf seinem eigenen Gebiet genau das selbst zu tun. Wenn nämlich der digitale Euro nicht bald kommt, dann könnte die EZB von privaten Unternehmen gewissermaßen rechts überholt werden. Den Vertretern der Finanzbranche mag es zwar eine gewisse Genugtuung bereiten, wenn nun Gesetzgeber und EZB selbst den Schwarzen Peter auf der Hand haben. Freuen können sie sich darüber allerdings nicht, da sie davon nicht profitieren werden – eher im Gegenteil. Insofern dreht sich in Sachen Erwartungen und Vorwürfe das bisherige Verhältnis nun um. Red.